

Smokkelwaar in het literaire bedrijf

In de onlangs verschenen - tweede - aflevering van zijn *Feuilletons* waagt Jeroen Brouwers zich aan een genadeloze strafexpeditie tegen zijn vroegere uitgever Ronald Dietz, de directeur van De Arbeiderspers. Dat biedt niet steeds een even verheffende aanblik; Brouwers' gewoonte zijn privé-vetes op straat uit te vechten is niet voor iedereen een feest, omdat de particuliere rancune te vaak door de argumenten heen steekt. Toch raakt hij aan iets van algemener belang. Want Dietz vertegenwoordigt in Brouwers' ogen niet alleen zichzelf, maar ook de 'verloedering' van het oude uitgeversvak: 'Thans moet er, ten koste van wat ook, geld worden gemaakt. Marketing. Management. Snelle omzet. De publiciteit 'bespelen'. Instant-succes. Flikker de rotzooi maar op de markt'.

Wie sommige in *Feuilletons* geciteerde uitspraken van Dietz leest, kan wel met Brouwers meevoelen. 'Literatuur is voor een groot deel een emotiemarkt', zegt Dietz bijvoorbeeld. Elders heeft hij het over 'boeken waarvan je denkt: deze zijn goed voor een bepaalde groep, daar kan ik een doelgroep bij verzinnen, omdat het een trend is'. Zo denkt en spreekt niet iemand die in de eerste plaats van literatuur houdt, zo denkt en spreekt een koopman.

Brouwers' klachten klinken allesbehalve nieuw. Schrijvers en uitgevers hebben uiteraard gemeenschappelijke belangen, maar er bestaat ook een verschil: de schrijver kan zich beperken tot schoonheid, belangeloosheid, afkeer van direct nut; de uitgever moet tevens denken aan de wet van het rendement, die de literaire markt (zoals elke markt) regeert. En het ligt er maar aan waarop een uitgever het accent legt in de omgang met zijn auteurs. Onthullend is wat dit betreft Brouwers' verontwaardiging over het feit dat Dietz hem en zijn collega's in een circulaire heeft aangeduid als 'schrijvende medewerkers'. 'Geen idee van verhoudingen, deze patjepeer', reageert een gekrenkte Brouwers.

Wie heeft gelijk? Misschien is het aardig even te luisteren naar de Franse criticus Sainte-Beuve, die halverwege de vorige eeuw schreef over de literaire 'democratie' van die dagen: 'De overgrote meerderheid van de literatoren zijn arbeiders, werklieden van een bepaald niveau, levend van hun pen'. Of naar Balzac, die in een roman met de veelzeggende titel *Illusions perdues* een van zijn wereldwijze helden laat opmerken: 'Ons monument dat we met ons bloed hebben opgericht wordt voor de uitgevers een goede of een slechte zaak. De boekhandelaren zullen je manuscript verkopen of niet. Dat is hun enige probleem. Voor hen vertegenwoordigt een boek te riskeren kapitaal. Elke superieure geest verheft zich boven de massa, zijn succes is dus evenredig aan de tijd die vereist is om het werk te waarderen. Geen enkele boekhandelaar wil wachten. Het boek van vandaag moet morgen verkocht worden.'

Het had gisteren geschreven kunnen zijn, bijvoorbeeld door Jeroen Brouwers, in dat geval zonder twijfel begeleid door welsprekend getier. Schrijvers zijn 'arbeiders', ook al willen ze dat liever niet weten. Zij maken deel uit van het literaire bedrijf, hoewel niet precies op dezelfde manier als uitgevers en boekhandelaren; zij belichamen het esthetische avontuur van de literatuur, dat door de anderen als

'product' aan de man wordt gebracht. Beide partijen zijn op een - soms - ongemakkelijke manier aan elkaar gebonden, als in een gearrangeerd huwelijk waarmee de partners nooit volledig hebben kunnen instemmen.

Dat heeft alles te maken met de inherente paradox van de verbintenis: de economie van het bedrijf maakt de creatie en verbreiding van esthetische ervaringen mogelijk, die zelf het tegendeel behelzen van de economische orde. Dat de literatuur een 'bedrijf' is geworden, staat echter niet op zichzelf. Het past in het proces van arbeidsdeling en - relatieve - autonomisering, dat de moderne 'rationalisering' (Max Weber) met zich meebrengt. Autonom zijn deze bedrijven doordat zij voor een belangrijk deel hun eigen regels kunnen bepalen; relatief is die autonomie doordat het literaire bedrijf zich nooit zal kunnen onttrekken aan het marktprincipe.

Maar de literatuur claimt voor zichzelf eveneens autonomie, een autonomie die in de praktijk al even relatief blijkt te zijn als die van het bedrijf. Ook dat is een oud verhaal. De literaire of esthetische autonomie is namelijk vrijwel gelijktijdig ontstaan met die autonome bedrijven, tegen het eind van de achttiende eeuw, toen de moderne wereld voor het eerst haar - nog altijd herkenbare - gezicht liet zien. De tegenstelling tussen de ene autonomie en de andere zou dus wel eens op een verborgen medeplichtigheid kunnen berusten.

Destijds werden kunst en literatuur bevrijd van hun tot dan toe verplichte gebondenheid aan de altijd hogere waarden, die religie, moraal en politiek haar voorschreven. In Kants beroemde definitie van het smaakoordeel als een 'belangeloos welbehagen' vond de esthetische autonomie haar meest pregnante formulering. De schoonheid werd zagezegd haar eigen baas, nog slechts gehoorzaamend aan de regels van het creatieve 'genie'.

Tegelijkertijd verviel de afhankelijkheid van - doorgaans adellijke - opdrachtgevers, en met het anonieme massapubliek deed de markt haar intrede in de literatuur. Aanvankelijk werd ook deze verandering door sommigen begroet als een bevrijding. 'Schrijvers hebben nu geen andere patroon dan het publiek, en het publiek, in zijn algemeenheid genomen, is een goede en genereuze meester', schreef Oliver Goldsmith nog vol vertrouwen in de jaren zestig van de achttiende eeuw.

Een eeuw later dacht Gustave Flaubert hier al heel anders over. Dat met echte literatuur goed geld te verdienen was, achtte hij een illusie. 'Hoe gewetensvoller je te werk gaat, des te minder voordeel trek je ervan. Zelfs met m'n hoofd onder de guillotine handhaaf ik dit axioma. Wij zijn luxe-arbeiders; niemand is rijk genoeg om ons te betalen', schreef hij in een brief uit 1864. Flaubert bezat het 'gevoel van verhoudingen' dat Brouwers zo op prijs stelt. Voor hem bestond tussen economie en literatuur een wereld van verschil. Om die reden mocht er ook niet te veel geklaagd worden, vond hij: 'Ik zie de relatie niet die bestaat tussen een vijf francs-stuk en een idee. Men moet de kunst om de kunst zelf beminnen; zo niet, dan is het nederigste vak meer waard'. Geholpen door een bescheiden lijfrente, wist Flaubert zich de druk van het literaire bedrijf min of meer van het lijf te houden.

Helaas kon niet iedereen zich zo'n compromisloze houding veroorloven. De trouw aan het *l'art pour l'art*, de meest extreme versie van de esthetische autonomie, werd vaak betaald met armoede en vergetelheid, die hoogstens postuum werden

goedgemaakt. Ziedaar het inmiddels tot cliché geworden beeld van de moderne kunstenaar, de romantische rebel die als enige belangeloos de waarheid zegt en de schoonheid dient. In dat beeld is voor het literaire bedrijf geen plaats. Maar dat wil niet zeggen dat het niet bestond en zich niet deed gelden.

Al in 1840 kon - opnieuw - Sainte-Beuve zijn bezorgdheid uitspreken over een nieuwe 'littérature industrielle', vervaardigd door al die schrijvende 'arbeiders' die hij elders had aangewezen. Weliswaar had men altijd voor geld geschreven, moest Sainte-Beuve toegeven, maar nu trad de geldzucht naar buiten met een niet eerder vertoonde schaamteloosheid. Via de krant, waarin zoveel schrijvers hun romans als feuilleton publiceerden, was de 'industrie' bovendien tot in het literaire kunstwerk zelf doorgedrongen. Bijvoorbeeld doordat men zijn roman volstopte met liefst zo kort mogelijke dialogen; auteurs werden in de krant immers per regel betaald en hoe meer regels, des te groter de verdiensten.

Een van de meest opvallende gewaarwordingen bij het lezen van cultuurkritische geschriften (en Sainte-Beuve's artikel behoort beslist tot het genre) is dat het altijd nog erger blijkt te kunnen. Feuilleton en betaling per regel zijn tegenwoordig niet meer aan de orde, maar het bedrijf heeft inmiddels zo'n greep op de literatuur gekregen dat de boeken zelf er soms amper nog toe lijken te doen. Schrijvers worden tot 'sterren' gebombardeed, leggen in interviews en op de televisie hun interessante innerlijk bloot, trekken voorlezend door het land, signeren zich een lamme pols, en het is telkens weer een wonder hoe ze erin slagen tussen de bedrijven door een nieuw boek te produceren.

Ook dit is een clichébeeld geworden. Door Jeroen Brouwers, die nog altijd met overgave de rol van romantische rebel speelt, wordt het niettemin als een actueel schrikbeeld gepresenteerd - de praktische consequentie van de *sales policy*, de 'emotiemarkt', de 'doelgroepen' en de 'trends', die hij in het hoofd van zijn voormalige uitgever ziet rondspoken.

Het beeld laat zich nog uitbreiden, met het toenemende belang van bestsellerlijsten, de diverse Boekenweken, het spectaculaire prijzencircus met zijn nominaties en bommeldingen: stuk voor stuk symptomen van de verregaande mate waarin het bedrijf de literaire agenda is gaan bepalen. Ook is de literaire kritiek niet buiten schot gebleven. Hans Magnus Enzensberger gaat zelfs zo ver (in zijn essaybundel *Mittelmass und Wahn* uit 1988) om van een 'Rezensenten-Dämmerung' te spreken.

Critici oude-stijl, voor wie de literatuur het hoogste cultuurgoed vertegenwoordigde, bestaan niet meer volgens Enzensberger. In hun plaats zijn de 'recensenten' gekomen, die hij rekent tot de 'Zirkulationsagenten', volledig dienstbaar aan het literaire bedrijf. Onvermoeibaar vullen zij hun kolommen in krant of weekblad, maar in feite zijn zij al lang overvleugeld door de reclamemakers en de tv-persoonlijkheden die veel meer voor de verkoop betekenen, ongeacht of zij het boek in kwestie nu hebben gelezen of niet.

Enzensberger vindt het geen ramp dat de literatuur en de literaire kritiek hun centrale positie in het culturele veld zijn kwijtgeraakt. Literatuur is nu weer geworden, schrijft hij, wat zij aanvankelijk is geweest: een 'minderheidsaangelegenheid'. Hij

constateert het met onmiskenbare opluchting, eindelijk is men weer 'onder elkaar'. De kleine schare ware liefhebbers weet wat waardevol is toch wel te vinden, via de mond-tot-mond reclame, die hij 'even kosteloos als onbetaalbaar' noemt.

Zou het echt? Ik vrees dat Enzensbergers montere cynisme hier wat al te rooskleurig uitpakt. Net als de romantische rebel ontkent hij zo niet de aanwezigheid, dan toch de onmisbaarheid van het literaire bedrijf. Hij lijkt genoeg te nemen met een bescheiden reservaat, waarvan het voortbestaan overigens geenszins is gegarandeerd. Maar zijn ook de schrijvers bereid daarmee genoeg te nemen? Een andere, vervelender vraag is of deze schrijvers, mochten zij hun marginaliteit accepteren, niet toch afhankelijk blijven van het literaire bedrijf, zij het op een negatieve manier. Als trotse niet-verkopende, weinig gelezen auteurs ontlenen zij hun zelfrespect immers voor een belangrijk deel aan dat wat zij juist trachten te negeren.

Een erg aantrekkelijk perspectief lijkt het al met al niet. Zinniger is het om, gelet op de gelijktijdige oorsprong, de tegenstelling tussen literair bedrijf en esthetische autonomie inderdaad te zien als een heimelijke medeplichtigheid. Dat relativiseert de tegenstelling, die uit nu achterhaalde anti-burgerlijke motieven te lang is volgehouden. Daarbij sneuvelt alleen de romantische rebel; voor zijn slechts geworden verzet blijft geen ruimte meer over, behalve wellicht in een talk-show of een eenmanstijdschrift waar hij als atavistisch curiosum zijn oprechte woede kan ventileren tot vermaak van allen.

Het heeft geen zin zich blind te staren op de gevaren van het literaire bedrijf. Verzet en geklaag helpen niet. Brouwers kan met zijn polemieken Ronald Dietz een vervelende dag bezorgen, iets veranderen zal hij niet. De hardnekkigheid van zijn argumenten, al meer dan anderhalve eeuw lang, bewijst hun steriliteit. Het literaire bedrijf blijft, met alles wat erbij hoort, een onontkoombaar gegeven, waaraan de schrijver zich alleen maar kan aanpassen. De meeste schrijvers doen dat ook, ze spelen het spel mee, maar bij sommigen valt wel een innerlijk voorbehoud te constateren.

Dat voorbehoud komt tot uiting op de enige plaats die er nog toe doet, nadat de tegenstelling tussen bedrijf en autonomie haar urgentie heeft verloren: in het werk zelf. Daar wordt het zichtbaar voor de goede verstaander, die zich net als de schrijver een eigen pad kapt door het propvolle oerwoud van de postmoderne literaire cultuur.

Witold Gombrowicz heeft ooit gezegd dat al zijn romans een parodiërend element bevatten. *Ferdynand* zou een parodie zijn op 'de filosofische vertelling in de trant van Voltaire', *Pornografie* bevatte naar zijn zeggen de uiterlijke kenmerken van 'de goedmoedige Poolse boerenroman', *Kosmos* werd door hem 'min of meer een detectiveroman' genoemd. In werkelijkheid vallen zijn romans met geen van deze genres samen; Gombrowicz heeft slechts gebruik gemaakt van traditionele vormen om hun ware inhoud voor de lezer acceptabeler te doen zijn. In de *Gesprekken met Dominique de Roux* merkt hij hierover op: 'De actueelste smokkelwaar vervoeren in boerenkarren (...), dat spreekt me aan'.

Veel hedendaagse literatuur bevat zulke 'smokkelwaar', verborgen in een gemakkelijk aansprekende vorm waarin iets heel anders wordt gezegd voor wie het wil en kan horen, en dat zou - Enzensbergers 'Dämmerung' ten spijt - zelfs een recensent

kunnen zijn. Ogenschijnlijk volgt deze literatuur de 'trend', welke dan ook, waarop het literaire bedrijf zit te wachten. Maar ondertussen houdt de schrijver een slag om de arm; hij schrijft, zou je kunnen zeggen, in een dubbel register. Een mooi voorbeeld is de huidige hausse in autobiografische romans, waarmee ongetwijfeld een bloeiende 'emotiemarkt' op haar wenken wordt bediend.

De meeste van dergelijke romans bieden wat ervan verwacht kan worden, ze nodigen uit tot een directe, emotionele herkenning; andere autobiografische romans, zoals *Rachels rokje* van Charlotte Mutsaers of *Gesloten huis* van Nicolaas Matsier, doen ook nog iets anders. In het eerste geval is de autobiografie verborgen onder een verbaal vuurwerk, dat uiteindelijk een metamorfose van de hoofdpersoon bewerkstelligt. In het tweede geval blijkt dat de verteller er in feite op uit is zichzelf kwijt te raken. Een vreemde wens voor een autobiograaf, maar je zou er ook een aanwijzing in kunnen lezen naar de eigenlijke inzet van de roman. Het wonderlijke verlangen te verdwijnen biedt dan een opening naar de imaginaire ruimte van de literatuur, waarin alles steeds weer opnieuw begint - net zoals de niet minder wonderlijke metamorfose van Mutsaers' hoofdpersoon dat doet.

Geen van beide schrijvers is openlijk in verzet, die ene sneer naar de 'Vooruitgang' bij Mutsaers daargelaten. Binnen de maalstroom van het literaire bedrijf houden zij daarentegen vast aan de soevereiniteit van de verbeelding en bewaren zo op een onnadrukkelijke manier datgene, waaraan de literaire autonomie ooit met demonstratieve agressie haar bestaansrecht ontleende. Op vergelijkbare wijze neemt Kees 't Hart in *Blauw Curaçao* de psychologische roman in bruikleen, Atte Jongstra in *Het huis M.* de detective. Evenals Mutsaers en Matsier hebben zij boeken geschreven die met meer of minder succes meedraaien in het literaire bedrijf, zonder daar volledig aan te beantwoorden.

Dit kleine, misschien zelfs onooglijke verschil suggereert wat er voor de oude tegenstelling tussen bedrijf en autonomie in de plaats komt: 'smokkelwaar' die de ontvankelijke lezer de ogen kan openen om de wereld waarvan het literaire bedrijf slechts een van de vele segmenten vormt anders te bezien. Niet meer met een furieus doch vergeefs verzet, maar met een innerlijk voorbehoud dat die wereld verhindert zich in het hoofd van de lezer te sluiten.

(NRC Handelsblad, 20-12-1996)