

26.5

No Fusion No Kiss: 'Powerplay!'

Over concurrentie als ontdekkingsprocedure,
entrepreneurial conjectures, de voordelen van decentralisering
en een achterblijvend Vlaams letterenbeleid

Dirk van Bastelaere

'Mededinging is een geïnstitutionaliseerde vorm van het gebod
tot naastenliefde,'

Martin Walser, 'Zukunft des Kapitalismus'

1 Geen potlatchparty

Alle ironie en intellectuele lichtheid ten spijt, had de presentatie van het eerste nummer van *nY* iets van een uitvaart. Alsof drie generaties *yang-redacteuren* en een handjevol *freespacemen* in de eerste plaats bijeengekomen waren om een brandende boot met twee opgebaarde lijken richting Avalon te zien uitvaren. 'Huh? Een Arthur-metafoor?' hoor ik u zeggen, 'trekken we meteen de kitschkaart?' Oké dan, om niet de indruk te wekken

dat ik van Camelot een eenvoudig ritje te paard richting *shrubbery* wil maken: drie generaties *yang*-redacteuren, een handjevol dingens en enige etc keken die avond van de zevende mei gelaten toe hoe de stekker uit twee van de interessantste literaire projecten van de voorbije jaren werd getrokken. In de duistere Domzaal van de Vooruit gaf het nieuwe project op dat moment net zoveel licht als een lampje van zes volt dat je waanzinnig trappend op een fiets zolang kunt laten branden als je adem strekt. *Angelus novus 2009*: de engel als zesvoltlampje.

Opmerkelijk vond ik dat. Die stemming (onder dat zinken dak). Die avond (in mineur). Die drie feeën (die elk hun onder krimpfolie opgebaarde Doornroosje op een zwart schip de kant afduwden).

Het kan toch geen toeval zijn dat de tijd die de *nY*-redactie had uitgetrokken om Stefan Hertmans, Erik Spinoy en Bert Bultinck met gepaste ambivalentie de *res gestae* van de voorbije dertig jaar te laten memoreren, ruimschoots de aandacht oversteeg die aan *nY* zelf werd besteed? Met haar redelijk ceremoniële karakter zoog de herdenking van *yang* en *fNZ* alle aandacht naar zich toe. Zoveel was duidelijk: deze presentatie, die plaatsvond aan de vooravond van het tweede decennium van de 21ste eeuw, was als *presentatie* helemaal bij zichzelf *afwezig*, omdat ze, als gedachtenis, nog helemaal vastzat aan het verleden en het einde van de 20ste eeuw: ‘100 dichters’, ‘Zeven poëtica’s’, ‘Groot Lawaai’. En dat baart een mens zorgen. Waarom zoveel gewicht hechten aan de herdenking van het voorbije als je diezelfde avond een ambitieus nieuw project lanceert? Waarom geen uitgeschreven, visionair programma, maar slechts geprojecteerde Monty Python en een al even *pixellated* mission statement? Er viel geen digitaal Chinees vuurwerk te bespeuren. Ik heb geen voluntaristische soundtrack gehoord. Geen WestBam-adept die Schönberg mixte met Lady Gaga en ten dans uitnodigde, zodat de niche, swingend op de vulkaan waarvan de ooit socialistische Vooruit de kratermond is, alweer een nieuw tijdperk had kunnen inluiden, of tenminste een gesimuleerd nieuw tijdperk. Bij de viering van een nieuw blad had men enig actionisme kunnen verwachten. De viering had een gift kunnen zijn. Een geschenk aan de culturele republiek. Een *potlatchparty*, waarbij de voortaan veerende redacties hun superioriteit demonstreerden door hun intellectuele rijkdom op bijna obscene wijze uit te delen: een megafeest waarop wij ons symbolische goud over de stad uitgoten. Maar terwijl Erik Spinoy de medewerkers van *nY* veel doodsdrijf toewenste, waren wij hoofdzakelijk verenigd door rouwarbeid. De genius loci van de Vooruit *had left the house*. Met de drie feeën Fauna, Flora en Mooiweertje treurden wij over de naar Avalon verscheepte prinsessen. Zal ik, in mijn immer zwarte cape, met mijn getorste horens, mijn zesendertiglettergrepige vloek dan maar over het spinnewiel uitspreken?

Op 19 november 2008 deed de Duitse fabrikant van zonnepanelen SolarWorld een overnamebod van 1 miljard euro op de zwalpende Opel-fabrieken. SolarWorld wilde Opel omvormen tot het eerste groene auto-concern ter wereld. Het bod werd weggelachen als een publiciteitsstunt van de excentrieke SolarWorld-baas Frank Asbeck en vrijwel meteen na het overnamebericht zakte het aandeel van SolarWorld naar zijn laagste koers in bijna vijf jaar.

Iets soortgelijks overkwam Porsche, dat al sinds september 2005 Volkswagen in handen probeert te krijgen, een concern dat dertig keer groter is dan de sportwagenconstructeur. Aanvankelijk wilde Porsche tot 75% van de aandelen van vw in handen krijgen, maar verder dan 50,8% raakte de Porsche-clan niet. Bij dat langdurige overnameproces bouwde Porsche een schuld van negen miljard euro op, wat er uiteindelijk toe leidde dat Porsche en vw op 9 mei van dit jaar een fusie aankondigden. Sindsdien is het aandeel Porsche van 58 op 38 euro terugggevallen.

Aandeelhouders zijn niet echt dol op overnames en fusies. De meerderheid van de fusies mislukt namelijk, vooral omdat ze te duur betaald worden of de overgenomen organisatie te groot blijkt, met een te sterk toegenomen diversiteit binnen de organisatie tot gevolg. Ook een struikelblok blijkt de vaak slechte *fit* op zowel strategisch als organisatieniveau (Mallikarjunappa & Nayak, 2007). Raden van bestuur en overheden die aansturen op fusies verwachten in eerste instantie voordelen uit toegenomen synergie ($1+1=3$). Vaak gaat het daarbij om schaalvoordeel, efficiëntieverhoging, uitbreiding van het productportfolio, het gebruik van complementaire bronnen, *new market entries* of het versterken van de marktpositie. Maar opmerkelijk genoeg blijkt fusie vaak tot daling van productiviteit, winst, of beide te leiden.

Bovendien blijkt uit ontelbare gevalstudies dat fusies en overnames eigenlijk nooit waarde creëren voor de aandeelhouders en de acquirerende organisatie. Integendeel. Zoals de voorbeelden van SolarWorld en Porsche overduidelijk illustreerden, leidt fusie meestal tot massieve vernietiging van aandeelhouderswaarde. Een poging om Volvo in 1993 te laten fuseren met Renault had bijvoorbeeld een waardevernietiging van 1,1 miljard dollar tot gevolg. Uit een pan-Europees onderzoek van KPMG bleek zelfs dat acquisities niet tot een occasionele, maar tot een systematische vernietiging van aandeelhouderswaarde leiden. Naast een reëel financieel verlies loopt een organisatie bij een fusie ook aanzienlijke merkschade op, als het merk al niet compleet verdwijnt. Porsche zal nooit meer Porsche zijn, maar een van de tien merken uit een fusieconcern. Naast Lamborghini en Bentley weliswaar, maar ook naast Skoda, Seat en Scania.

De weinig uitgelaten stemming bij de lancering van *nY* had niet alleen te maken met de volop aan de gang zijnde rouwarbeid over *yang* en *fnZ*. Ook het latente besef dat in de aanloop naar het fusieblad een reële waardedestructie had plaatsgevonden, zou de sfeer wel eens hebben kunnen drukken.

Zo valt het af te wachten of de financiële balans van *nY* uiteindelijk positiever uitvalt dan de opgetelde balansen van *yang* en *fnZ*. Voor de creatie van een reële financiële meerwaarde moet op de rekening van *nY* uiteindelijk meer geld komen te staan dan op de verzamelde rekeningen van beide bladen. Als we over reële financiële meerwaardecreatie willen spreken, betekent dit dat inkomsten uit subsidies en abonnementen op het einde van het eerste boekjaar hoger zullen moeten liggen dan voor beide bladen afzonderlijk.

Nu is uitgerekend de creatie van financiële meerwaarde in een gesubsidieerd circuit redelijk absurd, vooral omdat hier de spelregels van een anti-economische economie gelden, waar symbolische waardedestructie primeert. Ik kom daar later nog op terug, maar wil hier alvast stellen dat de waarde die door de fusie werd gecreëerd hoofdzakelijk van symbolische orde is en volledig op het conto van de redacties valt te schrijven (en dus niet op het conto van de subsidiegever, voor wie een fusie of bundeling van krachten vanuit een synergievermoeden in zekere zin een soort 'rationalisatie' is: meer doen met dezelfde middelen).

Toch is het ook duidelijk dat met de fusie van *fnZ* en *yang* symbolische waarde vernietigd werd. Een opmerkelijke vaststelling in dit verband maakt alvast Marc Reynebeau in *De Standaard* van 29 mei. Reynebeau stelt daar dat *nY* inhoudelijk meer herinnert aan *Nieuwzuid* dan aan *yang*. In wezen betekent dit niet anders dan dat voor Reynebeau in het eerste nummer van het fusieblad minder van *yang* overblijft dan van *Nieuwzuid* en dat er dus waardedestructie heeft plaatsgevonden. Persoonlijk vind ik dat er in het fusieblad 'specifieke kenmerken' van beide afzonderlijke bladen verdwenen zijn die ook op waardedestructie neerkomen. Ik denk in het geval van *fnZ* dan aan de rijke, wat wilde beeldredactie die vanaf het begin een distinctief kenmerk van het blad was. Van *yang* miste ik dan weer, nu ja, *yang* zonder de *fnZ*-inbreng, maar ook *yang* als onderdeel van het Vlaamse cultureel erfgoed: 44 jaargangen literatuur werden afgesloten. Een soortgelijke waardedestructie vond bijvoorbeeld ook plaats toen *De Vlaamse Gids* en het *Nieuw Wereldtijdschrift* ophielden te bestaan. Waarom hebben Belgen soms heimwee naar de *Minerva* of naar de *Société Générale*? Met het verdwijnen van beide is erfgoed (en dus waarde) vernietigd. In ieder geval: als redelijk los geaffilieerden waren Marc Reynebeau en ik *stakeholders* van beide tijdschriften, en het is opmerkelijk dat we

beiden bepaalde waardeaspecten zagen verdwijnen. In principe, denk ik, zal iets soortgelijks gelden voor alle ex-redacteuren.

In dat opzicht had de uitvaart van *yang* en *fnZ* ook alles van een aandeelhoudersvergadering. Als (ex-)medewerkers hadden vele aanwezigen (symbolische) belangen in een van beide bladen te verdedigen. Ze hadden een deel van hun (symbolisch) kapitaal in die bladen geïnvesteerd en op hun beurt een deel van hun symbolisch kapitaal aan *yang* of *fnZ* te danken. We weten allemaal hoe Bourdieu het verband tussen reëel kapitaal en cultureel kapitaal nadrukkelijk vastmaakte aan de tijd die men investeert in het verwerven ervan: 'On voit immédiatement que c'est par l'intermédiaire du temps nécessaire à l'acquisition que s'établit le lien entre le capital économique et le capital culturel.' Er is dus sprake van een correlatie tussen reëel economisch kapitaal en andere kapitaalvormen zoals cultureel, symbolisch of sociaal kapitaal. Een belangrijke rol is daarin weggelegd voor de investering van tijd en andere middelen in het verwerven van deze afgeleide vormen van kapitaal. Juist het weghalen van de traditionele schotten tussen sociologie en economie was een van Bourdieus grootste innovaties.

Hoewel Porsche niet langer Porsche zal zijn, maar een van de tien merken van een fusieconcern, blijft het zijn intrinsieke merkwaarde behouden. Alleen is die nu minder exclusief. Met de verdwijning van *yang* en *fnZ* is echter een pak 'merkwaarde' vernietigd, daar waar het merk *nY* nog zorgvuldig zal moeten worden opgebouwd.

3 Concurrentie als ontdekkingsprocedure

Afgezien van de waardestructie die de fusie van *yang* en *fnZ* heeft teweeggebracht, is de concentratie van competenties, opvattingen en ideeën nog in een ander opzicht problematisch. Ze is namelijk contra-productief voor de ontwikkeling van de literatuur, terwijl onder andere tijdschriften op dat vlak een belangrijke functie hebben. Om dat goed te begrijpen moeten we abstractie maken van *nY* als casus. Het moet intussen duidelijk zijn dat niet de concrete fusie van *yang* en *fnZ* het probleem is, maar de fusie van twee autonome en heterogene (dat wil zeggen van elkaar louter door hun bestaan als aparte entiteiten verschillende) instituties.

Decentralisering van instituties heeft namelijk een positieve invloed op kennisontwikkeling. Meer instituties betekent namelijk meer onafhankelijke research, meer experimenten en een intensiever wederzijds leerproces. In de economie is concentratie van marktmacht ronduit gevaarlijk. In de cultuursector betekent concentratie van kennis verschraling.

In de economie is deze theorie uitermate goed gedocumenteerd. Ze gaat terug op evolutionaire theorieën over concurrentie en innovatie, de Schumpeteriaanse benadering van concurrentie als een dynamisch proces van innovatie en imitatie en op Friedrich von Hayeks visie op concurrentie als *ontdekkingsprocedure*. Maar ook Pierre Bourdieus sociologie sluit erbij aan. Zowel zijn solide theorie over de markt van symbolische goederen als zijn veldtheorie bieden een heldere kijk op concurrentieverhoudingen en op de verschillende economische praktijken die de markt van symbolische goederen structureren.

Als netwerk van objectieve relaties kent elk veld namelijk een specifieke vorm van macht of kapitaal die ongelijk verdeeld is over de actoren. De dynamiek van een veld wordt bepaald door 'la lutte permanente à l'intérieur du champ' (Bourdieu, 1984a:200), een niet aflatende strijd om de distributie van (symbolisch) kapitaal tussen producenten die naam hebben gemaakt en nieuwelingen, tussen orthodoxen en heterodoxen, gecanoniseerden en ketters. De actoren die in dat veld om dominantie strijden, zorgen er door hun strijd voor dat het veld constant wordt geherstructureerd en getransformeerd. Via de beschrijving van 'de posities die worden bezet door de binnen het veld concurrerende actoren of instituties' kan zelfs de *objectieve* structuur van een veld worden vastgesteld (Bourdieu, 1992:64). 'Competitive strategy is all about being different,' zegt Michael Porter. Wat is velddynamiek anders dan een concurrentiestrijd, waarbij rivaliserende organisaties streven naar concurrentievoordeel?

Niet alleen Bourdieus visie op veld en velddynamiek, maar bij uitbreiding ook een niet onaanzienlijk deel van zijn vocabulaire wijzen in de richting van een evolutionaire of ten minste dynamische concurrentietheorie. Bourdieu analyseert de transacties, relaties, investeringen en het creëren van waarde in de cultuur expliciet als dat wat ze zijn: *economische verschijnselen*. In essentie probeerde Bourdieu trouwens een 'algemene economie van praktijken'¹ te ontwikkelen (Bourdieu, 1992:122). Concreet betekent dit dat Bourdieu ook van activiteiten die op het eerste gezicht niet economisch, of op niet reguliere wijze economisch zijn, de economische dimensie aangeeft en dat hij van praktijken (zoals de artistieke) die objectief van economische aard zijn, maar 'sociaal niet als zodanig (kunnen) worden erkend' de kapitaal- en profijtsdimensie wilde blootleggen.

Een goed begrip van de noodzaak tot decentralisering van instituties uit de symbolische economie is evenwel slechts mogelijk op basis van het concurrentiebegrif zoals gedefinieerd door Friedrich von Hayek.

1 Ook Boris Groys is trouwens van mening dan men zich niet aan de economie kan onttrekken: de economie is overall. 'Es ist nicht möglich, sich der Ökonomie zu entziehen und sie von aussen als ein geschlossenes System zu beschreiben oder beherrschen. (...) Die einzige Möglichkeit, die Ökonomie zu verstehen, besteht darin, aktiv an ihr teilzunehmen' (Groys, 1992:14-15)

Voor Hayek is concurrentie namelijk een *'ontdekkingsprocedure'*, een hypothesesentest waarbij organisaties via *trial* en *error kennis* ontwikkelen. Die kennis zal sneller evolueren, naarmate meer organisaties meer activiteiten ontwikkelen.

Onder de titel 'Wettbewerb als Entdeckungsverfahren' introduceerde Margaret Thatchers favoriete econoom zijn theorie in 1968 aan het *Institut für Weltwirtschaft* in Kiel (Hayek, 2002). Hayek presenteerde daar een evolutionair concept van mededinging als een 'hypothesentest', waarbij rivaliserende bedrijven hypothesen ontwikkelen over de beste manier om aan de behoeften van consumenten te voldoen.

Eerder dan de wensen van consumenten als kenbare feiten te beschouwen, aldus Hayek, dient men ze te benaderen als *problemen* die door het concurrentieproces moeten worden opgelost. Door in de vorm van een product of dienst een hypothese te formuleren die dan op de markt getest wordt, produceert een organisatie nieuwe kennis omtrent de wereld. Wat de meest succesvolle hypothese is, zal blijken uit de feedback die een bedrijf krijgt uit de markt in termen van winst of verlies (de zogenaamde *information feedback*). De producten en diensten die het best aan de wensen van de klant tegemoet komen, zullen de meeste winst opleveren. Recente voorbeelden van succesvolle hypothesen zijn bijvoorbeeld de iPod, de iPhone en het iTunes downloadplatform van Apple, maar ook de walkman, de draagbare tv en de eerste vlakscherm-tv (1982) van Sony.

Van groot belang in dat ontdekkingsproces is de *entrepreneur*, de ondernemer die met een nieuwe ondernemerspropositie een nieuw bedrijf start. Een belangrijk deel van zijn opdracht is het om, bij het zoeken naar een marktniche voor zijn op te richten organisatie, producten of diensten uit te testen op de markt door middel van wat men *'entrepreneurial conjectures'* noemt (Kerber, 2001). Succesvolle hypothesen zullen vervolgens door andere organisaties worden overgenomen. Dat was een vaststelling van de Oostenrijkse politiek econoom Joseph Schumpeter, die daarmee demonstreerde dat experimentele processen in de (symbolische) economie in wezen uiteenvallen in een innovatiefase (waarin nieuwe hypothesen worden geformuleerd, getest en superieure hypothesen komen bovendrijven) en een imitatiefase. Doordat in een concurrentieomgeving de meest succesvolle hypothesen op grote schaal geïmiteerd worden, kan het concurrentieproces in wezen beschouwd worden als een proces van kennisverwerving en *kennisaccumulatie*.²

2 Hoe waardevol bepaalde kennis is, blijkt pas wanneer ze in de vorm van een product op de markt wordt aangeboden. In zekere zin zijn het dus niet de producten, maar *nieuwe kennis, ideeën en informatie* die op de markt aanslaan (Czada, 2001). Concurrentie zet organisaties aan tot creativiteit, verbetering, innovatie en kennisontwikkeling. Een concurrentieomgeving kan daarom worden beschouwd *als een medium om de zoektocht naar kennis te organiseren*. Concurrentie

Hoewel Hayeks theorie in hoofdzaak een economische theorie is, sluit ze aan bij Karl Poppers ideeën over de groei van kennis. Voor Popper is alle menselijke kennis altijd hypothetisch en de wetenschap een permanente poging om via experimenten onjuiste aannames uit te sluiten. 'Our knowledge consists, at every moment, of those hypotheses which have shown their (comparative) fitness by surviving so far in their struggle for existence; a competitive struggle which eliminates those hypotheses which are unfit', zo schrijft Popper in *Objective Knowledge*. Voor Popper is ook de vooruitgang van de wetenschap een *evolutionair* proces. Op elk moment bestaat de wetenschap uit die hypothesen die zich op bijna Darwiniaanse wijze sterk genoeg hebben getoond om te overleven, terwijl die hypothesen als onwetenschappelijk zijn weggevallen die ongeschikt want weerlegbaar bleken.

Daarmee is niet gezegd dat concurrentie in de economie of de symbolische economie tot wetenschappelijkheid leidt. Het verband moet gezocht worden in het proces van kennisaccumulatie. Concurrentiestrijd tussen theorieën of tussen hypothesen van organisaties ligt met andere woorden aan de basis van kennisontwikkeling en wel in die zin dat hypothesen van alle aard (literair, literair-theoretisch, artistiek, institutioneel ...) permanent getest worden door '*relevante selectieomgevingen*' die beslissen over de bruikbaarheid ervan. De markt is daarbij slechts een van de vele relevante selectieomgevingen.³ Precies door abstractie te maken van de marktcontext kunnen mededinging en de bijhorende selectieprocessen in de symbolische economie als analytisch principe gehanteerd worden. Denk in dit verband maar aan selectieomgevingen als *peer reviewed* tijdschriften, curatoren, programmatores en andere poortwachters van artistieke organisaties, jury's van prijzen of aan het hoger onderwijs waar

als ontdekkingsprocedure voor oplossingen van niet expliciet gestelde vragen of problemen leidt uiteindelijk tot *kennisaccumulatie*. Het is niet moeilijk om succesvolle tv-series als *Hill Street Blues*, *Brideshed Revisited*, *Twin Peaks*, *Ally McBeal*, *ER* of de hele golf van *reality tv* te analyseren als succesvolle hypothesen die een onuitgesproken behoefte bij consumenten blootlegden. De geaccumuleerde kennis die mediabedrijven in de loop der jaren omtrent de voorkeuren van tv-kijkers hebben verzameld, leidde natuurlijk tot meer van hetzelfde (imitatie, variatie), maar ook tot de ontwikkeling van nieuwe genres en formules, vooral vanwege de uiterst competitieve omgeving die het medialandschap is. Op wetenschappelijk vlak heeft deze kennisaccumulatie zelfs een geheel nieuw academisch discours in het leven geroepen, namelijk dat van de *cultural studies*, steunend op de inzichten van de sociologie, de communicatiewetenschap, de semiotiek en van wat Paul du Gay de 'cultural economy' noemt.

- 3 De Duitse econoom en sinoloog Carsten Herrmann-Pillath gaat nog een stuk verder door te stellen dat concurrentie een 'ontologische universele' is. Concurrentie reikt namelijk verder dan het menselijke domein. 'Wir wollen Wettbewerb daher als eine *ontologische Kategorie* bezeichnen, also als ein Wesensmerkmal von Realität schlechthin. Die Besonderheit dieser Kategorie scheint vor allem darin zu bestehen, dass sie mit der Erzeugung und Speicherung von Information in bestimmten Strukturen der Wirklichkeit einhergeht, und dass sie ein essentiell zeitliches Phänomen ist; insofern tritt eine fundamentale Einheit von Ontologie und Epistemologie zutage.' (Herrmann-Pillath, 1997:326)

de selectie bij masterscripties en artistieke eindproeven in handen is van leescommissies en jury's.

Hayeks theorie is dus niet enkel en alleen toepasbaar in een economische context. Het mededingingsprincipe geldt immers voor alle domeinen waar niet op dwingende wijze een hiërarchie geïnstalleerd werd, zoals bij de vroegere staatsbedrijven. Hoewel het concurrentieprincipe in de gesubsidieerde cultuursector op het eerste gezicht 'uitgevlakt' lijkt omdat het om, welja, een gesubsidieerde sector gaat, waarbij dus de hiërarchie door de overheid wordt geïnstalleerd, blijft het van kracht. Dat komt omdat we te maken hebben met een symbolische economie en een spiegelverkeerde markt, waarbij de 'relevante selectieomgeving' die is van experts en peers, de selectiecommissie zeg maar, die bij de toedeling van de subsidies de functie van de reguliere markt overneemt.

'Symbolische goederen,' zegt Bourdieu, 'hebben een *tweeledig karakter*, het zijn handelswaren én symbolische objecten. Dat dubbele karakter van 'symbolische goederen' – en de verschillende beklemtoning van de symbolische dimensie of de handelsdimensie – heeft logischerwijze geleid tot een cultureel veld met een specifieke, dubbele structuur, gekenmerkt door twee limieten die in de praktijk nooit worden bereikt: enerzijds de markt, anderzijds de volstreekte autonomie. Enerzijds 'de totale en cynische onderwerping aan de vraag' en anderzijds 'de absolute onafhankelijkheid van de markt en haar geboden' (Bourdieu, 1994:174). Producenten van culturele goederen zullen daarom strategieën ontwikkelen die zich ergens tussen beide limieten bewegen, waarbij sommigen kiezen voor marktgerichtere productie (Pieter Aspe, Geert Allaert, dEUS...) en anderen voor meer autonome producties (Olivier Cadiot, Abattoir Fermé, White Circle Crime Club...). In beide gevallen blijft het commerciële product een symbolische dimensie hebben en het meer symbolisch gearticuleerde product een economische dimensie.

Met die dubbele structuur zijn ook twee aan elkaar tegengestelde productiewijzen verbonden, die in hun antagonisme de structuur van het culturele veld fundamenteel bepalen. De ene pool is de *commerciële* pool, of het veld van de grootschalige productie. In dat subveld heerst de klassieke economische logica, waarbij de cultuurindustrie goederen voortbrengt voor een groot publiek en de belangrijkste doelstellingen afzet, onmiddellijk succes, oplage, bezoekersaantal etc. zijn. De productie wordt aangepast aan de vraag van de consument of gebruiker, die in de regel zelf geen producent van culturele goederen is. In dit *champ de grande production* gelden de wetten van de vrije markt. Producenten streven er naar winst en een zo groot mogelijk marktaandeel.

De andere pool is de *autonome* pool. Het is het subveld van de 'zuivere' kunst. Essentieel kenmerk is dat het een systeem is waar enkel

goederen worden geproduceerd voor andere producenten van culturele goederen. De *production restreinte* erkent geen vraag van buitenaf en produceert enkel 'zuivere' kunstwerken, bestemd voor louter symbolische toe-eigening⁴. Haar belangrijkste doelstelling is productie, in plaats van afzet. Typisch voor deze productiewijze is ook dat ze haar eigen receptievoorschriften en evaluatiecriteria creëert, wat haar in eerste instantie de erkenning oplevert van andere producenten van symbolische goederen in de vorm van *symbolisch kapitaal*. Het publiek van de autonome pool is de *peer group* waarvan de vertegenwoordigers zowel 'geprivilegieerde klanten' als concurrenten zijn.

Met deze twee polen, subvelden, logica's hangt ook een *specifieke economie* samen, waarbij over de commerciële pool de reguliere economie regeert, 'die van de handel in culturele goederen een doorsnee-handel maakt' en in het autonome subveld de 'anti-economische economie van de zuivere kunst' (Bourdieu, 1994:175). Deze anti-economische economie steunt in de eerste plaats op een ontkenning van de reguliere economie. Haar belangrijkste waarden zijn de ontkenning van het commerciële en van economische winst op korte termijn en de acceptatie van belangeloosheid, waarden die intussen bekend staan als typische kenmerken van de moderne en hedendaagse kunst in haar avant-gardedimensie.

In de gesubsidieerde cultuur vertoont de artistieke ruimte daarom een *chiastische structuur* (zie figuur 1), waarin de hiërarchie van het commerciële succes omgekeerd evenredig is aan de hiërarchie van het prestige. Kort door de bocht betekent dit dat (bepaalde) commercieel succesvolle kunst weinig symbolisch krediet toegekend krijgt en dat (bepaalde) commercieel weinig succesvolle kunst veel symbolisch krediet krijgt. Studio 100 tegenover de Vooruit, Kate Ryan tegenover Zita Swoon, of de Vooruit tegenover kunstenaar Nadine.

De regel is dus dat *symbolisch krediet omgekeerd evenredig is aan economische winst*:

4 Die autonomie is historisch afgedwongen, maar staat in een gesubsidieerde context toch altijd onder druk. Getuige daarvan de volgende uitspraak van Bert Anciaux: 'In de jaren tachtig werd gestreden om het denkbeeld te doen doordringen dat het maken van kunst een autonome bezigheid is. Dat geldt nog steeds. Autonomie mag echter niet leiden tot onverschilligheid ten opzichte van de wijze waarop het kunstwerk door kijker of toeschouwer wordt ervaren. De kunstenaar deelt zijn verantwoordelijkheid met het publiek.' (Anciaux, 2004:14) Deze fraaie performatieve paradox bewijst dat de autonomie altijd precair is. Een imperatief als 'Autonomie mag niet leiden tot ...', uitgesproken door een minister van cultuur is natuurlijk een inbreuk op die autonomie. De autonome kunsten zullen namelijk zelf beslissen in hoeverre de relatie met de kijker relevant is. Trouwens wat heet onverschilligheid tegenover de kijker of lezer? Een tijdschrift als *Tijd en mens* dat met Claus, Boon en Walravens tot de belangrijkste tijdschriften van de twintigste eeuw behoorde, had welgeteld 14 abonnees. Het is echter de geschiedenis die als een soort anonieme, collectieve lezer de relevantie van het blad heeft blootgelegd.

Symbolisch kapitaal

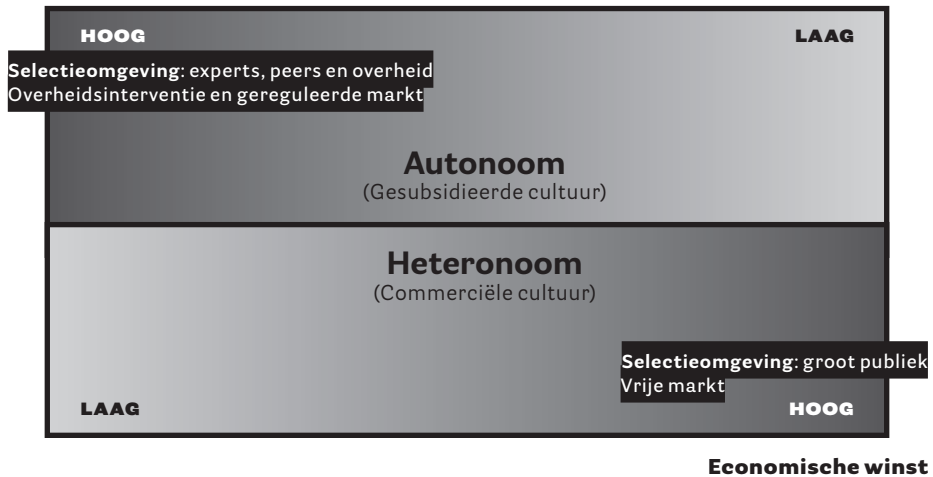


Fig. 1. De chiasmatische structuur van de artistieke/culturele ruimte

Hoewel we ons met de gesubsidieerde cultuur in het gereguleerde segment van de artistieke ruimte bevinden, blijft het concurrentieprincipe van kracht. De hiërarchie toont zich in de eerste plaats in de 'geografisch-politieke' organisatie van het veld. Om snel een idee te geven: in de podiumkunsten is volgens het huidige cultuurbeleid in de grote steden ruimte voor telkens een stadstheater, een groot kunstencentrum, een kleiner kunstencentrum en één of meer werkplaatsen. Deze 'slots' of 'posities' zijn door de hiërarchie (lees: de overheid) geïnstalleerd en sluiten dus andere posities uit. Voor de bezetting van deze slots kan in principe wel worden geconcurrerd, vooral naarmate een slot 'lager' in de geografisch-politieke hiërarchie te situeren is. Zo waren voor de periode 2010–2012 een aantal posities vacant als 'werkplaats beeldende kunsten'. Vijf organisaties dienden daarvoor een subsidieaanvraag in (AIR, Existentie (x=10c), Firefly, FLACC en NICC). Slechts drie daarvan werden gehonoreerd. De feedback over de hypothesen die door deze organisaties werden geformuleerd was niet afkomstig uit de reguliere markt, maar uit de voor dit segment relevante selectieomgeving, namelijk de beoordelingscommissie kunstencentra en werkplaatsen.

4 No Fusion No Kiss No *nY*

Hayeks theorie is een echt succesnummer. In de zin dat zijn opstel aan de basis ligt van een heel discours over de kennisdimensie van concurrentie kan hij met Foucault een 'stichter van discursiviteit' worden genoemd. Om uit te zoeken welke organisatiekenmerken een impact hebben op de experimenteergraad van een bepaalde *community* en op de toename

van kennis is in de recente research het effect van ‘decentralisering’ op kennisontwikkeling uitvoerig onderzocht. Bevindingen van bijvoorbeeld Kerner en Saam zijn dat een hogere concentratie aan organisaties tot een langzamere accumulatie van kennis leidt. Dat blijkt ook te gelden voor een hogere concentratie van activiteiten binnen een organisatie. Bij decentralisatie is het tegendeel het geval. Cruciaal voor kennisontwikkeling is bijvoorbeeld ook de imiteerbaarheid van bepaalde oplossingen. Verspreiding van kennis verloopt sneller naarmate meer oplossingen van actoren / concurrenten nagebootst kunnen worden. Ook in dat opzicht is decentralisering aangewezen.

Voorgaande beschrijving van concurrentie als ontdekkingsprocedure is hoofdzakelijk theoretisch. Toch is de relevantie voor het literaire middenveld overduidelijk. Concreet betekent dit bijvoorbeeld dat het fusie-tijdschrift *nY* er beter nooit was gekomen. Om de zoektocht naar kennis te organiseren is een concurrentieomgeving namelijk een uitstekend medium. Om de ontwikkeling van ‘literatuur’ te stimuleren, kan men de variatie aan literaire en literair-theoretische proposities maar beter opdrijven. Dat kan het best gebeuren door de *institutionele heterogeniteit* te bevorderen. Je kunt, hoe potsierlijk de beeldspraak ook is, beter tien vogels in de hand hebben, dan een in de lucht.

Toegepast op de literaire tijdschriften betekent dit dat je beter meer tijdschriften kunt hebben met elk verschillende literaire en cultuurkritische proposities, dan een tijdschrift met een beperkt aantal proposities. In het belang van de ontwikkeling van de literatuur kan de grotere groep proposities van een grotere groep tijdschriften dan beoordeeld worden door de een zo divers mogelijk groep van relevante selectieomgevingen, dat wil zeggen: de literaire kritiek, de universiteiten, uitgevers, programmatoren van literaire events, beoordelingscommissies etc. Een bredere spreiding betekent ook dat men de sterkste innovaties sneller zal kunnen spotten naarmate in andere tijdschriften meer imitaties opduiken.

Eén fusietijdschrift dat evenveel proposities over nieuwe literatuur zou bevatten als de afzonderlijke tijdschriften waarvan het de voortzetting is, loopt echter het gevaar onvoldoende feedback uit het veld te krijgen over individuele proposities. Met een tijdschrift in plaats van twee vertraagt de kennisaccumulatie. Vanwege het gevaar op ‘selectieve waarneming’ is de kans groot dat veldactoren slechts een beperkt aantal hypotheses uitkiezen, waardoor een aantal andere hypotheses in het kreupelhout van de tijd komen vast te zitten. Dat gevaar bestaat natuurlijk bij elk complex discours waarvan slechts de meest saillante theses worden opgepikt en uitgevergroot.

Bij een fusie (en dus centralisering) bestaat bovendien het gevaar dat de redactie al bij de instroom bepaalde proposities uitfiltert. Twee

tijdschriften betekent ook: twee redacties, met andere woorden: twee selectieomgevingen. Welke grote verschillen verschillende selectieomgevingen in het veld teweeg kunnen brengen, blijkt elk jaar weer uit bijvoorbeeld de toekenning van literaire prijzen. Vanwege de steeds wisselende samenstelling van de jury's worden steeds andere literaire proposities voor het voetlicht gebracht. Ook de toegenomen heterogeniteit van literaire prijzen zelf bewijst dit. Kijk maar naar de kloof tussen de literaire proposities die door de VSB-jury worden geselecteerd en de keuze van de Herman de Coninck-jury. Het hoeft, denk ik, ook geen betoog dat iets soortgelijks voor bloemlezingen geldt. Andere samenstellers, andere literaturen. Zoïets. Eén nY-redactie betekent dus noodgedwongen een andere lectuur van het veld en een andere selectieve waarneming dan een yang-redactie plus een fNZ-redactie. Alleen daardoor al lopen wij – dat is de literatuur – het gevaar min of meer relevante ontwikkelingen mis te lopen.

Nieuwe literaire proposities detecteert men echter niet alleen in tijdschriften. Als ik daarnet voorstelde de institutionele heterogeniteit te bevorderen, dan bedoel ik dat ook letterlijk. Het tijdschrift is namelijk slechts één medium waarmee men de ontwikkeling van de literatuur kan bevorderen, maar als medium is het redelijk homogeen. Bij nY verwacht ik het grootste heil van de interne institutionele heterogenisering. De opsplitsing in print en web biedt alle kansen op het ontwikkelen van afzonderlijke proposities die intern contradictorisch zouden kunnen zijn. Wil het fusieproject slagen, in die zin dat de fusie wezenlijk meer bijdraagt tot de ontwikkeling van de literatuur dan de afzonderlijke tijdschriften, dan zal op een verregaande heterogenisering van de eigen organisatie moeten worden ingezet, wat eigenlijk weer ongerijmd is, want die heterogeniteit was met het bestaan van twee aparte tijdschriften al vooraf en in sterkere mate in het veld gegeven.

Wil men (dat is: het veld, de *stakeholders*, de overheid) de ontwikkeling van de literatuur echter bevorderen dan zal er met enige urgentie werk moeten worden gemaakt van een *ontwikkeling van het literaire middenveld*. Naar analogie met de andere kunsten zullen ook in de literatuur andere organisatietypes moeten worden geïntroduceerd, zoals werkplaatsen, kunstencentra, festivals, nieuwe media-omgevingen en organisatietypes die op dit moment niet bekend zijn maar die mogelijk van onderuit, door ondernemende veldactoren zelf worden ontwikkeld. De 'relevante selectieomgevingen' zullen interessante proposities als dusdanig moeten leren herkennen. Dat is een gevaar, want de kennis van actoren is altijd beperkt. Net zoals markt en overheid vergissen ook selectieorganen zich aanhoudend, wat tot allerlei vormen van marktfalen leidt, die dan weer moeten worden geremedieerd. De uittocht van Behoud de Begeerte naar

het Kunstendecreet, de vraag om opname in het Kunstendecreet van Het beschrijf, de nominatieve opname in de begroting van het Poëziecentrum zijn goede voorbeelden van 'marktfalen' bij zowel de selectieomgevingen als de overheid (Anciaux die ondanks negatief advies Behoud de Begeert tot kunstencentrum maakt; het vFL dat er niet in slaagt voor de twee andere actoren een bevredigende oplossing te creëren). Een op ontwikkeling gefocust literatuurbeleid had voor deze drie grote spelers concrete oplossingen (dat wil zeggen ontwikkelingsscenario's) moeten uitwerken, zowel inhoudelijk als budgettair en met inachtneming van hun belangrijke positie in het literaire middenveld. Koppel deze *Fehlschläge* aan het verdwijnen van *De Vlaamse Gids*, het *Nieuw Wereldtijdschrift*, *yang* en *freespace Nieuwzuid* en het plaatje ziet er niet echt aantrekkelijk meer uit. Het Vlaamse literaire middenveld is op dit moment verschraald en dat heeft zowel met een verschraling van het aanbod te maken als met het ontbreken van een literatuurbeleid.

De fusie van *yang* en *fnz* is dan ook symptomatisch te noemen voor deze verpaupering van het middenveld. Tien jaar geleden werd na tien jaar actievoeren het Vlaams Fonds voor de Letteren opgericht. Bedoeling was een kwalitatieve en kwantitatieve progressie van het literaire subsidiebeleid te bewerkstelligen. Adviesprocedures voor subsidiedossiers dienden sneller en beter te verlopen dan bij de administratie. Om auteurs continuïteit in hun werkzaamheden te kunnen bieden, moest de annuïteit van de begroting worden omzeild. De creatievoorwaarden dienden te worden verbeterd.

Dit is niet de plaats noch het moment om het proces van het vFL te maken, maar voorlopig ziet het er naar uit dat de balans op beleidsvlak niet echt positief is. Alles heeft er de schijn van dat het vFL in wezen een geoutsourcete administratie is, die op het vlak van literatuurbeleid schromelijk is achtergebleven. Wat heeft het literaire veld aan een keurige administratieve afhandeling van subsidiedossiers als de literatuur verweesd achterblijft en haar ontwikkeling nauwelijks wordt gestimuleerd? Als initiatieven uit het veld niet worden beoordeeld op hun ondernemerspropositie, maar vanuit een hiërarchische positie die in de eerste plaats van bureaucratisch wantrouwen getuigt? Ik heb het niet over een concreet geval als de 'starterssubsidie' die indertijd aan *fnz* werd toegekend, maar over iets fundamenteelers: namelijk de tunnelvisie van het vFL, waarbij hoofdzakelijk op het rekenblad en de jaarrekening wordt gekeken en niet naar de toekomst. Waarbij dus meer belang wordt gehecht aan het indienen van de juiste formulieren op de juiste tijdstippen dan aan de toekomst van het veld waarvoor die formulieren worden ingevuld.

Zeker wanneer men de beleidsevolutie in de literatuur vergelijkt met de beleidsevolutie in de andere kunsten sinds het Kunstendecreet, is er

sprake van een achterstelling van de literatuur. De meest doortastende maatregelen die de het voorbije tien jaar werden genomen zijn de subsidies voor het recensieplatform *De Reactor* en de vrijmaking van middelen voor e-literatuur. Voor de rest wordt vooral het status quo beheerd.

Ik vraag me al tien jaar af waar de *sweeping statements* van het vFL blijven, en de beleidsnota's van de Raad van Bestuur die ertoe moeten leiden dat de Vlaamse literatuur aansluiting kan vinden bij het kruim van de internationale literatuur. Van Berlijn tot San Francisco en van Tokyo tot Kaapstad. Ik spreek me hier in geen geval uit over de feitelijke uitvoering van het Kunstendecreet, maar wie een blik werpt op het middenveld van de kunsten die onder dat Kunstendecreet vallen, moet vaststellen dat daar alvast reële institutionele mogelijkheden voorhanden zijn voor een gedifferentieerde artistieke ontwikkeling. Werkplaatsen, kunstencentra, festivals, tijdschriften, organisaties en individuele werkbeurzen bieden beeldende kunstenaars, musici en podiumkunstenaars een institutioneel kader, een middenveld waarin de productie van dans, muziek, beeldende kunst voldoende mogelijkheden krijgt.

Alle sectoren beschikken intussen ook over een steunpunt dat als decretale opdracht de bemiddeling tussen veld en overheid heeft. Er zijn zelfs steunpunten voor erfgoed, lokaal cultuurbeleid en sociaal-cultureel volwassenenwerk. Maar waar is het steunpunt voor de literatuur? Welke argumentatie kan de Vlaamse overheid hanteren om voor zowat elke culturele sector een steunpunt op te richten *behalve* voor de literatuur? Is dat de prijs die voor een onafhankelijk fonds moest worden betaald? Waarom heeft het vFL niet allang en openlijk gepleit voor een steunpunt voor de letteren? Decretaal gezien kan het vFL zelf die functie nooit invullen. Het is ook totaal niet wenselijk dat het vFL die functie toegewezen krijgt, omdat het een beleidsuitvoerende organisatie is die nooit de neutrale positie tussen veld en overheid kan innemen die de andere steunpunten moeten innemen.

Daarmee is niet gezegd dat een steunpunt de ontwikkeling van de literatuur zou stimuleren. Maar er zou alvast een instantie zijn, zoals de moeder van alle steunpunten het Vlaams Theater Instituut, die veldonderzoek kan verrichten en die op basis van behoeftendetectering beleidsaanbevelingen kan doen.

Wat aanvankelijk een grote fusie leek, een vrolijke, voluntaristische bundeling van krachten, blijkt uiteindelijk een zwakgebod. Niet van de redacties van *yang en freespace Nieuwzuid*, maar van het Vlaamse literaire bestel dat de oprichting van een autonoom Fonds voor de Letteren lijkt te hebben betaald met een periode van institutionele stagnatie. Dat toont ons natuurlijk de macht van de politiek. Het maakt ons ook duidelijk

dat er voor het veld alleen kan worden onderhandeld door *powerplayers*. Door vertegenwoordigers die zwaar kunnen onderhandelen en die op politiek machtsspel een politiek antwoord hebben.

Bronnen

- Bert Anciaux, *Beleidsnota 2000-2004 Cultuur*, 2004
- Pierre Bourdieu, *Questions de sociologie*, Minuit, Paris, 1984a
- Pierre Bourdieu, 'The Market of Symbolic Goods' in: *Pierre Bourdieu. The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, Columbia University Press, New York, 1984b. Zie ook <http://web.mit.edu/allanmc/www/bourdieu2.pdf>
- Pierre Bourdieu, *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*, Van Gennep, Amsterdam, 1989
- Pierre Bourdieu, *De regels van de kunst. Wording en structuur van het literaire veld*, Van Gennep, Amsterdam, 1994
- Pierre Bourdieu en L.J.D. Wacquant, *Argumenten. Voor een reflexieve maatschappijwetenschap*, SUA, Amsterdam, 1992
- R. Czada, 'Kooperation als Entdeckungsverfahren. Überlegungen zum Innovationspotenzial assoziativen Handelns' In: Siegfried Frick, Reinhard Penz, Jens Weiß, *Der freundliche Staat. Kooperative Politik im institutionellen Wettbewerb*, Marburg, Metropolis Verlag, 2001, p. 133-168.
- <http://www.politik.uni-osnabrueck.de/POLSYS/Archive/download/6/8/09>
- Boris Groys, *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*, Carl Hanser Verlag, Wien, 1992
- Friedrich von Hayek, 'Competition as a Discovery Procedure', vert. Marcellus S. Snow, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 5, Fall 2002, nr. 3, p. 9-23
- C. Hermann-Pillath, 'Wettbewerb als ontologische Universalie: Natürliche Arten, wettbewerbliche Interaktionen und Internalisierung', Karl von Delhaes und Ulrich Fehl (red.), *Dimensionen des Wettbewerbs*, Lucius & Lucius Verlag, Stuttgart, 1997, pp. 321-355
- T. Mallikarjunappa & Nayak Panduranga, 'Why Do Mergers And Acquisitions Quite Often Fail?', *AIMS International Journal of Management*, Vol. 1, nr. 1, 2007, pp. 53-69