



Literaire institutionalisering

Vlaamse literatuur internationaal: het
buitenlandbeleid van het Vlaams Fonds
voor de Letteren

Anke De Winter

Masterproef aangeboden binnen de opleiding
master in de Westerse Literatuur

Promotor prof. dr. Reine Meylaerts

2013-2014

159 963 tekens

ABSTRACT

The Flemish literary landscape has a very open character towards international literature and in bookshops or libraries it is easier to find a translated work than an original Flemish title. This openness gives Flemish literature a good starting point to launch its own titles on the foreign market. However, it remains difficult to acquire visibility in foreign countries, because Flanders and the Dutch language are small. To help Flemish authors in achieving translations of their work, the Flemish Literature Fund (FLF) was set up, with as one of its tasks helping to spread Flemish literature abroad. The following study investigates the FLF and looks especially into its foreign policy.

The study is supported by four theoretical insights from various literary scientists: the structure of the literary field, the hierarchical structure of the world republic of letters, the experience economy and the contrast between the artistic and economic pole of the literary field.

Until now the Fund's foreign policy has always been a translation policy, which means that one wants to generate as many translations of Flemish titles as possible. To this end, the FLF has developed many instruments, which this study seeks to analyse. The most important instrument is granting subsidies; thus foreign editors can ask for financial help to translate a Flemish book and authors can ask for a travel grant to go abroad to promote their works. The Fund also provides information and documentation to inform foreign editors about what is available. Another important element in the translation policy is the presence of the Fund's employees on international book fairs, where they meet professionals and present titles. Furthermore, the FLF works on the professionalization of literary translators, because the quality of their work is essential to a successful translation. The Fund also organises smaller presentation initiatives, where it actively presents and promotes Flemish authors and their work.

A new development in the Fund's foreign policy is its intention to present Flemish authors more actively and systematically. The translation policy remains the central point, but to secure the Flemish literature's reputation active presentation is necessary. This study examines the concept of presentation and points out some debatable elements about it. Furthermore the Guest of Honour presentation on the *Frankfurter Buchmesse* in 2016 is looked into, as a unique opportunity to present Flemish authors to professionals and to a broader public. In combination with the Book Fair, other literary events are organised in all of Germany. As the German market is the most important for the Flemish literary export these presentation opportunities can only strengthen Flanders' reputation. The study also investigates the difficult relation between Flemish and Dutch literary markets. Although one shares the same language and the literary field knows an interesting intertwining, readers barely know each other's literature. To this end it is necessary to consider the question if the Netherlands should be part of a presentation policy or not. Then the thesis examines some partners which are essential for the FLF if it decides to invest more in active presentation. Interviews with the people involved shed light on their own opinion about the policy's expansion. Finally, the study formulates some advice, which should help the Flemish Fund in establishing the new policy.

DANKWOORD

Een masterproef komt niet tot stand zonder hulp van velen. Ten eerste wil ik graag mijn promotor bedanken, professor Meylaerts, voor haar hulp en begeleiding. Haar college *Literatuur in vergelijkend perspectief* in het derde jaar was bovendien mijn eerste ontmoeting met het concept 'wereldliteratuur' en ligt mee aan de basis van mijn interesse in het onderwerp, dat nu resulteert in deze thesis. Verder dank ik het Vlaams Fonds voor de Letteren, en in het bijzonder Michiel Scharpé, die ontzettend veel informatie beschikbaar stelde en al mijn vragen beantwoordde. Ook was deze thesis onmogelijk geweest zonder de reacties, mondeling of schriftelijk, van de talrijke respondenten vanuit de hele wereld. Het is een hele ervaring om e-mails te krijgen uit Argentinië of Zuid-Afrika of om telefoongesprekken te voeren met BV's. Ten slotte wil ik ook nog mijn ouders en zussen bedanken voor hun motiverende woorden en al hun naleeswerk.

INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT	2
DANKWOORD	3
1. INLEIDING	6
2. HET VLAAMS FONDS VOOR DE LETTEREN	7
2.1 Ontstaan VFL	7
2.2 Verfondsing	7
2.3 Structuur VFL	8
2.4 Werking VFL	9
2.4.1 Literatuuropvatting VFL	9
2.4.2 Subsidies	10
2.4.3 Samenwerking met andere actoren in het veld	12
3. THEORETISCHE ACHTERGROND	13
3.1 Theoretisch kader	13
3.1.1 Het literaire veld	13
3.1.2 Hiërarchische verhoudingen in de wereldliteratuur	16
3.1.3 Beleveniseconomie en auteursmarketing als verklaring voor presentatie	17
3.1.4 Cultuur versus economie	19
3.2 Toepassing theoretisch kader op VFL	20
3.2.1 Positionering VFL in het literaire veld	20
3.2.2 Op zoek naar 'littérisation'	21
3.2.3 Beleveniseconomie en auteursmarketing binnen het buitenlandbeleid	23
3.2.4 Omgaan met de spanning tussen een cultureel product en de promotieopdracht	24
3.3 Conclusie	25
4. CASE: BUITENLANDBELEID VFL	26
4.1 Vertaalbeleid	26
4.1.1 Subsidies	26
4.1.2 Informatie	27
4.1.3 Boekenbeurzen	27
4.1.4 <i>Publishers tour</i>	28
4.1.5 Grotere presentaties	29
4.1.6 Vertalershuis en vertaalprijzen	31
4.1.7 Conclusie	32
4.2 Presentatiebeleid	32
4.2.1 Presentatie als containerbegrip	33

4.2.2 Gastlandschap Frankfurter Buchmesse 2016.....	35
4.2.3 Nederlandse lezers	37
4.2.4 Onderzoek naar partners voor een presentatiebeleid	39
4.2.4.1 Auteurs.....	39
4.2.4.2 Vertalers.....	42
4.2.4.3 Nederlands Letterenfonds	42
4.2.4.4 Vlaamse vertegenwoordigers.....	45
4.2.4.5 Buitenlandse lectoraten Nederlands	48
4.2.4.6 Buitenlandse uitgeverijen	50
4.2.4.7 Buitenlandse festivals	51
4.2.4.8 Overige partners	53
4.2.5 Aanbevelingen.....	54
4.3 Conclusie.....	54
5. ALGEMEEN BESLUIT	56
6. BIBLIOGRAFIE.....	59
6.1 Publicaties.....	59
6.1.1 Boeken	59
6.1.2 Artikels.....	59
6.1.2 Andere publicaties.....	60
6.2 Websites	61
6.3 Overige bronnen	62
7. BIJLAGEN	63
7.1 Bijlage: Overzicht subsidies Vlaams Fonds voor de Letteren.....	63
7.2 Bijlage: Overzicht subsidies buitenlandwerking Vlaams Fonds voor de Letteren	65
7.3 Bijlage: Lijst van respondenten	67
7.4 Bijlage: Voorbeeldvragenlijsten	68
7.4.1 Auteursmail.....	68
7.4.2 Docentenmail	69

1. INLEIDING

Als Vlaamse lezer kom je heel gemakkelijk in contact met buitenlandse literatuur. In boekwinkels of bibliotheken vind je vlotter een vertaald boek dan een origineel Vlaams of Nederlands werk. Dit toont een belangrijke karaktereigenschap van het Vlaams literatuurlandschap: openheid ten opzichte van buitenlandse titels. Dit open karakter vormt een goede uitgangspositie om ook in de andere richting te werken: namelijk om Vlaamse titels te exporteren naar het buitenland. Het blijkt echter moeilijk om aanwezig te zijn op die buitenlandse markt. Vlaanderen is maar een kleine regio en ook het Nederlands is geen grote taal en kan weinig gewicht in de schaal leggen in vergelijking met dominante talen als het Engels, Spaans, Frans en Duits. Om Vlaamse auteurs te helpen met het verwerven van internationale zichtbaarheid bestaan er instanties als het Vlaams Fonds voor de Letteren (VFL).

Een van de taken van het Fonds bestaat erin mee te helpen aan de verspreiding en promotie van Vlaamse literatuur in het buitenland. Er worden ook vertalingen gerealiseerd zonder steun van het Fonds, maar deze komen niet aan bod in deze thesis. De specifieke werking en structuur van het VFL komen aan bod in hoofdstuk twee. Om de genoemde deeltaak te realiseren heeft het Fonds een buitenlandbeleid en een buitenlandwerking opgezet. In deze paper wordt ingezoomd op dit buitenlandbeleid en specifiek op de uitbreiding van dat beleid. Tot nu richtte men zich op het genereren van vertalingen en op het verkopen van zoveel mogelijk rechten, aangevuld met enkele promotionele acties. Het VFL wil in de toekomst daarnaast meer inzetten op actieve presentatie van Vlaamse auteurs, zonder zich specifiek te richten op het genereren van een vertaling. De voorliggende masterproef gaat dieper in op deze twee pijlers van het buitenlandbeleid van het VFL. Concreet worden volgende vragen onderzocht. Hoe functioneert het huidige vertaalbeleid van het Fonds? Welke instrumenten worden gebruikt om vertalingen te genereren? Zijn er ook punten van kritiek op dit beleid? In een tweede fase wordt een mogelijk presentatiebeleid onder de loep genomen. Wat is presentatie? En welke partners kunnen het Fonds helpen bij de uitwerking van dit beleid? Deze vragen worden geanalyseerd in hoofdstuk vier van de masterproef.

Het onderzoeksonderwerp wordt ondersteund door theorieën van Dorleijn en van Rees, Casanova, Pine en Gilmore en Bourdieu. Aan de hand van hun ideeën over respectievelijk het literaire veld, de structuur van de wereldliteratuur, de beleveniseconomie en de spanning tussen kunst en commercie wordt in hoofdstuk drie een kader geschetst waarin het VFL en haar buitenlandbeleid gepositioneerd kunnen worden.

Uiteraard kon deze paper niet tot stand komen zonder het nodige bronnenmateriaal. Voor het inleidend hoofdstuk over het VFL heb ik gebruik gemaakt van jaarverslagen, beleidsplannen en interne documenten van het Fonds zelf. Voor het theoretisch kader zorgden de werken van de genoemde theoretici, aangevuld met enkele essays, artikels en collegenota's. Het onderzoek naar het buitenlandbeleid kwam tot stand via informatie van het Fonds en via verschillende interviews en mailcontacten met betrokkenen.

2. HET VLAAMS FONDS VOOR DE LETTEREN

2.1 Ontstaan VFL

Het VFL is actief sinds 1 januari 2000. Voor het ontstaan van het Fonds was er enkel een Commissie van Advies tot Bevordering van de Nederlandse Letterkunde in België. Deze commissie gaf advies aan de minister over de toekenning van subsidies, maar een van de problemen met deze instantie was dat de minister elk advies naast zich neer kon leggen. Bovendien kenden de Vlaamse auteurs een moeilijke sociaaleconomische positie in de jaren '90, zeker in vergelijking met hun Nederlandse collega's, die al op steun konden rekenen vanaf de oprichting van het Nederlands Letterenfonds in 1965. Er was in die periode dus sprake van een 'non-letterenbeleid'¹ en vanuit het veld rees de vraag naar een fonds om de steun aan schrijvers onafhankelijk te maken van de politiek. Uiteindelijk kwam dat fonds er ook: het decreet tot oprichting werd goedgekeurd in het Vlaams Parlement op 30 maart 1999. De structuur en werking van het fonds werden grotendeels gebaseerd op het Nederlandse Letterenfonds. Het Fonds is een Vlaamse instelling en hoort binnen het beleidsdomein Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Overheid.

2.2 Verfondsing

De letterensector is samen met de audiovisuele sector (Vlaams Audiovisueel Fonds) de enige sector in het brede culturele veld met een fondsstructuur. In een onderzoek naar verfondsing binnen het Vlaamse culturele veld werd een kunstfonds gedefinieerd als "een organisatie die een bepaalde mate van onafhankelijkheid ten opzichte van de politiek geniet en die als voornaamste taak heeft financiële ondersteuning te bieden aan (een deel van) de kunsten in een bepaald geografisch gebied"². Binnen het Vlaamse cultuurbeleid geldt in het algemeen het principe van het 'primaat van de politiek'. Dit betekent dat ministers de eindbeslissingen nemen over het te voeren beleid, meestal wel op basis van adviezen van experts. 'Verfondsing' gaat in tegen de normale procedure en houdt in dat een fonds zelf instaat voor de verdeling van subsidiegelden binnen hun domein³.

Er zijn verschillende redenen waarom een fonds opgericht wordt in de kunstensector. De belangrijkste drijfveren zijn de strijd tegen de politieke inmenging en het primaat van de artistieke kwaliteit⁴. De (juiste) afstand tussen de politiek en de kunstensector is een terugkerend onderwerp in het cultuurbeleid van veel landen. Men spreekt hierover vaak in termen van het *arms' length*-principe⁵.

¹ M. Bilcke. *Het verhaal achter de imprint. Uitgeefstrategieën en literaire opvattingen bij de fondswerving van uitgeverij Kritak en Van Halewyck*. Masterproef Universiteit Gent. 2012: 23.

² A. Schramme & L. Viskens. *Verfondsing in Vlaanderen? Onderzoek naar de wenselijkheid van (verdere) verfondsing van het Vlaamse kunstenlandschap*. 2012: 9.

³ R. Dillemans & A. Schramme. (red) *Wegwijs Cultuur*. Leuven. Davidsfonds. 2005: 371.

⁴ A. Schramme & L. Viskens. *Verfondsing in Vlaanderen? Onderzoek naar de wenselijkheid van (verdere) verfondsing van het Vlaamse kunstenlandschap*. 2012: 11-12.

⁵ A. Schramme & L. Viskens. *Verfondsing in Vlaanderen? Onderzoek naar de wenselijkheid van (verdere) verfondsing van het Vlaamse kunstenlandschap*. 2012: 11.

Concreet voor Vlaanderen betekent dit dat de twee kunstensectoren met een fonds op armlengte van de overheid werden geplaatst⁶.

Het letterenfonds rapporteert op verschillende manieren aan de minister. Ten eerste is er de beheersovereenkomst tussen de Vlaamse regering en het Fonds, die om de vijf jaar vernieuwd moet worden. Het beleidsplan dat het Fonds vervolgens opstelt is daarvan een vertaling. De toekenning van subsidies gebeurt verder volgens vaste procedures en met behulp van adviescommissies die goedgekeurd worden door de regering. Bovendien stelt het Fonds jaarlijks gedetailleerde verslagen op die besproken worden in het parlement. Er zetelt tevens een vertegenwoordiger van de minister in het bestuur van het Fonds. Tot slot zijn er ook nog informele contacten met de minister. Ondanks het *arms' length*-principe blijft de regering dus zeker betrokken bij de subsidiëring en de financieringsbeslissingen.

Over het nut of de beperkingen van een fondsstructuur bestaat er veel discussie maar die valt buiten het bestek van deze masterproef. Het is niet de bedoeling van deze thesis om de fondsstructuur van het VFL te evalueren, maar aanvulling op het onderzoek van Schramme en Viskens kan zeker interessant zijn.

2.3 Structuur VFL⁷

Voor de toekenning van subsidies werkt het VFL met Adviescommissies, een Beslissingscollege en een Beroepscommissie. De aanvrager van een subsidie moet een aanvraag indienen bij het Fonds; de bevoegde Adviescommissie zal zich daar dan over buigen en een advies formuleren voor het Beslissingscollege. Het VFL beschikt over tien verschillende Adviescommissies van elk vijf leden. Elk lid heeft een band met het literaire veld als auteur, uitgever, vertaler of criticus. Er zijn Adviescommissies voor proza, poëzie & essay, kinder- & jeugdliteratuur, theater, literaire manifestaties & organisaties, tijdschriften, vertalingen in het Nederlands, strips, auteurslezingen en voor letteren & samenleving. Het Beslissingscollege keurt een aanvraag goed of verwerpt ze. De aanvrager kan eventueel bezwaar indienen bij de Beroepscommissie.

De uitvoering van het beleid wordt mogelijk gemaakt door het VFL-secretariaat, geleid door een directeur. Sinds 1 januari 2012 is dat Koen Van Bockstael. Het secretariaat zorgt voor de administratie van de dossiers en de interne en externe communicatie.

Het VFL-bestuur keurt de plannen en begrotingen goed en benoemt de leden van de verschillende commissies. In het bestuur zetelen minstens negen leden, die worden benoemd door de Vlaamse regering en allemaal kennis hebben van het literaire veld. De vergaderingen van het bestuur worden tevens bijgewoond door een vertegenwoordiger van de regering. Het dagelijks beheer wordt opgevolgd door het Dagelijks Bestuur, onder toezicht van het VFL-bestuur.

⁶ A. Schramme & L. Viskens. *Verfondsing in Vlaanderen? Onderzoek naar de wenselijkheid van (verdere) verfondsing van het Vlaamse kunstenlandschap*. 2012: 20.

⁷ Gebaseerd op: Vlaams Fonds voor de Letteren. *Organisatie*. (<http://vfl.be/nl/3/content/72/organisatie.html>).

2.4 Werking VFL

Binnen het VFL staat de steun aan de Nederlandstalige letteren en de promotie en verspreiding ervan in binnen- en buitenland voorop⁸. Om dit doel te bereiken verleent men subsidies en verstrekt men informatie en documentatie. Met deze missie omvat het Fonds ongeveer het complete letterenveld: men ondersteunt “creatie, productie, presentatie en omkadering”⁹, en elke actor die hierbij betrokken is. Het beleid is op te delen in het binnenlandbeleid en het buitenlandbeleid. Opmerkelijk is dat de verspreiding van vertalingen in het Nederlands binnen het binnenlandbeleid valt, terwijl vertalingen uit het Nederlands onder de bevoegdheid van de buitenlandwerking valt. Een goede wisselwerking tussen beiden is essentieel, openheid tegenover buitenlandse literatuur vergemakkelijkt immers de eigen export. Het buitenlandbeleid is organisch gegroeid. Geleidelijk aan werden meer mensen aangeworven voor de verschillende genres.

Het Fonds beschikt over een dotatie van de Vlaamse Overheid. Het budget schommelde tot en met 2012 rond vier miljoen euro, maar door de integratie van het letterenbeleid steeg de dotatie in 2013 tot € 4 659 000¹⁰. Dit extra geld moet echter meteen doorgestort worden naar de instanties die het VFL nu subsidieert, zoals Passa Porta en het Poëziecentrum. In verhouding kende het overblijvende budget in 2013 een daling¹¹.

De waaier aan subsidies is de belangrijkste uitgavenpost maar het Fonds doet veel meer dan enkel subsidies uitdelen. Zo worden er allerlei initiatieven georganiseerd, zoals auteurslezingen of tentoonstellingen. Het Fonds stelt ook informatie beschikbaar over allerlei randaspecten van het literaire bedrijf, bijvoorbeeld over fiscaliteit en wetgeving¹². Bovendien investeert het Fonds ook in een residentiewerking en in het Vertalershuis in Antwerpen. Tot slot probeert het Fonds de positie van het boek in het algemeen te versterken door samenwerking te stimuleren tussen de verschillende actoren uit het veld. Zo is er bijvoorbeeld het Boekenoverleg, een overlegplatform voor organisaties uit de hele sector, dat streeft naar een langetermijnbeleid voor het veld¹³.

2.4.1 Literatuuropvatting VFL

Het Fonds hanteert een brede opvatting van literatuur. Binnen het buitenlandbeleid worden zowel subsidies toegekend voor proza en poëzie, als voor klassiekers, theaterteksten, kinder- en jeugdliteratuur en strips. Ook non-fictie werd in 2011 en 2012 actief ondersteund, maar wegens een gebrek aan middelen werd dit stopgezet. Ook de evenementen die het Fonds organiseert, kennen een spreiding over de verschillende genres. Zo was er een grote tentoonstelling voor het stripfestival in Angoulême en is men elk jaar aanwezig op de kinderboekenbeurs in Bologna.

⁸ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Over het VFL*. (<http://vfl.be/nl/1/content/141/over-het-vfl.html>).

⁹ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Over het VFL*. (<http://www.vfl.be/nl/1/content/141/over-het-vfl.html>).

¹⁰ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2013*. 2014: 91.

¹¹ Gesprek met Michiel Scharpé. 14 mei 2014.

¹² A. Schramme & L. Viskens. *Verfonsing in Vlaanderen? Onderzoek naar de wenselijkheid van (verdere) verfonsing van het Vlaamse kunstlandschap*. 2012:52.

¹³ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2013*. 2014: 84.

Binnen die uitgebreide opvatting van literatuur richt het VFL zich op drie kernbegrippen: kwaliteit, professionele aanpak en diversiteit¹⁴. Kwaliteit wordt volgens het Fonds gezien als “bewuste aandacht voor vernieuwing, lef, durf, literair avontuur en authenticiteit.” Specifiek voor het buitenlandbeleid betekent dit twee dingen. De kwaliteit van het werk is een belangrijk criterium bij het toekennen van een subsidie of bij het organiseren van een ondersteunend project. Vervolgens is kwaliteit ook belangrijk bij de vertaling op zich. Het Fonds werkt met een lijst van geaccrediteerde vertalers die worden aanbevolen bij een buitenlandse uitgeverij. Als de uitgeverij zelf een vertaler voorstelt, moet er een kwaliteitsbewijs, bijvoorbeeld een eerdere vertaling, voorgelegd worden.

Verder hecht het Fonds belang aan de professionele aanpak van een project, het tweede kernbegrip. Het is de bedoeling dat het project de uitstraling en het imago van de Nederlandstalige letteren mee versterkt. Professionaliteit geldt evenzeer voor de partners waarmee het VFL samenwerkt. Maar via het buitenlandbeleid wil het Fonds ook de Vlaamse auteurs professionaliseren. Deze kunnen namelijk hun netwerk vergroten, een bredere markt aanspreken en eventueel ook hun artistiek inkomen aanvullen. Bovendien kan een verblijf in het buitenland de auteur zelf verrijken en daarmee ook zijn latere boeken. Het gaat weliswaar telkens slechts om tijdelijke professionalisering want het Fonds ondersteunt geen auteurs op structurele basis¹⁵.

Het derde kernbegrip is de diversiteit van het literaire veld. Dit is een breed begrip: het gaat over diversiteit in genres en media, maar ook in doelgroepen en gebruikte middelen. Voor het buitenland betekent dit dat er verschillende genres gepromoot worden, via verschillende kanalen.

Tot slot is ook duurzaamheid een aandachtspunt voor het Fonds¹⁶. Het is niet de bedoeling eenmalige hoogtepunten te bereiken, maar eerder om continu in te zetten op promotie. Via voorafgaande marktonderzoeken en grondige opvolging achteraf wordt dit verzekerd.

Deze kernbegrippen klinken niet volledig objectief: het gaat om een “intersubjectief” beleid¹⁷. Bovendien is de literatuuropvatting van het Fonds, binnen het buitenlandbeleid, ook niet de enige factor die meespeelt bij financieringsbeslissingen. Deze worden namelijk gevoed door een hele reeks andere criteria, waaronder ook extratekstuele. De vertaler moet bijvoorbeeld correct uitbetaald worden, het aantal boeken per auteur dat gesteund wordt is beperkt en ook de reputatie van de aanvragende uitgeverij speelt een rol. Bovendien zijn ook economische aspecten belangrijk. Dit komt verder aan bod in het theoretisch kader.

2.4.2 Subsidies¹⁸

Voor de financiële ondersteuning van de Vlaamse letteren beschikt het VFL over een uitgebreid subsidie-instrumentarium. Verspreid over elf categorieën zijn er bijna dertig verschillende subsidies.

¹⁴ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Over het VFL*. (<http://www.vfl.be/nl/1/content/141/over-het-vfl.html>).

¹⁵ Baetens, J., Buekers, M., Laermans, R., Van de Velde, W., Van Looy, B. *Wat met kunst en geld?* 2014.

¹⁶ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*.

¹⁷ Gesprek met Michiel Scharpé. 14 mei 2014.

¹⁸ Een schematisch overzicht van de subsidieregelingen van het VFL is te vinden in bijlage 1.

Zowel uitgeverijen, auteurs, illustratoren, vertalers en boekhandels als literaire tijdschriften en organisaties kunnen subsidies aanvragen voor projecten. Ook evenementen, en specifiek auteurslezingen komen in aanmerking. Het Fonds probeert dus het volledige literaire veld te steunen. Voor verschillende genres zoals strips, biografieën, proza, poëzie, essays, theater en kinder- en jeugdliteratuur zijn er financiële regelingen uitgewerkt. Er zijn diverse soorten beurzen mogelijk. Schrijvers en vertalers kunnen bijvoorbeeld een werkbeurs of een reisbeurs aanvragen. Deze dienen respectievelijk om ruimte te geven om een werk te maken en om de mogelijkheid te bieden in het buitenland relevant onderzoek te doen. Uitgevers kunnen steun krijgen om risicovolle publicaties op de markt te brengen.

Voor het buitenlandbeleid bestaan er aparte subsidies, verspreid over drie grote categorieën: vertaalsubsidies, productiesubsidies en subsidies voor auteursbezoeken¹⁹. Een vertaalsubsidie kan aangevraagd worden door een buitenlandse uitgever die een Vlaams werk wil uitgeven. Een vertaling maken is zeer duur. Een subsidie is vaak de extra stimulans om een buitenlandse uitgeverij over de streep te trekken. Voor proza, creatieve non-fictie, kinder- en jeugdboeken en essays bedraagt de vertaalsubsidie maximum 60% van de vertaalkosten. Voor geïllustreerde boeken, poëzie en theaterteksten bestaan er aparte regelingen. Aan poëzie, prentenboeken en strips is meestal minder vertaalwerk en de subsidie is dan ook deels bedoeld voor promotie en distributie. Bovendien kan de subsidie bij deze genres tot 100% van de vertaalkosten bedragen. Voor theaterteksten is het doel van een vertaalsubsidie tweeledig: zowel de vertaling helpen bekostigen als het stimuleren van de opvoering. Hier bedraagt het plafond voor subsidie terug 60% van de vertaalkosten. Vertaalsubsidies kunnen door een uitgeverij aangevraagd worden voor twee werken van eenzelfde auteur. Een derde boek wordt sinds kort ook nog ondersteund, maar in mindere mate. Daarna gaat men ervan uit dat er een publiek is opgebouwd en dat de uitgeverij zelf verder kan. Het Fonds denkt eraan dit nog verder uit te breiden naar ondersteuning van vier titels, maar telkens met een lager percentage aan steun.

De productiesubsidies zijn bedoeld als aanvulling op een vertaalsubsidie voor landen met economische moeilijkheden. De subsidie helpt de uitgeverij de kosten te dragen van de productie, distributie en promotie van het boek. In overleg met het Nederlands Letterenfonds wordt deze vorm van steun echter stopgezet op 31 december 2014. Economische groeilanden zijn voorlopig geen focus voor het Fonds omwille van hun vaak kleine markt.

Ten slotte geeft het Fonds ook subsidies aan literaire auteurs, stripauteurs, illustratoren of vertalers die in het buitenland hun werk willen promoten via lezingen, festivals, perspresentaties en dergelijke. De subsidie is bedoeld om de reiskosten te dekken en bedraagt maximum € 500. Vlaamse auteurs kunnen ook een subsidie aanvragen om een periode in het buitenland door te brengen in voorbereiding op een nieuw werk. Deze subsidie behoort niet expliciet tot het buitenlandbeleid, maar kan wel interessant zijn voor presentatie. Een netwerk opbouwen binnen het buitenlandse literaire veld kan heel belangrijk zijn voor eventuele latere vertalingen.

¹⁹ Een schematisch overzicht van de subsidies voor het buitenlandbeleid is te vinden in bijlage 2.

Opvallend is dat bij de criteria voor toekenning van een subsidie uit het buitenlandbeleid literaire kwaliteit van het originele werk nooit de enige vereiste is. Andere elementen spelen evenzeer een rol, zoals de reputatie en het ondernemerschap van de buitenlandse uitgever, de kwaliteit van de vertaling en dergelijke. Het is belangrijk dat te benadrukken omdat dat een essentieel verschil is met het binnenlandbeleid van het Fonds, waar literaire kwaliteit de belangrijkste norm is.

2.4.3 Samenwerking met andere actoren in het veld

Het VFL werkt om zijn opdracht uit te voeren samen met heel wat andere actoren uit de literaire wereld, en in het bijzonder met het Nederlands Letterenfonds. In het kader van het geïntegreerd letterenbeleid wordt het Fonds steeds meer een sleutelspeler in het Vlaamse veld en probeert men afstemming tussen alle spelers te maximaliseren. Literaire instanties waarmee wordt samenwerkt, zijn het agentschap Kunsten en Erfgoed, de Taalunie, het Expertisecentrum Literair Vertalen, Stichting Lezen Vlaanderen en de partners van het Boekenoverleg. Bovendien is er overleg met de bredere culturele sector zoals met het Kunstenloket en het Steunpuntenoverleg²⁰. Het VFL gaat er van uit dat dit kan leiden tot interessante kruisbestuivingen tussen literatuur en de andere kunsten. Ook buiten de culturele sfeer heeft het Fonds partners binnen andere beleidsdomeinen. Er is bijvoorbeeld op economisch vlak overleg met *Flanders Investment and Trade* (FIT). Men werkt ook samen met de onderwijssector en er is aandacht voor welzijn²¹.

Specifiek voor het buitenland is het Nederlands Letterenfonds de partner bij uitstek omwille van hun ervaring. Andere partners zijn de Vlaamse vertegenwoordigers, de lectoraten Nederlands in het buitenland, de buitenlandse uitgeverijen enzovoort. Deze instanties spelen ook allemaal een rol in het presentatiebeleid en zullen daarom uitgebreider behandeld worden in deel vier.

²⁰ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Samenwerking*. (<http://vfl.be/nl/4/content/90/samenwerking.html>).

²¹ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Letteren in de wereld van vandaag en morgen. Aanzetten tot een meerjarenplan 2011-2015*. 2010: 8.

3. THEORETISCHE ACHTERGROND

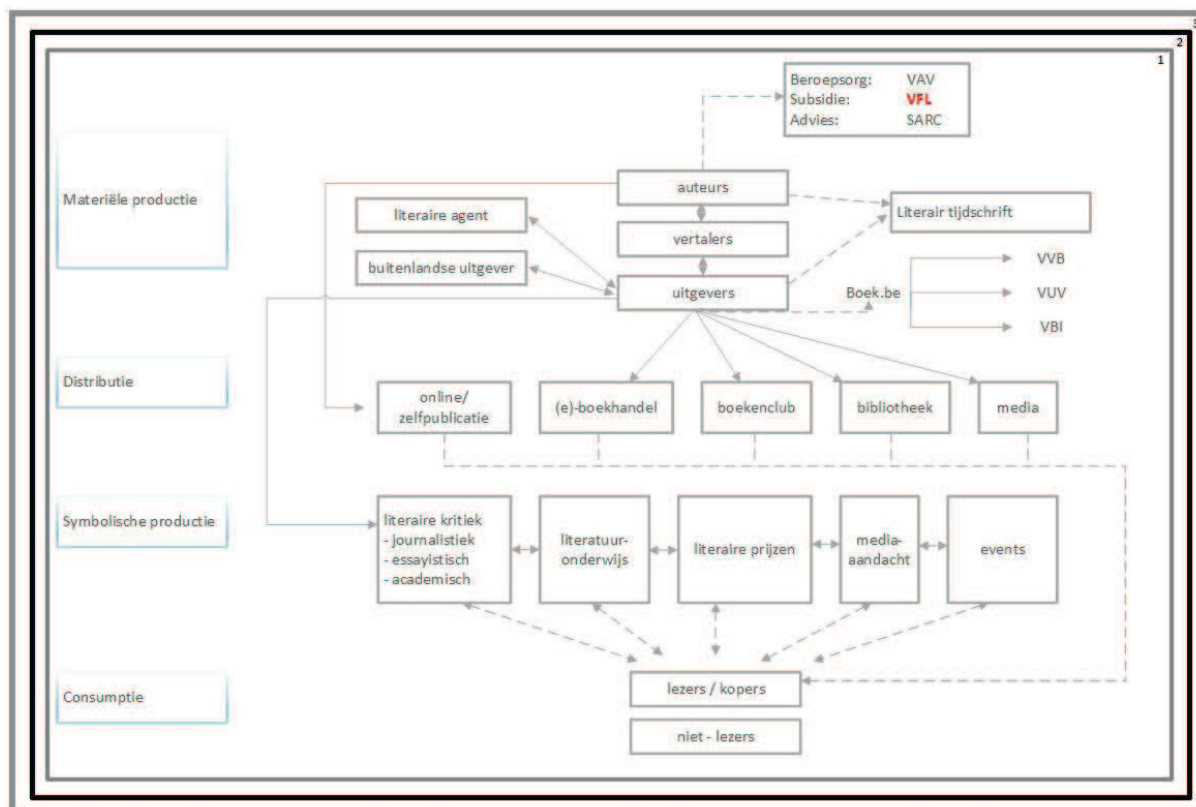
3.1 Theoretisch kader

Teneinde het buitenlandbeleid van het VFL te analyseren, komen in dit deel vier onderliggende, theoretische vraagstukken aan bod. Ten eerste wordt gekeken naar het literaire veld en de opbouw ervan aan de hand van ideeën van Gillis Dorleijn en Kees van Rees. Een tweede vraag gaat in op de rol van een buitenlandbeleid en het belang van vertalingen, via de theorie van Pascale Casanova. Vervolgens worden de concepten ‘beleveniseconomie’ en ‘auteursmarketing’ gebruikt om een theoretische verklaring te bieden voor de beoogde overgang qua beleid van het Fonds. Ten slotte onderzoeken we een vierde aspect, de spanning binnen het beleid van het Fonds tussen handel en cultuurbevordering, met behulp van de theorie van Pierre Bourdieu. In het tweede hoofdstuk van dit deel wordt vervolgens het voorgestelde theoretisch kader toegepast op het buitenlandbeleid van het VFL.

3.1.1 Het literaire veld

Sinds het begin van de massaproductie van boeken is er veel veranderd binnen het literaire veld. Vandaag de dag bestaan er allerlei instituties die het veld mee regelen en er hun plaats in opeisen. Het gaat niet enkel meer om auteurs en uitgevers, maar ook o.a. om promotie- en subsidie-instanties, distributeurs en beheerders van auteursrechten. In hun boek *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800-2000*²² schetsen Dorleijn en van Rees hoe complex het literaire veld is geworden. Figuur 1 geeft een voorstelling van het Vlaams literair veld, gebaseerd op het schema van de auteurs. Ondanks verschillen in de instituties tussen het Nederlandse en Vlaamse schema, is de opbouw van het veld analoog en kan het ook gebruikt worden voor analyse van het Vlaamse veld. Hoewel in het schema een duidelijk onderscheid gemaakt wordt tussen alle instituties is dat in werkelijkheid veel minder strikt en zijn ook de relaties tussen de instituties van belang.

²² G. Dorleijn & K. van Rees. (red.). *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. Nijmegen. Uitgeverij Vantilt. 2006.



Figuur 1. Schema literaire veld tegen het eind van de 20^e eeuw (1), ingebed in het culturele veld (2), dat weer is ingebed in het maatschappelijke veld (3).

(Naar Dorleijn & van Rees, 2006²³)

In het boek geven de auteurs volgende definitie van het literaire veld: “de verzameling literaire instituties, organisaties en actoren [die] betrokken [zijn] bij de materiële en symbolische productie, de distributie en consumptie van wat ‘literatuur’ wordt genoemd.”²⁴ Elke actor heeft een plaats in de materiële of symbolische productie, de distributie of de consumptie, maar sommigen combineren ook verschillende functies. Het literaire veld is in zijn geheel een subveld van het culturele veld, dat op zijn beurt weer binnen het maatschappelijk veld valt. Binnen het maatschappelijke veld onderscheiden Dorleijn en van Rees naast de culturele sfeer, ook nog een politieke, economische en sociale sfeer²⁵.

Ten eerste is er de materiële productie, waarbinnen de auteurs en de uitgeverijen de twee belangrijkste actoren zijn. Samen produceren zij het materiële object, namelijk het boek. De auteur schrijft de tekst, de uitgever selecteert teksten en brengt ze op de markt. Deze twee actoren lijken onontbeerlijk voor de productie, maar tegenwoordig zijn er ook auteurs die zelf een boek uitgeven of gebruik maken van websites als www.shopmybook.com. Zij slaan dan de stap naar de uitgeverij over en brengen hun boek rechtstreeks in in het distributienetwerk. Een andere belangrijke aanvulling op het oorspronkelijke schema van Dorleijn en van Rees qua materiële productie is de vertaalde buitenlandse literatuur, die in Vlaanderen een groot aandeel vormt van het aanbod in boekhandels.

²³ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 19.

²⁴ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 15.

²⁵ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 16.

Zeker met het oog op het onderwerp van deze thesis moeten ook vertalers en buitenlandse uitgeverijen of agenten worden toegevoegd. Literatuur uit andere landen wordt via deze actoren beschikbaar gemaakt voor het Vlaamse literaire veld.

Na de productie moet het boek verspreid worden. Dit gebeurt door distributie-instanties, zoals boekhandels, boekenclubs of bibliotheken. Minder traditioneel zijn de vermelde websites voor zelfpublicatie en de kranten en magazines die af en toe promotionele acties voeren door (bijna) gratis boeken aan te bieden. Ook het distributienetwerk kan meewerken aan de symbolische productie, door promotie van het boek, het uitreiken van prijzen en het opstellen van bestsellerlijsten.

Als het boek verschenen is, volgt de symbolische productie, waardoor waarde wordt toegekend aan het werk; de actoren bepalen de 'kwaliteit' van het werk. Dit betekent dat de waarde van boeken niet alleen ontleend wordt aan het werk van de auteur, maar eveneens aan andere actoren in het veld²⁶. Ook Pierre Bourdieu, een Frans cultuursocioloog, ging er van uit dat de waarde van een boek niet alleen te ontleen was aan intrinsieke eigenschappen van de tekst. Volgens hem kunnen producten pas als kunstwerk geïdentificeerd worden als ze "door *gatekeepers* – critici, galeriehouders, literaire uitgevers, een select publiek – binnen het bestaande kunstcircuit worden toegelaten en door de leden hiervan eigenschappen en waarde krijgen toegekend"²⁷. In het traditionele schema van Dorleijn en van Rees staan drie belangrijke actoren die zorgen voor symbolische productie, namelijk de literaire kritiek, het literatuuronderwijs en het overheidsbeleid. Via een positieve recensie verleent een criticus symbolische waarde aan een werk; via de opname in het lessenpakket kent de docent waarde toe. Ook het overheidsbeleid speelt een rol in de symbolische productie, door aan boeken subsidies uit te reiken waardoor zij beslissen welke auteurs "wel of niet overheidssteun waard zijn"²⁸. Het Vlaamse schema is enigszins geactualiseerd en uitgebreid op het vlak van symbolische productie. Zo is er ook een belangrijke rol weggelegd voor literaire prijzen. Deze geven extra waarde aan een boek omdat ze meestal worden uitgereikt door gezaghebbende jury's. Ook toegevoegd zijn literaire events en aandacht van de media. Beide instanties kunnen een literair werk in zijn status bevestigen door de auteur uit te nodigen op een festival of in een talkshow. Symbolische productie is echter niet beperkt tot de actoren die in het schema ingedeeld zijn op dat vlak. Zoals eerder aangehaald zijn de grenzen veel vloeier dan het schema doet uitschijnen.

Binnen het literair veld hebben de verschillende actoren een mening over literatuur. Dorleijn en van Rees definiëren een literaturopvatting als "een verzameling merendeels normatieve ideeën en argumenten over de aard en functie van literatuur, over literaire technieken en hun vermeende effecten op lezers."²⁹ De actoren gebruiken literaturopvattingen om hun besluiten te verwoorden en hun activiteiten te rechtvaardigen³⁰. Via hun opvatting kiezen ze positie binnen het literaire landschap.

²⁶ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 18.

²⁷ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 239-240.

²⁸ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 274.

²⁹ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 25.

³⁰ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 26.

3.1.2 Hiërarchische verhoudingen in de wereldliteratuur³¹

Pascale Casanova gaat in haar boek *The World Republic of Letters*³² in op de structuur van de wereldliteratuur. Het concept van “wereldliteratuur” ontstond als alternatief voor het nationalistisch denken, waarin literatuur een van de middelen was om de vorming van de natiestaat te ondersteunen. Het belangrijkste kenmerk van Casanova’s wereldrepubliek is dat ze hiërarchisch gestructureerd is, wat inhoudt dat er dominante regio’s zijn, de centra, tegenover gedomineerde regio’s, de periferie. Binnen taalgebieden is bijvoorbeeld Barcelona het centrum voor de Spaanstalige literatuur; binnen de wereldliteratuur wordt het Engelstalige gebied veelal beschouwd als het centrum. Dominantie over een regio kan op verschillende manieren uitgeoefend worden. Zo haalt Casanova het voorbeeld aan van België, dat niet politiek maar wel literair gedomineerd wordt: Vlaanderen door Nederland en Wallonië door Frankrijk³³.

Dominantie kan worden uitgeoefend binnen een bepaald taalgebied, maar er bestaat ook literaire dominantie tussen taalgebieden. Kleine taalgebieden worden dan meestal gedomineerd door grote talen, die meer literair prestige hebben. De uitwisseling van literaire werken tussen talen kan op twee manieren gebeuren. Ten eerste is er de uitwisseling van een werk van een centrumtaal naar een taal uit de periferie. De grote taal kan zo literair kapitaal uitdragen, de kleine taal kan prestige binnenhalen en zijn eigen literatuur verrijken. Ten tweede kan de uitwisseling gebeuren van een kleine taal naar een grote. Dat maakt de kleine taal op internationale literaire fora zichtbaar. De grote taal ‘annexeert’ de literatuur van een kleine taal³⁴. Specifiek voor vertalingen betekent dat dat vertaalrichtingen ongelijk zijn. Een dominante regio exporteert vooral, een perifere regio zal meer werken importeren. Dit verschil is algemeen erkend en het komt bijvoorbeeld ook aan bod in het vertaalpleidooi *Overigens schitterend vertaald*³⁵ van Martin de Haan en Rokus Hofstede, waarin de auteurs aandacht vragen voor de onderwaardering van de literaire vertaler. De Haan en Hofstede gaan er van uit dat “hoe kleiner het gewicht dat een taalgebied internationaal in de schaal legt, hoe meer belangstelling [er zal zijn] voor wat elders gebeurt, en dus hoe meer vertalingen [er zullen geproduceerd worden].”³⁶ Omgekeerd geldt volgens hen dan ook hetzelfde: een belangrijk taalgebied wordt aandachtig gevolgd en men gaat daaruit ook meer vertalen.

Het is vooral de uitwisseling van een kleine taal naar een grote, vanuit het perspectief van de kleine, die in deze masterproef het voorwerp van onderzoek uitmaakt. Schrijvers uit zo’n kleine taal kunnen op allerlei manieren proberen om internationale zichtbaarheid te verwerven. Dit proces noemt Casanova ‘littérisation’: “the passage from literary inexistence to existence, from invisibility to the condition of literature”³⁷. ‘Littérisation’ kan o.a. via vertalingen, kritische studies, commentaren en

³¹ Enkele ideeën van Casanova vertaalde ik al uit het Engels voor mijn bachelorproef: A. De Winter. *Vergelijkende literatuurstudie: internationale zichtbaarheid en internationale positie van een schrijver*. Annelies Verbeke. 2013: 27-29.

³² P. Casanova. *The World Republic of Letters*. Translated by M.B. Debevoise. Cambridge. Harvard University Press. 2007.

³³ P. Casanova. *The World Republic of Letters*. 2007: 115.

³⁴ P. Casanova. *The World Republic of Letters*. 2007: 135.

³⁵ M. de Haan & R. Hofstede. *Overigens schitterend vertaald*. Amsterdam/Brussel. Mart Spruijt bv. 2008.

³⁶ M. de Haan & R. Hofstede. *Overigens schitterend vertaald*. 2008: 11.

³⁷ P. Casanova. *The World Republic of Letters*. 2007: 126-127.

literaire prijzen. Al deze middelen voegen waarde toe aan de originele tekst. Literaire prijzen zijn volgens Casanova de minst literaire vorm van consecratie omdat er af en toe sprake is van overdreven commercialiteit of vriendjespolitiek. De belangrijkste manier om zichtbaarheid te verwerven is voor Casanova de vertaling. Binnen vertalingen zijn er echter ook nog allerlei mogelijkheden: zelf vertalen, vertalen door een vertaler, transcripties, rechtstreeks schrijven in een andere taal of een dubbel oeuvre maken.

Casanova ziet Parijs, en dus het Frans, als het summum, als dé plaats waar literatuur geconsacreerd wordt. Ander onderzoek heeft het echter meestal over de enorme dominantie van het Engels en dat blijkt ook in de praktijk³⁸. Een gevolg van die dominantie is dat de Engelstalige landen maar heel weinig literatuur invoeren, en vooral veel uitvoeren. Daardoor wordt het nog moeilijker, maar tegelijk ook prestigieuzer, om een vertaling naar het Engels te realiseren en succesvol te maken. Ondanks de dominantie van het Engels blijft het Frans, samen met het Spaans en in mindere mate het Duits een heel belangrijke taal om in vertaald te worden, omdat dit een opstap kan zijn naar andere vertalingen.

In het algemeen bestaan er volgens Casanova twee strategieën voor schrijvers uit kleine literaturen om internationaal zichtbaarheid te verwerven: assimilatie en dissimilatie. Assimilatie betekent dat de auteur zich aanpast aan de literaire normen en technieken van het centrum. Dissimilatie is het omgekeerde principe, waarbij de auteur probeert op te vallen door iets nieuws te doen. Best gaat hij op zoek naar “the right distance”³⁹: niet te dicht bij de normen van het centrum want dan val je niet meer op en ook niet te ver want dan word je terug onzichtbaar.

3.1.3 Beleveniseconomie en auteursmarketing als verklaring voor presentatie

De omslag naar een presentatiebeleid kan gekaderd worden in een breder economisch model, namelijk dat van de beleveniseconomie. In dit model gaat men er van uit dat grondstoffen, producten of diensten op zich niet langer voldoende zijn om de economie draaiende te houden. Belevissen rond producten of diensten worden de nieuwe economische output. Zoals hierboven aangehaald, is het literaire veld ingebed in de brede maatschappij, wat inhoudt dat ook de economische realiteit invloed heeft op het culturele en literaire veld. Concreet voor het literaire veld zou deze evolutie dan betekenen dat het materiële product, het boek, niet langer voldoet en dat men moet streven naar een volledige beleving rond dat boek. In de boekensector is men zich hier meer en meer van bewust. Rond de release van het laatste *Harry Potter* boek creëerden winkels over de hele wereld een hype. Klanten konden 's nachts het boek gaan kopen, in een voor de gelegenheid aangepast decor met kaarsen waar ze ook een ‘heksen’-soepje konden proeven. Een ander, meer bescheiden voorbeeld is dat bij uitgeverij LannooCampus bij elke lancering van een nieuw boek een boekpresentatie wordt georganiseerd, met een debat of interview en een receptie⁴⁰. Ook bibliotheken breiden hun aanbod uit: naast hun primaire taak, zijnde het ontlenen van boeken, zorgen ze o.a. voor lezingen en tentoonstellingen. Tot slot zijn ook literaire festivals in binnen- en buitenland een voorbeeld van de integratie van de

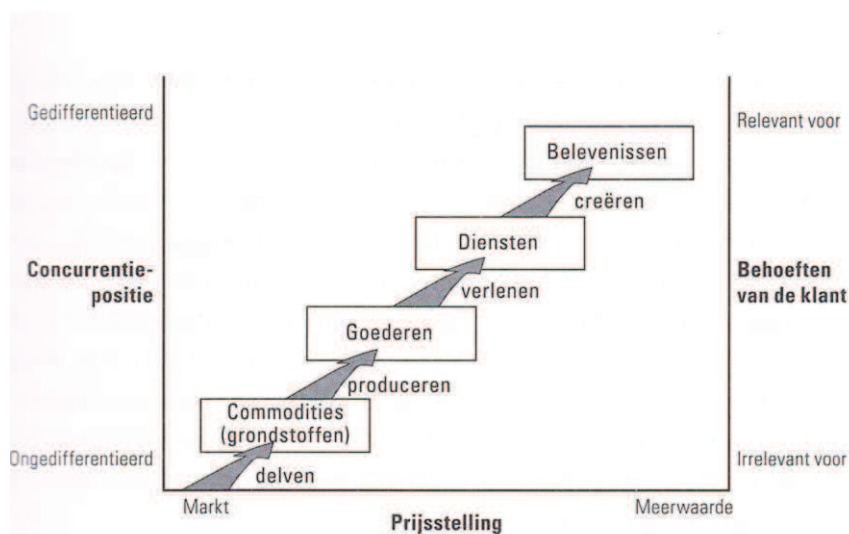
³⁸ M. de Haan & R. Hofstede. *Overigens schitterend vertaald*. 2008: 12.

³⁹ P. Casanova. *The World Republic of Letters*. 2007: 156.

⁴⁰ < eigen ervaring stage 2014 bij LannooCampus Leuven.

beleviseconomie in het letterenlandschap. Bezoekers beleven hier literatuur, via voordrachten, presentaties, interviews, lezingen en ontmoetingen met auteurs.

Het concept van een belevenis was al langer bekend, maar in hun boek *De Beleviseconomie*⁴¹ vertalen Pine en Gilmore de bestaande ideeën naar een economisch gedachtegoed. Zij gaan er van uit dat een nieuw economisch tijdperk is aangebroken: de klant koopt vanaf nu een belevenis, wat inhoudt dat hij betaalt om “tijd te besteden aan het genieten van een reeks memorabele gebeurtenissen die [...] door de onderneming georganiseerd worden om hem er op een persoonlijke manier bij te betrekken”⁴². Dit is een natuurlijke evolutie van de economie, net zoals de evolutie van de industrie naar de dienstensector.



Figuur 2. De ladder van de economische waarde⁴³

In de amusementssector zijn belevissen altijd al de essentie van het product geweest. Dit wil echter niet zeggen dat belevissen altijd moeten amuseren; naast amusement kan een belevenis nog drie andere aspecten bevatten: educatie, ontsnapping aan de werkelijkheid en esthetiek. Meestal overlappen deze verschillende domeinen elkaar en kunnen meerdere aspecten teruggevonden worden in een belevenis.

Een goed voorbeeld van een volledige gebeurtenis is de Antwerpse boekenbeurs, die elk jaar ontzettend veel volk trekt. De bezoeker betaalt een toegangsprijs om een 'boekenwinkel op grote schaal' te bezoeken. Er zijn verschillende themadagen en overkoepelend is er het boekenmanneltje dat de verschillende elementen aan elkaar bindt. Bovendien zijn er nog allerlei andere activiteiten buiten boeken aankopen, zowel voor volwassenen (bijvoorbeeld de auteurslezingen en signersessies) als voor kinderen (workshops en voorleessessies). De standhouders hechten ook belang aan de aankleding van hun standen, met posters en mooi gestapelde boeken. Tot slot gaan veel mensen op het einde van hun bezoek naar huis met de speciale Boekenzak.

⁴¹ B.J. Pine & J.H. Gilmore. *De Beleviseconomie*. 2e herziene editie. Den Haag. Academic Service. 2012.

⁴² B.J. Pine & J.H. Gilmore. *De Beleviseconomie*. 2e herziene editie. 2012: 28.

⁴³ B.J. Pine & J.H. Gilmore. *De Beleviseconomie*. 2e herziene editie. 2012: 53.

De principes van Pine en Gilmore zijn niet bindend en klinken af en toe zelfs wat zweverig. Bovendien hebben veel auteurs nadien de theorie bekritiseerd, omdat ze veelal gericht zou zijn op de amusementsindustrie, of uitgebreid met andere principes⁴⁴. Toch zijn de elementen die hier aangehaald werden, een goede aanzet om rekening mee te houden bij de organisatie van literaire belevingen.

Naast de opkomst van de beleviseconomie kan er ook een tweede reden voor de omslag naar presentatie aangehaald worden, namelijk het feit dat de boekensector vandaag de dag vooral veel inzet op auteursmarketing⁴⁵. Een boekenwinkel biedt geen anoniem kookboek aan, maar 'een Jeroen Meus'. Het succes van de hierboven aangehaalde boekenbeurs toont aan dat bezoekers niet enkel een boek willen kopen, maar ze willen dit ook laten signeren of een lezing bijwonen van de auteur. Ook de toenemende populariteit van boekpresentaties plaatst de schrijver op het voorplan. Bovendien worden op veel boeken tegenwoordig op de achterkant een foto afgedrukt. De figuur van de auteur wordt dus steeds belangrijker. Het is daarom ook voor een buitenlands publiek belangrijk dat ze de schrijver achter een boek herkennen, en daardoor misschien gemakkelijker overgaan tot een aankoop. Presentatie op allerlei manieren, zoals een meertalige website, een gastcollege aan een buitenlandse universiteit of een optreden in een plaatselijke talkshow of radioprogramma, kan dit bevorderen.

3.1.4 Cultuur versus economie

De beleviseconomie is een economisch model, maar deze thesis gaat over cultuur en literatuur. Vaak worden deze concepten als tegengesteld gezien. In dit deel zal dan ook kort ingegaan worden op de spanning tussen economie en cultuur aan de hand van de terminologie van Pierre Bourdieu's *Rules of Art*⁴⁶.

Bourdieu onderscheidt binnen het literaire veld twee extreme polen, een symbolische en een economische pool⁴⁷, met tegenovergestelde kenmerken. Aan de economische pool streeft men vanuit een economische logica vooral naar commercieel massasucces en winst. Culturele goederen maken deel uit van een handel zoals alle andere producten. De productie beantwoordt aan een vooraf gekende vraag en men streeft dus niet naar de vernieuwing van het veld, maar naar de opbouw van economisch kapitaal. Als consequentie is de productiecycclus van zo'n werk maar kort, omdat het uitgangspunt voor de productie de verkoopcijfers zijn en de bekendheid bij het grote publiek. Er worden ook allerlei marketingstrategieën en promotiecampagnes gebruikt om de doelen te behalen. Aan de andere pool streeft men naar het opbouwen van symbolisch kapitaal en het verwerven van literair prestige. Commercieel succes laat de auteur koud, omdat zijn doel is om pure kunst te maken

⁴⁴ Zie bijvoorbeeld W. Faché. (Red.) *Management en marketing van culturele belevingen*. Antwerpen – Apeldoorn. Garant. 2011.

⁴⁵ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 162.

⁴⁶ P. Bourdieu. 'The Market for Symbolic Goods'. *Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Translated by Susan Emanuel. Cambridge. Polity Press. 1996: 141 – 173.

⁴⁷ Enkele ideeën van Bourdieu vertaalde ik al uit het Engels voor mijn bachelorproef: A. De Winter. *Vergelijkende literatuurstudie: internationale zichtbaarheid en internationale positie van een schrijver*. Annelies Verbeke. 2013: 25-27.

en dus om intellectueel succes te kennen. Hij hecht veel belang aan erkenning door de ‘specialisten’ uit het literaire veld. Het verschil tussen beide polen hangt bij Bourdieu ook samen met verschillen in sociale positie van het publiek. Intellectuele kunst heeft meestal een publiek met een hogere sociale status, terwijl lagere statusgroepen meestal toegankelijker kunst verkiezen.

Binnen de theorie van Bourdieu kent elk veld veldeigen karakteristieken en wetten. Een belangrijke eigenschap van het literaire veld is dat men vindt dat de waarde van een product omgekeerd evenredig is met de economische waarde. Die wet bepaalt ook de hiërarchie in het cultuurlandschap vandaag de dag: een literaire roman wordt hoger ingeschat dan een stationsroman. Beiden vertegenwoordigen dan een andere pool. Kunst die wordt gemaakt om eraan te verdienen wordt beschouwd als minderwaardig. Succes aan de economische pool is ook niet vrijblijvend, volgens Bourdieu is dit zelfs ‘verdacht’. Zulk succes heeft geen relatie met de artistieke competenties van de auteur en zal snel terug verdwijnen.

In het literaire veld zijn er meer instanties die eigenlijk op het snijpunt van deze twee polen opereren. Een literair festival, zoals Behoud de Begeerte, moet ook artistieke elementen combineren met een goede ticketverkoop en genoeg inkomsten⁴⁸. Ondanks het strikte onderscheid dat Bourdieu maakt tussen de twee uitersten, is het dus mogelijk om een tussenpositie in te nemen. Het verkopen van literatuur probeert beide polen bij elkaar te brengen. Langs de ene kant wil men kwaliteitsvolle literatuur tonen; langs de andere kant moet een organisatie ook kunnen functioneren en dus inkomsten hebben.

3.2 Toepassing theoretisch kader op VFL

3.2.1 Positionering VFL in het literaire veld

In het Vlaamse literaire veld vervult het VFL een deel van de rol van de overheid. Via de dotatie van de Vlaamse overheid kan het VFL haar doelstellingen verwezenlijken. Allerlei andere instanties kunnen bij het Fonds subsidies aanvragen, waarmee het een centrale rol inneemt. Zo voorziet het VFL in subsidies voor literaire tijdschriften, auteurs, uitgeverijen, manifestaties en vertalers. Via het buitenlandbeleid komen ook buitenlandse actoren in aanmerking om steun aan te vragen.

In het veld zijn organisaties wederzijds afhankelijk van elkaar. De beslissingen van het VFL hebben ook invloed op andere actoren. Voor een schrijver heeft het toekennen van een subsidie een economische en een sociaalpsychologische betekenis: het is een bevestiging van zijn schrijverschap en van zijn status als literair auteur⁴⁹.

Het VFL probeert een zo constructief mogelijke relatie op te bouwen met de andere actoren in het veld door samen te werken, kennis te delen en dubbel werk te vermijden. Dit wordt mogelijk gemaakt door het geïntegreerd letterenbeleid. Er is in Vlaanderen veel versnippering qua organisaties die bezig zijn met beleid, maar men probeert hier werk van te maken. Sinds de integratie van het letterenbeleid valt bijvoorbeeld ook Passa Porta onder het Fonds. Dit zorgt voor een meer

⁴⁸ L. Buelinckx. *Literaire institutionalisering*. 2009: 10.

⁴⁹ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 275.

gestroomlijnde afstemming tussen beiden. Voor het gastlandschap op de boekenbeurs in Frankfurt in 2016 zal er nog veel breder worden samengewerkt, met o.a. Toerisme Vlaanderen en de andere kunstsectoren. (Deze partners komen in een later deel nog uitgebreider aan bod). Het uitgangspunt blijft dat iedereen zijn eigen rol vervult vanuit zijn eigen expertise, maar dat de samenwerking optimaal verloopt.

Het VFL heeft niet alleen invloed op het Vlaamse literaire veld, het is ook de instantie die een schakel vormt tussen een boek en de buitenlandse markt. Het VFL bepaalt mee welke titels in het buitenland een kans krijgen omdat het selecteert wie in aanmerking komt voor een subsidie of een ondersteuning en zo een schifting aanbrengt in het Vlaamse aanbod. Op die manier zorgt het ook mee voor ons literair imago in het buitenland en voor internationale bekendheid van auteurs.

In het schema van het veld (figuur 1) werd een onderscheid gemaakt tussen materiële productie, symbolische productie en distributie. Tevens werd aangehaald dat de grenzen hiertussen niet zo scherp zijn. Die overlapping is ook van toepassing op het VFL, en specifiek op het buitenlandbeleid. Materieel ondersteunt het de productie door de subsidies: zonder de steun kan een vertaling er vaak niet komen. Ten tweede verleent het Fonds aan een werk ook symbolische waarde door er een subsidie aan toe te kennen. Bovendien voegt een vertaling op zich ook al symbolische waarde toe aan het originele werk. Door het toekennen van een subsidie geeft het aan dat een bepaald werk interessant is voor het betrokken land.

In het theoretisch kader kwam ook aan bod dat via de literatuuropvatting van een instantie haar activiteiten en besluiten te verklaren zijn. Het VFL heeft zijn eigen literatuuropvatting en heeft daarmee invloed op het veld. Een eerste belangrijk aspect van zijn literatuuropvatting is dat deze heel breed is. Buiten literaire fictie, komen ook strips, jeugdliteratuur, prentenboeken, biografieën en poëzie in aanmerking om subsidies te krijgen. Ten tweede staat kwaliteit centraal in de opvatting van het Fonds. Ten derde vormen de keuzes die gemaakt worden over het toekennen van een subsidie of niet deel uit van zijn mening over literatuur. Die factoren kunnen tekstueel ('kwaliteit' van de tekst) of buitentekstueel (smaak buitenlands publiek, relatie met de uitgeverij die de subsidie aanvraagt, ...) zijn. Aan de hand van zijn literatuuropvatting legt het Fonds zelf accenten in het aanbod van literatuur.

3.2.2 Op zoek naar 'littérisation'

Het beschreven proces van 'littérisation' is de reden waarom een instantie als het VFL bestaat: het uitgeven van een vertaling in een grotere taal is voor een kleine taal prestigieus en verleent de auteur een zekere zichtbaarheid op de internationale literatuurscène. Omdat zo'n vertaling echter financieel niet vanzelfsprekend is, kan een instituut als het VFL via allerlei steunmogelijkheden dit mee bevorderen. Het buitenlandbeleid biedt Vlaamse auteurs de mogelijkheid om aan de nationalistische opvatting van literatuur te ontsnappen en internationale zichtbaarheid te verwerven.

De strategieën die het Fonds gebruikt zijn vergelijkbaar met wat Casanova voorstelde. Vertalingen zijn het belangrijkste instrument voor het VFL om de auteur op het voorplan te brengen in het buitenland. In 2013 werd ongeveer 52,6% van het totale budget voor het buitenland besteed aan

subsidies voor het maken van een vertaling⁵⁰. Dit past in het huidige beleid van het Fonds, dat vooral gericht is op de verkoop van zoveel mogelijk vertaalrechten. Het VFL heeft ook literaire prijzen voor vertalingen uit het Nederlands, die worden uitgereikt in samenwerking met het Nederlands Letterenfonds. Dit is echter niet hét belangrijkste aspect van hun buitenlandbeleid. In 2013 werd bijvoorbeeld slechts 2% van het totale buitenlandbudget gereserveerd voor de prijzen⁵¹. Dit komt overeen met Casanova's mening over literaire prijzen: ze kunnen gebruikt worden als consecratie-instrument, maar niet als de meest literaire strategie.

Het Fonds gebruikt echter ook strategieën die bij Casanova niet of nauwelijks aan bod komen, zoals de aanwezigheid van de auteur in het buitenland. Hoewel er nog geen volwaardig beleid rond is, worden er wel reissubsidies uitgereikt, die auteurs kunnen gebruiken om in het buitenland zelf aan promotie te gaan doen. Ook initiatieven als het Vertalershuis en de uitgebreide communicatie van het VFL, waarover later meer, worden niet aangehaald door Casanova.

Het VFL hecht ook veel belang aan de positie van vertalers in het literaire veld en toont zich bewust van hun moeilijke situatie. Een onderzoek van de Vlaamse Auteursvereniging in 2011 toont aan dat 79% van de Vlaamse literaire vertalers niet rond kan komen met de inkomsten die ze halen uit literaire werkzaamheden⁵². Bovendien klagen veel vertalers over het feit dat zij veel minder aan de bak komen dan hun Nederlandse collega's. Dat komt o.a. omdat het grote deel van de literaire uitgevers gevestigd is in Nederland en zij meestal voor een Nederlandse vertaler kiezen. Het VFL probeert de positie van Vlaamse vertalers te versterken via opleidingen, werksubsidies en verblijven in het buitenland. Bovendien is een van de voorwaarden van een vertaalsubsidie dat de vertaler volledig betaald moet zijn voor de laatste schijf van de subsidie wordt verstrekt. Ook het Vertaalpleidooi, mee uitgegeven door het VFL, probeert de aandacht van de bevoegde ministers op de problemen van vertalers te vestigen en suggereert tegelijk oplossingen.

Voor het Fonds zijn de kerntalen Engels en Duits⁵³. Vanuit Vlaams perspectief is dit logisch te verklaren: het Engels omdat dit een groot taalgebied is en omdat een Engelse vertaling de aanzet kan zijn voor andere vertalingen; het Duits omdat het een belangrijk buurland is alsook een groot taalgebied en omdat het historisch gezien (met het gastlandschap in Frankfurt in 1993) al interesse toonde in de Vlaamse literatuur. Toch worden de prioritaire taalgebieden niet expliciet vermeld in de nota over het buitenlandbeleid. Er wordt hierin enkel aangegeven dat grote taalgebieden de voorkeur krijgen en dat men niet actief gaat inzetten op kleinere talen⁵⁴. Daarbij worden deze kleine gebieden echter niet bij voorbaat uitgesloten van subsidies. Veel hangt ook af van de uitgeverij die het boek wil uitgeven en in welke oplage, van de promotie-inspanningen die zij willen doen en van de plaatselijke context.

⁵⁰ VFL. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. Onuitgegeven, intern document. 2013: 19.

⁵¹ VFL. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. Onuitgegeven, intern document. 2013: 19.

⁵² Vlaamse Auteursvereniging. *Inkomensonderzoek bij literaire vertalers in Vlaanderen*. 2011: 19.

⁵³ Persoonlijke conversatie met Michiel (mail 24/06)

⁵⁴ VFL. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. Onuitgegeven, intern document. 2013: 12.

Qua strategieën gaat het VFL veelal uit van ‘the right distance’. Er wordt gebruik gemaakt van marktonderzoeken om te kijken hoe een buitenlandse markt eruit ziet en wat er ter plaatse werkt qua literatuur, maar men gaat tegelijk ook uit van de eigenheid van de Vlaamse auteurs.

3.2.3 Beleviseconomie en auteursmarketing binnen het buitenlandbeleid

Het presentatiebeleid houdt in dat het VFL auteurs die iets doen op een podium actief gaat ondersteunen. Die aandacht voor de figuur van de auteur past in het concept van auteursmarketing. Verder past het presentatiebeleid ook binnen het model van de beleviseconomie, omdat men via presentatie een beleving kan creëren voor lezers en toeschouwers. Het Fonds is zich duidelijk bewust van de veranderende economische realiteit. “Cd’s verkopen niet meer, maar festivals als Rock Werchter en Pukkelpop zijn altijd uitverkocht.”⁵⁵ Lezers kopen niet zomaar een boek, ze willen de auteur ook zien en ontmoeten. Een presentatiebeleid kan inspelen op die behoefte.

De ideeën van Pine en Gilmore kunnen een goed uitgangspunt vormen bij het creëren van belevingen binnen een presentatiebeleid. Hierbij moet er wel een onderscheid gemaakt worden tussen twee soorten belevingen, en daaruit volgend ook twee soorten presentatie. Ten eerste is er de beleving die dient ter ondersteuning van de marketing van het Fonds, en als doel heeft extra aandacht te genereren voor een bepaald boek of een bepaald genre om de rechten ervan te verkopen. Dit is nu vooral van toepassing binnen het beleid: er worden al wel wat presentatieactiviteiten georganiseerd, maar op ad hoc basis: een reisbeurs voor een auteur die een promotietour wil houden of de aanwezigheid op vakbeurzen. Een tweede soort beleving heeft op zich niet als doel om zoveel mogelijk rechten te verkopen, hoewel dat op de lange termijn ook kan. Deze soort dient eerder om bekendheid op te bouwen in het buitenland en om de reputatie te versterken. Voor presentatie betekent dit dan bijvoorbeeld een gastcollege aan een universiteit, een gezamenlijke tour van auteurs in een bepaald land of een Vlaams programma op een literair festival.

Enkele principes van Pine en Gilmore lijken in de context van auteurspresentatie relevant. Een thema kiezen zorgt voor een kader waarin de presentatie kan geplaatst worden. Dit kan gewoon het thema ‘Vlaams’ zijn, maar het kan ook een genre zijn, bijvoorbeeld proza of prentenboeken. Het thema kan ook afhangen van de context, bijvoorbeeld bij het gastlandschap op een bepaalde beurs. Een ander principe gaat in op het feit dat mensen graag herinneringen ‘kopen’. Binnen een presentatiebeleid kan dit nuttig zijn omdat de lezers of toeschouwers meestal nog niet vertrouwd zullen zijn met een auteur of een titel. Een kleine flyer of een brochure kan de aandacht vasthouden zodat lezers en toeschouwers ook later nog informatie kunnen opzoeken. Bij grote evenementen is een boekverkoop ook onontbeerlijk. Het Fonds heeft in principe geen distributieopdracht als boekverkoper, maar op publieksbeurzen moeten ze hun rol uitbreiden, anders gaan unieke kansen verloren.

⁵⁵ Gesprek met Michiel Scharpé en Els Aerts. 7 november 2013.

3.2.4 Omgaan met de spanning tussen een cultureel product en de promotieopdracht

Hierboven bleek dat een economisch model ook een rol speelt in het buitenlandbeleid van het VFL. Is dit echter niet in tegenstelling tot zijn culturele opdracht?

De missie van het VFL is tweeledig: het stelt dat het de Nederlandstalige letteren en de vertaling in en uit het Nederlands van literair werk in de brede zin van het woord wil steunen. Maar men voegt er meteen aan toe dat men op die manier helpt om de sociaaleconomische positie van Vlaamse auteurs en vertalers te verbeteren.⁵⁶ Hierin is al een combinatie van literatuur en economie merkbaar. Het VFL wil Vlaamse literatuur onder de aandacht brengen en verkopen in het buitenland, om zoveel mogelijk vertalingen te genereren. Daarmee opereert het Fonds aan de twee polen van het literaire veld zoals geschetst door Bourdieu. De medewerkers gaan aan de slag met “het boek als cultuurproduct”⁵⁷. Een belangrijke economische eigenschap van het Fonds is dat ze (economisch) succes in het buitenland willen bereiken en verkoopcijfers spelen daarin een belangrijke rol. Af en toe krijgt het VFL ook de kritiek dat ze binnen de buitenlandsubsidies kiezen voor literatuur die zich al bewezen heeft in Vlaanderen als verkoopsucces, en dus niet voor pure kunst. Aan de andere kant vertegenwoordigt het VFL ook eigenschappen van de artistieke pool. De kwaliteit van het originele werk en de vertaling draagt men hoog in het vaandel. Het originele werk moet passen binnen de literatuuropvatting (triviaalliteratuur zal niet in aanmerking komen voor een subsidie) en wordt beoordeeld op literaire kwaliteit. Ook moeilijkere genres als poëzie krijgen bovendien een kans via een apart subsidiesysteem. Het Fonds is dus geen vertegenwoordiger van de volledige Vlaamse boekenmarkt. De buitenlandse uitgever moet werken met een gekwalificeerde vertaler alvorens een subsidie te kunnen krijgen. Er is dus geen sprake van een kort productieproces. We kunnen hieruit besluiten dat het Fonds streeft naar commercieel succes voor kwaliteitsvolle literatuur. In de termen van Bourdieu is dit een regelrechte tegenstelling, maar het Fonds probeert om economische en artistieke belangen te combineren zonder dat het ene ten koste gaat van het andere.

Die spanning tussen beiden polen is deels ook terug te vinden tussen het binnen- en buitenlandbeleid. De toekenning van een subsidie in het binnenland gaat over literaire kwaliteit zonder economisch aspect en verschillende adviescommissies beslissen over die kwaliteit. Bij het buitenlandbeleid is het onmogelijk om het economische aspect buiten beschouwing te laten, als het VFL zijn doelen wil realiseren. Buiten literaire kwaliteit tellen ook bijvoorbeeld promotie- en marketingmogelijkheden mee. De economische doelstelling lijkt dus inherent aan het buitenlandbeleid.

Met de boeken die ze vertegenwoordigen werkt het fonds marktcorrigerend⁵⁸, en dus niet marktbevestigend of marktvervangend. Binnen het binnenlandbeleid betekent dit dat men ook kan inzetten op minder bekende genres, omdat de overheid juist moet ondersteunen wat volgens de

⁵⁶ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Over het VFL*. (<http://www.fondsvoordeletteren.be/nl/1/content/141/over-het-vfl.html>)

⁵⁷ VFL. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. Onuitgegeven, intern document. 2013: 9.

⁵⁸ Betekent dat men invloed van de markt gaat terugdringen en zelf controle nemen over literaire markt

gewone marktlogica minder vanzelfsprekend is. Voor het buitenland betekent dit echter niet hetzelfde. Een Vlaams boek vertalen is op zich al marktcorrigerend, want er is weinig plaats op de buitenlandse markt. Ook al wordt er dan voor een boek gekozen dat in Vlaanderen al succesvol was, deze productie blijft marktcorrigerend want men kan er niet van uitgaan dat dit boek ook in het buitenland een commercieel succes gaat worden⁵⁹. De eerder aangehaalde kritiek hierop is dus niet volledig juist.

Binnen de internationale promotie van Vlaamse literatuur neemt het VFL af en toe ook een pioniersrol op, zowel literair als economisch⁶⁰. Vlaanderen werd bijvoorbeeld op de boekenbeurs van Peking in 2013 vertegenwoordigd door zowel het Fonds als de Vlaamse Uitgeversvereniging, die de belangen van de uitgevers verdedigt. Dit jaar gaat het VUV echter niet mee en dus moet het Fonds die rol op zich nemen, ook voor organisaties die meer commercieel zijn en minder literair. Soms verwacht men dan dat het Fonds alle Vlaamse boeken promoot, zonder rekening te houden met literaire kwaliteit en eerder redenerend vanuit de vraag van de markt, als een agent⁶¹. Ook hier is het dan belangrijk dat de medewerkers een balans proberen te vinden tussen beide belangen.

3.3 Conclusie

Het voorgaande deel ging in op de theoretische achtergrond van de onderzoeksvragen. Ten eerste werd de positie van het VFL in het literaire veld besproken. Daaruit blijkt dat het VFL een belangrijke rol heeft omdat zij veel productie ondersteunt. Het Fonds heeft ook niet enkel in het Vlaamse veld een invloed, maar bepaalt ook mee het gezicht van de Vlaamse literatuur in het buitenland. Zoals alle actoren uit het veld, hanteert ook het Fonds een bepaalde literatuuropvatting om zijn beslissingen te verantwoorden. Binnen het veld staat het VFL niet apart: samenwerkingen met allerlei andere instanties binnen en buiten het literaire veld zijn essentieel voor een goede werking. Ten tweede werd nagegaan waarom het VFL vertalingen mogelijk probeert te maken. Uit de theorie van Casanova blijkt dat vertalingen de belangrijkste manier zijn om als klein taalgebied erkenning of zichtbaarheid te verwerven in de hiërarchische wereldliteratuur. Toch zijn vertalingen niet het enige instrument dat het VFL hanteert. Eveneens zet het in op literaire prijzen, reismogelijkheden voor auteurs en presentatie. Vervolgens werd er ingegaan op het waarom van een presentatiebeleid. Hiervoor werden twee mogelijke theoretische verklaringen aangehaald, namelijk de opkomst van de beleviseconomie en het belang van auteursmarketing. Binnen het buitenlandbeleid van het Fonds zorgt dit echter voor een paradox tussen intellectuele en commerciële kunst. Langs de ene kant wil het Fonds commercieel succes behalen en veel vertaalrechten verkopen, langs de andere kant is literaire kwaliteit een van de kernwoorden in zijn beleid. Men moet dus altijd blijven zoeken naar een evenwicht tussen beide uitersten.

⁵⁹ Gesprek met Michiel Scharpé. 14 mei 2014.

⁶⁰ Gesprek met Michiel Scharpé. 14 mei 2014.

⁶¹ VFL. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. Onuitgegeven, intern document. 2013: 9.

4. CASE: BUITENLANDBELEID VFL

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de concrete casus van de thesis, namelijk het buitenlandbeleid van het VFL. In een eerste fase wordt het huidige vertaalbeleid geschetst en het instrumentarium dat ingezet wordt om de doelen te bereiken. Het tweede deel vormt de voorstelling van de aanvulling op het huidige beleid, namelijk het presentatiebeleid. Er zal bekeken worden wat presentatie is en kan inhouden, welke partners er nodig zijn en wat er al bestaat. Via interviews werd ook de input van het literaire veld zelf onderzocht.

4.1 Vertaalbeleid⁶²

Het buitenlandbeleid van het VFL was tot nu toe een vertaalbeleid, gericht op het helpen produceren en verspreiden van zoveel mogelijk vertalingen van Vlaamse boeken. Dit wordt in de eerste plaats gerealiseerd door subsidies, maar die werden al eerder onder de loep genomen en worden hier slechts kort vermeld. De buitenlandwerking is echter veel meer dan enkel een subsidieloket. Het vertaalbeleid wordt ondersteund door ad hoc presentatie, die ervoor moet zorgen dat extra vertalingen gegenereerd worden, en door informatieverstrekking en opleiding van vertalers. Het verschil met een apart presentatiebeleid is dat dit laatste los staat van het al dan niet genereren van een vertaling. In dit deel worden enkele aspecten aangehaald die een beter beeld moeten geven van het bestaande beleid. Ook zullen er enkele kritische opmerkingen van literaire actoren geïntegreerd worden. Het hier gepresenteerde instrumentarium behandelt enkel het buitenlandbeleid; regelingen, cijfers en feiten kunnen verschillen van het binnenlandbeleid.

4.1.1 Subsidies

De regeling voor subsidies kwam al uitgebreid aan bod in het eerste deel van deze thesis. Het VFL reikt vertaal-, productie- en reissubsidies uit om Vlaamse literatuur vertaald te krijgen. Verschillende actoren die ik sprak in het kader van een presentatiebeleid zijn er stellig van overtuigd dat zonder de subsidies buitenlandse uitgeverijen (bijna) geen interesse zouden hebben om een Vlaams werk uit te geven. De tussenkomst van het Fonds is bij onderhandelingen dan ook een enorme hefboom.

Toch komt er af en toe commentaar op de procedures. Dorleijn en Van Rees geven aan dat peer reviewing een kwetsbaar proces is⁶³. Af en toe verschijnen er dan ook berichten over favoritisme of over steun aan een te beperkte groep van auteurs. Ook bij succesvolle boeken stelt men de vraag of deze wel ondersteund moeten worden. Vertalen blijft echter een marktcorrigerende actie, het is onmogelijk te voorspellen hoe succesvol een boek gaat worden in een ander land. Het Fonds zelf zei hierover dat een mogelijke oplossing voor deze kritiek zou zijn om de subsidie te laten terugvloeien bij

⁶² De feitelijke gegevens uit dit deel komen uit de jaarverslagen van het VFL tussen 2006 en 2013. Waar een andere bron gebruikt werd, zal dit worden aangegeven.

⁶³ G. Dorleijn & K. van Rees. *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. 2006: 274.

commercieel succes⁶⁴. Het instrumentenapparaat dat daarvoor moet opgezet worden, is echter nog veel duurder dan de subsidie op zich en het Fonds heeft hier vooralsnog geen middelen voor.

4.1.2 Informatie

‘Vlaamse literatuur’ is voorlopig nog geen begrip in het buitenland. Daarom is het noodzakelijk buitenlandse uitgevers en andere actoren voldoende te informeren over het aanbod en de mogelijkheden. De belangrijkste bron van informatie is de website over het buitenlandbeleid⁶⁵, die een Engelse en Nederlandse versie heeft, met informatie over de werking van het fonds, de subsidiemogelijkheden en over de auteurs en de titels die gepromoot worden. De Engelse website is wel veel meer up-to-date dan de Nederlandse versie. Dit kan verklaard worden doordat de meeste informatie in het Nederlands ook terug te vinden is op de algemene website van het Fonds⁶⁶. Op het buitenlandluik van de website publiceert het Fonds nieuws over vertalingen of prijzen in het buitenland, over literaire evenementen in het buitenland of over auteursbezoeken. Nog belangrijker zijn echter de boekfiches over de verschillende titels in verschillende genres. Deze fiches worden ook gebruikt op beurzen en tijdens andere contactmomenten met buitenlandse uitgevers en vormen een eerste kennismaking. In een tweede fase kunnen uitgevers ook fragmentvertalingen van ongeveer vijftien pagina’s aanvragen om de eerste indruk te ondersteunen. De website geeft verder ook een overzicht van gerealiseerde vertalingen en van publicaties en persberichten van het Fonds zelf.

Die eigen publicaties en persberichten zijn ook een belangrijk onderdeel van de informatieverbreiding. Het Fonds geeft heel wat terugkerende publicaties uit, zoals een elektronische nieuwsbrief en persberichten. Daarnaast is het buitenlandnieuws ook aanwezig in de nieuwsbrief van Arts Flanders, een overkoepelend referentiepunt voor informatie over de Vlaamse kunsten in het buitenland⁶⁷. Verder publiceert het Fonds het krantje *News & Views* voor de belangrijkste beurzen, met informatie over titels, realisaties van het Fonds of meer algemene artikels in verband met de beurs. Voor bijzondere evenementen worden ondersteunende folders of brochures digitaal verspreid of gedrukt. Voor de boekenbeurs in Beijing wordt al verschillende jaren een tweetalige brochure Engels-Chinees gemaakt onder de naam *Look at Literature from Flanders*, met recente Vlaamse titels, klassiekers en werk van illustratoren. In het kader van de herdenking van de Eerste Wereldoorlog werd op de *Frankfurter Buchmesse* van 2013 de brochure *In Flanders Literary Fields* voorgesteld met Vlaamse literatuur waarin die oorlog een belangrijke rol speelt. Andere speciale brochures waren een non-fictie brochure in 2012 en het magazine *Bangarang* in 2013, waarin aandacht wordt besteed aan Vlaams striptalent.

4.1.3 Boekenbeurzen

Naast de subsidies en informatieverstrekking is de aanwezigheid op allerlei vak- en publieksbeurzen essentieel om proactief Vlaamse literatuur onder de aandacht te brengen. Het Fonds bezoekt de

⁶⁴ Gesprek met Michiel Scharpé. 14 mei 2014.

⁶⁵ www.flemishliterature.be.

⁶⁶ www.vfl.be.

⁶⁷ ArtsFlanders werd opgericht door de fondsen en de steunpunten van de kunstsector (het Muziekcentrum Vlaanderen, het Vlaams Theaterinstituut, het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele & Mediakunst en het Vlaams Architectuurinstituut).

grotere beurzen jaarlijks en doet ook prospectie naar nieuwe markten en geschikte beurzen daarvoor. Het belangrijkste doel van een beurs is de buitenlandse uitgevers informeren over nieuwe Vlaamse titels. Ten tweede vormt een beurs ook een ideaal netwerkmoment om contacten te leggen met uitgevers, maar ook met buitenlandse media en organisatoren van literaire evenementen. Op sommige beurzen heeft het Fonds een eigen stand of een stand in samenwerking met andere Vlaamse organisaties. In andere gevallen is het Fonds enkel aanwezig in het *rights center*, waar je een tafel kunt huren, maar zonder stand en dus zonder aankleding. Alle afspraken worden dan afgehandeld aan die tafel. Omdat het Fonds niet overal aanwezig kan zijn, moeten er keuzes gemaakt worden. Beurzen in Argentinië, Japan of Rusland worden bijvoorbeeld niet bijgewoond omdat ze geen prioriteit zijn. Dit betekent niet dat dit geen interessante markten zijn, er is gewoon geen budget om op alles in te zetten. De aanwezigheid van het Fonds op beurzen verandert doorheen de tijd en regelmatig moet het nut van een bepaalde beurs geëvalueerd worden.

In 2013 werden verschillende beurzen bezocht. Op de *Frankfurter Buchmesse*, de *Beijing International Book Fair* en de *Bologna Book Fair* had het Fonds een eigen stand. De beurzen in Frankfurt en Beijing zijn algemene beurzen, in Bologna richt men zich specifiek op kinder- en jeugdliteratuur. Ook op de *London Book Fair*, het *Salon du Livre* in Parijs, het *Festival International de la Bande Dessinée* in Angoulême, de *Leipziger Buchmesse* en het *Salon du Livre et de la Presse Jeunesse* in Montreuil waren medewerkers van het Fonds aanwezig om contacten te leggen of te onderhouden met de uitgevers. Verder werden ook twee nieuwe beurzen bezocht na uitgebreide prospectie en marktonderzoek. Om het potentieel binnen de Scandinavische markt beter te benutten werd gekozen voor de *Göteborg Book Fair* in Zweden. Dezelfde redenering werd gevolgd voor Latijns-Amerika: de *Guadalajara International Book Fair* bleek de meest geschikte om heel Latijns-Amerika te bereiken. De aanwezigheid hier blijft tot nog toe wel kleinschalig, slechts één medewerker ging hiernaartoe in 2013. Op beurzen is er meestal alleen een presentatiedeel voor het gastland; de andere aanwezigen zijn er vooral voor het zakelijk gedeelte, namelijk de contacten en het verkopen van rechten.

In het theoretisch kader (deel 3.2.3.) werden twee soorten belevenissen onderscheiden: een belevenis die dient als marketinginstrument om de verkoop van vertaalrechten te bevorderen en een belevenis die de uitstraling van Vlaamse literatuur bij het grote publiek wil versterken. Aanwezigheid op vakbeurzen dient in de eerste plaats de eerste soort, omdat op zulke beurzen enkel of vooral mensen uit het veld aanwezig zijn. Specifieke titels en auteurs worden voorgesteld met het oog op vertaling van die bepaalde titels. Het is daarom ook dat presentatie op vakbeurzen bij een vertaalbeleid hoort en niet bij een presentatiebeleid.

4.1.4 Publishers tour

De *publishers tours* zijn een vierde belangrijk instrument van het Fonds om Vlaamse literatuur internationaal te promoten. Buitenlandse uitgevers uit verschillende landen worden gedurende een midweek uitgenodigd in Vlaanderen om zich onder te dompelen in het Vlaamse literaire veld en kennis te maken met Vlaamse uitgevers, auteurs, illustratoren en boekorganisaties. Het literaire programma wordt afgewisseld met culturele uitstappen, zoals een stads- of museumbezoek en informele recepties en ontmoetingen. Voor de Vlaamse actoren is de tour een opportuniteit om contacten te leggen en

titels voor te stellen aan hun buitenlandse collega's. Deelnemende uitgeverijen komen uit Europese landen als Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Zweden, Rusland en Frankrijk maar ook o.a. uit de Verenigde Staten en Brazilië. Het evenement is succesvol: tot op heden leverden de tours tientallen vertalingen op⁶⁸.

In 2008 werd de eerste *publishers tour* georganiseerd voor kinder- en jeugdliteratuur. Zowel de buitenlandse als Vlaamse deelnemers van het project waren heel enthousiast. Het succes leidde tot een herhaling in 2010, 2012 en 2014. In 2010 werd ook de eerste tour voor prozaliteratuur georganiseerd, gevolgd door een tweede in 2013. Ten slotte werd in 2014 samen met het Nederlands Letterenfonds een speciale tour georganiseerd voor Duitse uitgevers in het kader van het gastlandschap van Vlaanderen en Nederland op de *Frankfurter Buchmesse* in 2016. Een tiental uitgevers bracht eerst twee dagen door in Amsterdam en verhuisde daarna naar Vlaanderen voor een programma met Vlaamse auteurs en uitgevers. Ook bij deze tour was het enthousiasme van de deelnemers groot, omwille van de directe contactmogelijkheden met de auteurs⁶⁹. In 2015 zullen nog dergelijke tours georganiseerd worden om de aandacht van de Duitse uitgevers nu al op het Vlaamse boek te vestigen en om tegen 2016 extra Vlaamse titels in Duitse vertaling te hebben.

Net zoals bij vakbeurzen, gaat het hier om presentatie binnen de sector. Het opzet is in dit geval breder want men presenteert het bredere Vlaamse literaire landschap. Onrechtstreeks blijft natuurlijk het doel om de gepresenteerde titels en auteurs extra kansen te geven op vertalingen.

4.1.5 Grotere presentaties

Het Fonds organiseerde ook al enkele grotere initiatieven ter promotie van de Vlaamse literatuur. Ten eerste neemt het Fonds soms auteurs en illustratoren mee naar beurzen om hun werk actief te promoten. In 2013 reisden bijvoorbeeld drie illustratoren mee naar de *Beijing International Book Fair*. Aan hun bezoek was ook een promotietournee gekoppeld, tijdens dewelke ze hun prentenboeken voorstelden via lezingen, workshops en persvoorstellingen. Optredens waren niet beperkt tot de boekenbeurs: de illustratoren waren ook aanwezig in boekhandels, kleuterscholen en musea⁷⁰.

Ten tweede werden er ook enkele genregebonden projecten georganiseerd, die soms ontstaan in combinatie met een gastlandschap op een bepaalde beurs. Naar aanleiding van het gastlandschap op het *Festival International de la Bande Dessinée* in Angoulême in 2009 ontwikkelde het Fonds de tentoonstelling '*Ceci n'est pas la BD flamande*'. Het Franse festival is het tweede grootste in zijn soort in de wereld en trekt jaarlijks ongeveer 200 000 bezoekers⁷¹. Strips stonden toen nog niet op de kaart in het literaire veld, het VFL vervulde hier een pioniersrol. De tentoonstelling presenteerde werk van twintig Vlaamse striptekenaars. Bovendien werden deze auteurs gekaderd binnen de geschiedenis van de Vlaamse strip, met auteurs als Willy Vandersteen en Marc Sleen. Buiten de tentoonstelling waren er ook nog een catalogus voor bezoekers, een Vlaamse uitgeversstand in de vorm van een café en

⁶⁸ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. 2013: 7.

⁶⁹ ArtsFlanders. 'Publishers Tour succesful tool to promote Dutch literature abroad.' 2014.

⁷⁰ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2013*. 2014: 70.

⁷¹ Wikipedia. Angoulême International Comics Festival.

(http://en.wikipedia.org/wiki/Angoulême_International_Comics_Festival).

allerlei randactiviteiten met de stripauteurs. Het Fonds zorgde toen ook dat boeken op het moment zelf aangekocht konden worden, hoewel boekverkoop natuurlijk niet zijn primaire taak is. Op zo'n moment is het echter essentieel zijn rol te verbreden, want zonder fysieke boeken zou veel van het effect van de tentoonstelling verloren gaan. Door het grote succes werd dit café opnieuw geopend in 2010, 2011 en 2012, maar in bescheidenere vorm. In 2013 werd al een nieuw initiatief gepresenteerd: de tentoonstelling *'La Boîte à Gand'*, waarin curator Brecht Evens vier andere Vlaamse stripauteurs voorstelde. Ook deze tentoonstelling kreeg veel lof van het publiek en de media. Deze opeenvolgende acties in Angoulême geven aan hoe belangrijk het is om aan een succesvol evenement opvolging te geven in de volgende jaren. Het kernbegrip 'duurzaamheid' uit de literaturopvatting van het VFL is hier zeker van toepassing. Als door middel van een gastlandschap de aandacht gevestigd is, moet geprobeerd worden om zeker de volgende jaren ook aanwezig zijn om het succes te bestendigen en een langdurig effect te genereren.

Een groter presentatie-evenement hoeft niet per se gecombineerd te worden met een gastlandschap. De reizende illustratoren tentoonstelling 'Buiten de lijntjes gekleurd' werd nationaal en internationaal voorgesteld in 2006 en toonde werk van zeventien Vlaamse illustratoren. Het doel was om de kwaliteit van hun werk te tonen aan professionelen uit de prentenboekwereld. Bij de tentoonstelling hoorden ook verschillende randactiviteiten: illustratoren die in debat gingen, workshops gaven en contacten legden binnen de sector. Bovendien werden er ook een Nederlandse en Engelse catalogus gemaakt. Vooral de Engelse versie, *Colouring Outside the Lines – Flemish Illustrators Making their Mark*, was belangrijk in het contact met buitenlandse uitgevers. De catalogus zorgde voor een eerste kennismaking met de illustratoren maar nodigde de uitgevers tegelijk ook uit om de tentoonstelling te bezoeken. Van 2006 tot 2009 reisde de tentoonstelling door Europa, met stops in o.a. Italië, Duitsland, Hongarije, Frankrijk en Groot-Brittannië. Ook voor de buitenlandmedewerkers van het Fonds was dit een goed moment om hun netwerk uit te breiden.

De *High Impact Tour* was een initiatief van de Vlaamse Vertegenwoordiging in Groot-Brittannië en de Nederlandse ambassade. Zes auteurs (drie Vlaamse en drie Nederlandse) traden zes dagen op in zes verschillende Britse steden om hun werk en de Engelse vertalingen ervan voor te stellen, onder de noemer *High Impact Literature from the Low Countries*. Tijdens het slotevenement werden de Nederlandstalige auteurs vergezeld van drie Britse schrijvers met een band met de *Low Countries*. Het programma bestond uit voorleesoptredens van de auteurs, debatten en ontmoetingen met studenten en andere lezers. Er werd ook een speciale website en blog gemaakt voor de tour⁷². Het Fonds had een eerder adviserende rol: men hielp bij de inhoud van het programma en de selectie van auteurs. De financiële kant werd volledig gedragen door de vertegenwoordiging en de ambassade. Het VFL organiseert dus niet alleen zelf, maar steunt ook initiatieven die genomen worden door andere spelers. De samenwerking met plaatselijke actoren is essentieel omdat zij een netwerk hebben ter plaatse en omdat zij het culturele veld en de literaire markt van de regio kennen. Ondersteuning, hetzij met informatie en advies, hetzij financieel, van zulke initiatieven moet dan ook zeker behouden worden binnen het presentatiebeleid. Een belangrijk verschil met de vorige twee initiatieven is bovendien dat

⁷² www.highimpacttour.com.

tijdens de *High Impact Tour* verschillende genres vertegenwoordigd waren, zowel poëzie en graphic novels als proza. Hoewel de optredens niet plaats vonden voor honderden toeschouwers en de boekverkoop achteraf ook niet het grote verschil maakte, is het toch belangrijk dat zo'n evenementen georganiseerd worden om de naamsbekendheid te vergroten. Het Fonds is dan ook zeker bereid om dit initiatief te herhalen⁷³.

De drie grotere initiatieven die hier besproken zijn, passen volledig in een presentatiebeleid: auteurs participeren aan activiteiten, de nadruk ligt niet op het verkopen van rechten en men bereikt een groter publiek, niet enkel specialisten. Omdat er voorlopig nog geen gestandaardiseerd beleid is voor presentatie, vallen deze evenementen (voorlopig) nog onder het vertaalbeleid. In de opbouw naar een presentatiebeleid kan het nuttig zijn om uit bestaande formules, zoals High Impact, een structuur te destilleren die kan dienen als basis om andere initiatieven aan op te hangen.

4.1.6 Vertalershuis en vertaalprijzen

Het laatste grote aspect van het vertaalbeleid van het VFL is de aandacht voor de literaire vertaler en zijn werk. Zoals al aan bod kwam in het theoretisch kader, is de aandacht voor vertalingen in de literaire wereld vaak gering of onbestaande. Het werk van een vertaler wordt beschouwd als onderschikt aan het originele werk. Het Fonds probeert ook hier iets aan te doen, zowel door op verschillende fora mee te ijveren voor de status van vertalers, als door in te zetten op opleidingen en cursussen samen met het Expertisecentrum Literair Vertalen. Daarnaast startte het VFL twee initiatieven voor vertalingen uit het Nederlands: het Vertalershuis en de vertaalprijzen.

Het Vertalershuis van het Fonds bevindt zich sinds 2013 in Antwerpen, vlakbij het Fonds. Vertalers uit het Nederlands kunnen hier gedurende een maand verblijven om aan een vertaling te werken en om de Vlaamse cultuur en literatuur op te snuiven. Voorwaarde om een maand in Antwerpen te wonen is dat er een overeenkomst is met een uitgeverij over een vertaalproject. Het verblijf is gratis en men kan in aanmerking komen voor een eventueel loon. Het jaarlijks budget van ongeveer € 45 000 voor het Vertalershuis maakt deel uit van het buitenlandbudget. Via Antwerpen Boekenstad ontvangt het Fonds een bijkomende subsidie van € 5 000 per jaar. In 2013 was de bezettingsgraad 100%. De vertalers zijn alvast enthousiast⁷⁴. Pluspunten zijn de huisbibliotheek, de literatuurtips voor Antwerpen en de ontmoetingen met het VFL en andere Vlaamse literaire instanties. Het Vertalershuis maakt deel uit van het Europees netwerk voor residenties RECIT (*Réseau Européen des Centres Internationaux de Traducteurs littéraires*), opgericht met als doel vertalers samen te brengen en het vak te professionaliseren.

Het fonds reikt tweejaarlijks in samenwerking met het Nederlands Letterenfonds drie verschillende literaire prijzen uit voor vertalingen uit het Nederlands: de *Vondel Translation Prize* voor een vertaling naar het Engels, de *Prix des Phares du Nord* voor een Franse vertaling en ten slotte de *Else Otten Übersetzerpreis* voor het Duits. Aan de bekroning hangt een prijzengeld van € 5 000 vast en € 5 200 voor de *Else Otten Übersetzerpreis*. De jury wisselt elk jaar maar bestaat wel altijd uit

⁷³ Gesprek met Michiel Scharpé en Els Aerts. 7 november 2013.

⁷⁴ Persoonlijke communicatie. 11 juli 2014.

vakmensen. Ondanks de negatievere perceptie van literaire prijzen door Casanova (zie 3.1.2), kan zo'n prijs wel degelijk nut hebben. Een literaire prijs brengt een vertaling opnieuw voor het voetlicht en zorgt voor bijkomende aandacht in de pers, zowel hier als in het buitenland. Bovendien stimuleert het de vertalers zelf om te streven naar een kwaliteitsvolle vertaling.

Vertalers worden tot nu toe weinig betrokken bij de initiatieven van het Fonds om literatuur te presenteren. Het uitbreiden van hun rol kan echter ook zorgen voor een meer prestigieuze status en bovendien kennen zij de markt van hun doeltaal. Vertalers komen daarom verder aan bod in deel 4.2.4.2.

4.1.7 Conclusie

Het VFL beschikt over een uitgebreid instrumentarium om vertalingen van Vlaamse literatuur te genereren. Naast subsidies, de belangrijkste vorm van ondersteuning voor buitenlandse uitgevers, maakt het Fonds ook werk van informatieverstrekking, de opleiding en professionalisering van vertalers en de promotie van Vlaamse titels via boekenbeurzen, *publishers tours* en presentaties. Het beleid is vooral gericht op de literaire actoren uitgeverij en boekhandel, en gaat uit van het idee dat een boek "uitgegeven moet worden" en "in de winkel moet liggen". Enkele kleinere initiatieven en de subsidiëring van auteursbezoeken richten zich al meer naar de derde actor, de lezer, en proberen hem te overtuigen van de kwaliteit van Vlaamse literatuur. Het doel is dan niet meer alleen om zoveel mogelijk rechten te verkopen, maar ook om bijvoorbeeld toehoorders te krijgen en een naam en reputatie op te bouwen bij het grotere publiek. Het volgende deel van deze thesis zal zich daarop richten.

4.2 Presentatiebeleid

De beslissing van het VFL om het bestaande beleid uit te breiden doet niets af van het feit dat het huidige vertaalbeleid zeker succesvol is⁷⁵. Sinds 2000 steeg het aantal gesubsidieerde vertalingen van 35 naar 104 in 2013. Binnen dat getal moet men bovendien rekening houden met het feit dat het Fonds pas vanaf 2007 ook actief strips en kinderliteratuur promoot. Belangrijkste talen zijn het Engels, Duits, Chinees en Frans maar in totaal verschenen er titels in meer dan veertig verschillende talen. Ook minder voor de hand liggende talen komen aan bod, zoals het Amhaars en het Hindi. Bovendien werd er al ingezet op promotie na het verschijnen van een boek. Tussen 2000 en 2013 werden 579 auteursbezoeken gesubsidieerd voor presentatie van titels in zeer veel verschillende landen.

Het presentatiebeleid is een logische stap in de groei van het buitenlandbeleid van het VFL. Nu het vertaalbeleid stevig gefundeerd is, kan het Fonds de buitenlandwerking uitbouwen, door in te zetten op de instantie die tot nu nog niet veel betrokken was, namelijk de lezer. Initiatieven naar de lezer en het grote publiek toe passen niet meer binnen een vertaalbeleid. Bovendien is de ondersteuning van de lokale promotie gericht op lezers belangrijk, want voor een uitgeverij is één boek op zich promoten heel duur. Andere redenen die in het theoretisch kader al aan bod kwamen, zijn de

⁷⁵ De volgende cijfergegevens zijn gebaseerd op de jaarverslagen van het Fonds van 2011-2013 en op het verslag van de *Joining the Dots* conferentie (C. Van Baelen. 'Buitenlandwerking van het Vlaams Fonds voor de Letteren.' 2011: 45-46.)

opkomst van de beleveniseconomie en de auteursmarketing. Omdat het Fonds opereert op het snijpunt van cultuur en economie, moet het ook rekening houden met deze economische ontwikkelingen.

In dit deel wordt eerst gezocht naar een definiëring van het begrip ‘presentatie’. Daarna komt een unieke opportuniteit voor de presentatie van Vlaamse literatuur aan bod, namelijk het gastlandschap op de *Frankfurter Buchmesse* in 2016. Vervolgens wordt ingezoomd op de netelige kwestie van de verhouding tot de Nederlandse markt. Hierna worden enkele partners voor zo’n beleid voorgesteld en andere actoren die daarin een rol kunnen spelen. Tot slot worden enkele aanbevelingen voor het Fonds geformuleerd.

4.2.1 Presentatie als containerbegrip

Presentatie kan heel beknopt en algemeen omschreven worden als “een auteur die iets doet op een podium”. In deze omschrijving zitten drie elementen die we nader dienen te analyseren. Wat zijn de criteria voor een auteur? Moet hij vertaald zijn? Kan presentatie ook zonder vertaling? Welke genres kunnen gepresenteerd worden? Ten tweede kan ook ‘iets doen’ allerlei activiteiten impliceren: signeren, les geven, een lezing geven, voorlezen enzovoort. Tot slot moet ook een ‘podium’ verder gedefinieerd worden. Gaat het om een letterlijk podium, kan een podium ook een klas betekenen of een boekhandel?

Deze beknopte omschrijving kan echter verder verruimd worden, via communicatie en tentoonstellingen. Uitgebreide communicatie kan ook bijdragen aan de presentatie van Vlaamse auteurs. De website en de eigen publicaties van het Fonds kwamen al aan bod in het vertaalbeleid. In de multimediale wereld van vandaag zijn ook sociale media instrumenten om een groot publiek te bereiken. Zo zouden er maandelijks auteurs of titels gepresenteerd kunnen worden op de Facebookpagina van het Fonds of op de website. Ook een samenwerking hiervoor met ArtsFlanders is mogelijk. Verder is bijvoorbeeld een aparte website over ‘Flemish Literature’ een goede presentatiemethode. In een nieuwe buitenlandnota⁷⁶ wordt hier ook gewag van gemaakt. Zo’n site is voor het grotere publiek ook makkelijker bereikbaar. Lezers zullen niet direct online op zoek gaan naar het Fonds, maar via zo’n portaalsite kunnen ze de Vlaamse titels ook online vinden. Een hieraan verbonden Facebook- of Twitteraccount kan het bereik nog vergroten. Er bestaan ook genrespecifieke initiatieven om teksten via websites te promoten. Het VFL is hier wel al mee bezig. Sinds een aantal jaar is men bijvoorbeeld partner van twee belangrijke websites voor poëzie: *Poetry International Web* en *Lyrikline*⁷⁷. Regelmatig worden nieuwe Vlaamse dichters, nieuwe vertalingen of nieuws online gezet. Accurate informatie is essentieel omdat organisatoren van internationale festivals de sites regelmatig als “talentendatabank” gebruiken⁷⁸. Ten slotte toonde het vertaalbeleid op zich al aan dat presentatie bijvoorbeeld ook een tentoonstelling kan inhouden. Binnen een presentatiebeleid zou de tentoonstelling dan langs verschillende plaatsen kunnen reizen en aldaar gekoppeld worden aan debatten, optredens of lezingen van gerelateerde auteurs.

⁷⁶ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. 2013: 17.

⁷⁷ www.poetryinternationalweb.net en www.lyrikline.org

⁷⁸ C. Van Baelen. ‘Buitenlandwerking van het Vlaams Fonds voor de Letteren.’ 2011: 45.

Buiten een definiëring moet ook het beoogde doel van de toekomstige presentaties afgebakend worden. Er zijn verschillende doelstellingen mogelijk. Algemeen kan men streven naar het versterken van de reputatie van de Vlaamse literatuur, in aansluiting bij de algemene missie van het Fonds. Specifieker kan de promotie van een bepaald werk het doel zijn, de ontwikkeling van de auteur (inspiratie opdoen en verbreding van zijn blikveld), het leggen van nieuwe contacten, het aanboren van nieuwe lezerspublieken en de bestaande publieken vergroten of het opdrijven van de verkoopcijfers. Bij elke presentatie moet dan gekeken worden naar wat men specifiek nastreeft en wat daarvoor de best passende methode is.

Net zoals binnen het vertaalbeleid, moet men binnen een presentatiebeleid keuzes maken inzake actieradius. In het vertaalbeleid zijn grote taalgebieden voorlopig de prioriteit. Concreet kunnen de Duitstalige, Franstalige, Engelstalige en Spaanstalige markt gezien worden als de belangrijkste voor presentatie. Echter, opnieuw zoals voor het vertaalbeleid, moeten andere initiatieven of ideeën ook bekeken en eventueel ondersteund worden. Buiten de grootte van het taalgebied zijn er nog andere factoren om de keuze op te baseren. In Oostenrijk is er bijvoorbeeld een levendige leescultuur⁷⁹ en kan presentatie bijdragen aan de verspreiding van de Vlaamse literatuur. In Spanje is men nonchalanter en komt er weinig ondersteuning van instituten⁸⁰. Dit moet goed onderzocht worden, zodat nutteloze investeringen vermeden worden.

Tot nu is de definitie van presentatie gericht op literatuur. Presentatie kan echter ook multidisciplinair zijn, waarbij ieders positie versterkt wordt. Samenwerking met de andere kunsten verbreedt het aanbod en stimuleert de buitenlandse interesse, waardoor een groter publiek aangetrokken kan worden. Aansluiting kan men zoeken bij een filmpremière, een tentoonstelling van beeldende kunsten of een muziekkuitvoering. Andersom kunnen de literaire evenementen ook een platform zijn voor de andere kunsten⁸¹.

Een presentatiebeleid op zich is echter ook contesteerbaar omwille van twee redenen: moet het Vlaams Fonds optreden als evenementenbureau en is een auteur vanaf nu dan ook automatisch een performer? Duidelijk is dat het VFL geen evenementenbureau is of kan zijn⁸². Wel kan men ondersteuning bieden of zelf initiatieven opzetten, die later overgedragen kunnen worden aan de plaatselijke organisator. Het is dus belangrijk af te bakenen waarin men mee wil gaan en wat buiten de grenzen van het beleid valt. Verder staan niet alle auteurs graag op een podium, terwijl anderen dit net zien als een evident onderdeel van het auteurschap. Lieve Joris, deelnemster van de High Impact Tour zei hierover: *“Er is een tijd om je op te sluiten in jezelf, en er is een tijd om naar buiten te komen. Om het bootje terug te laten varen.”*⁸³ In de evententiële maatschappij van vandaag is dit dan ook zeer belangrijk. Uit een masterproefonderzoek bleek dat uitgeverij het steeds meer appreciëren dat

⁷⁹ Persoonlijke communicatie. 26 juni 2014.

⁸⁰ D. Ross, A. Pos & M. Mertens. (eds.). *Ieder zijn eigen Arnon Grunberg. Vertaling, promotie en receptie in Italië, Spanje, Catalonië, Portugal en Roemenië*. 2012: 66.

⁸¹ C. Van Baelen. ‘Buitenlandwerking van het Vlaams Fonds voor de Letteren.’ 2011: 47.

⁸² Gesprek met Michiel Scharpé. 14 mei 2014.

⁸³ Anoniem. ‘Onze schrijvers in Engeland.’ *Cobra.be*. 18 januari 2013. (Online via: <http://cobra.be/cm/cobra/boek/1.1527925>).

een auteur zijn verhaal goed kan brengen⁸⁴. In hetzelfde onderzoek bevestigde ook Koen Van Bockstael dat de persoon van de auteur toch wel belangrijk is⁸⁵: kan hij zijn boek presenteren, kan hij een beetje omgaan met de media? In de selectie van auteurs voor evenementen is het nuttig om ook daar rekening mee te houden.

In het algemeen gaat deze thesis uit van een brede opvatting van presentatie. Zowel gastcolleges aan een universiteit, deelname aan een literair festival of titels presenteren tijdens een literaire tournee moeten aan bod komen. Bovendien is ook uitwisseling met lokale auteurs of instanties nuttig, bijvoorbeeld via ontmoetingen of debatten. In dat laatste geval gaat men minder uit van een ‘nationalistische benadering’, die zich richt op presentatie van ‘Vlaamse’ auteurs. Men streeft dan eerder naar een thematische benadering, om aansluiting te zoeken bij collega’s. In landen waar de Vlaamse literatuur nog geen begrip is, is een nationalistische benadering nuttig als start. In landen waar de Vlaamse literatuur al enige bekendheid heeft verworven, zoals Duitsland, kan een thematische benadering effectiever zijn. Al deze initiatieven kunnen bijdragen aan het doel van een presentatiebeleid, namelijk de cultuurbekendheid van Vlaanderen te vergroten, en meer specifiek het realiseren van een groter succes voor auteurs.

Als conclusie kunnen we stellen dat presentatie een containerbegrip is. Door de ruime interpretatie zal het echter ook moeilijk zijn het effect en de efficiëntie van de ingezette middelen te meten en te evalueren. Harde cijfers bestaan enkel over aantallen initiatieven of bezoekersaantallen, cijfers over bekendheid van Vlaamse auteurs of extra verkoop zijn zelden beschikbaar en de meetbaarheid van de buitenlandse uitstraling van de Vlaamse literatuur is moeilijk en duur.

4.2.2 Gastlandschap Frankfurter Buchmesse 2016

In 2016 zal Vlaanderen, samen met Nederland, het *Schwerpunkt*, of het gastland, vormen van de *Frankfurter Buchmesse* in Duitsland onder de titel *Low Countries. Deep Imagination*. De *Buchmesse* is de grootste en belangrijkste boekenbeurs van de wereld: jaarlijks staan er ongeveer 7 300 standhouders uit meer dan honderd verschillende landen, komen er ca. 250 000 bezoekers over de vloer, zijn er ongeveer 9 000 journalisten aanwezig en worden er meer dan 3 700 evenementen georganiseerd⁸⁶. Sinds 1976 nodigt deze vakbeurs elk jaar een land uit dat functioneert als ‘gastland’, dat dan zijn boekenmarkt, literatuur en cultuur op allerlei manieren kan presenteren. Zowel de Vlaamse als de Nederlandse overheid investeren elk bijna 2,4 miljoen euro in het gastlandschap⁸⁷. Het feit dat beiden evenveel geld ter beschikking stellen, duidt aan dat Vlaanderen een evenwaardige partner is in het gebeuren. Dit is een belangrijke stap want vaak zijn de Nederlandse auteurs, omdat het land groter is en omdat het beleid al verder staat, veel meer vertegenwoordigd en gepromoot dan de Vlaamse. De organisatie komt in handen van een Vlaams-Nederlands duo: Bart Moeyaert wordt

⁸⁴ B. Delft. *Een competentieprofiel voor de professionele romanschrijver. Een kwalitatief onderzoek naar de competenties die een schrijfliefhebber tot een publicerend auteur maken*. 2013: 68.

⁸⁵ B. Delft. *Een competentieprofiel voor de professionele romanschrijver. Een kwalitatief onderzoek naar de competenties die een schrijfliefhebber tot een publicerend auteur maken*. 2013: 244.

⁸⁶ Frankfurter Buchmesse. ‘The Frankfurt book fair – Global city of ideas. A company profile.’

(<http://www.buchmesse.de/en/company/>).

⁸⁷ Nederlands Letterenfonds & Vlaams Fonds voor de Letteren. *Low Countries, Deep Imagination*. 2013: 43.

artistiek intendant, Bas Pauw wordt verantwoordelijk voor de zakelijke kant van het evenement. Moeyaert wil alvast een clichématige presentatie vermijden: “*Dat moeten we bereiken: de Lage Landen op zo’n manier in Frankfurt presenteren dat bezoekers zich de Low Countries als de Wow! Countries herinneren.*”⁸⁸

Duitsland is een zeer belangrijke markt voor de Vlaamse literatuur. De vertalingen naar het Duits zijn talrijker dan naar enige andere taal⁸⁹, in de Vertalingendatabank zijn er 4800 titels te vinden die vertaald zijn naar het Duits⁹⁰. Die populariteit is mede te danken aan een eerste gastlandschap van Vlaanderen en Nederland op de *Buchmesse* in 1993. Dat moment vormde toen de ‘doorbraak’ van de Nederlandstalige literatuur in het buitenland. Het doel van het gastlandschap is ten eerste de voorstelling van een nieuwe generatie van auteurs en illustratoren aan lezers, media en mensen uit het vak. Bovendien is de boekenbeurs ook een moment om ideeën op te doen en uit te wisselen met collega’s van over de hele wereld. Ten slotte zijn de verwachtingen hooggespannen: een gastlandschap moet resulteren in meer vertalingen, hogere oplages en meer verkochte boeken op de internationale markt.

Het *Schwerpunkt* gaat verder dan de beursdeelname in oktober. Gedurende het hele jaar zijn er op allerlei plaatsen in Duitsland activiteiten om het gastland voor te stellen en te promoten. Tournées worden gekoppeld aan lokale kunstenfestivals of –programma’s. Ook is het gastland aanwezig op de boekenbeurs van Leipzig. Deze boekenbeurs valt samen met het festival *Leipzig Liest* en de combinatie van beiden zorgt ervoor dat dit een heel groot evenement wordt. Bovendien staan er in Frankfurt zelf tijdens de beurs heel wat tentoonstellingen, optredens, concerten en dergelijke op stapel. In de voorgaande jaren was er ook geregeld een samenwerking met andere culturele organisaties. De beide fondsen zijn nu al bezig met de voorbereiding en zullen in de aanloop naar 2016 allerlei kleinere evenementen organiseren.

Op de beurs zelf zal er een Vlaams-Nederlands paviljoen komen, het *Guest of Honour Pavilion*, met een doorlopend cultureel programma, in een speciaal hiervoor ontworpen design. Het paviljoen is het centrum van het gastlandschap en krijgt telkens gemiddeld 50 000 bezoekers over de vloer en dus ook veel media-aandacht. Binnen het paviljoen wordt o.a. een specifieke tentoonstelling georganiseerd, met vertalingen uit de literatuur van het gastland en boeken van wereldwijde uitgevers over de cultuur, geschiedenis of politiek van het gastland. De uitgevers krijgen een gemeenschappelijke stand en komen ook aan bod op andere plekken op de beurs. Ze krijgen tevens een plaats in de verschillende programma’s⁹¹. In totaal zullen er ongeveer zestig auteurs deelnemen aan de presentaties, maar in de voorbereiding zullen nog meer en andere auteurs aan bod komen⁹². Ook na de beurs zal er een specifiek programma worden samengesteld om alle aanvragen op te volgen en om zoveel mogelijk kansen te benutten.

⁸⁸ Anoniem. ‘Bart Moeyaert en de Wow Countries.’

⁸⁹ Nederlands Letterenfonds & Vlaams Fonds voor de Letteren. *Low Countries, Deep Imagination*. 2013: 10.

⁹⁰ Cijfers juli 2014. (via <http://www.letterenfonds.nl/vertalingendb/zoek.php>).

⁹¹ Frankfurt Book Fair. *Focal Themes and Guests of Honour*. 2014: 4. For internal office use only.

⁹² Nederlands Letterenfonds & Vlaams Fonds voor de Letteren. *Low Countries, Deep Imagination*. 2013: 31.

Zoals aangehaald in de definitie van presentatie zal men ook inzetten op multidisciplinariteit. Het gastlandschap zal breed worden ingevuld met aandacht voor muziek, film, dans, theater en beeldende kunsten. Hiervoor wordt in Vlaanderen samengewerkt met de kunstesteunpunten⁹³ en het Vlaams Audiovisueel Fonds. Maar ook binnen de literatuur wordt er gekozen voor een uitgebreide invulling, met naast het papieren boek ook aandacht voor de vernieuwingen in het boekenvak. Bovendien zal ook Toerisme Vlaanderen een rol spelen op de beurs, om de aandacht voor de Vlaamse kunsten om te zetten in een toename van toeristen.

Enkele cijfers⁹⁴ tonen aan dat het wel degelijk de moeite loont te investeren in een gastlandschap. Ten eerste nemen de vertalingen in het Duits enorm toe. Nieuw-Zeeland genereerde in 2012 200 vertalingen naar het Duits; Brazilië in 2013 maar liefst 300. Ook de media-aandacht in Duitsland is heel groot. Gedurende het jaar van het gastlandschap verschijnen er gemiddeld 5 000 artikels in de pers. Ten slotte worden er gemiddeld 400 bijkomende evenementen georganiseerd, zowel op de beurs als erbuiten.

De *Frankfurter Buchmesse* is een vakbeurs en is enkel de laatste twee dagen toegankelijk voor het grote publiek. Dat houdt in dat ook de presentatie vooral gericht is op vakmensen en minder op het lezerspubliek. Daarmee bevindt het evenement zich op de grens tussen een ondersteuningsinstrument voor het vertaalbeleid en een deel van een presentatiebeleid. Als gastland is er natuurlijk wel veel meer mogelijk qua presentatie dan als gewone standhouder en daarom komt het ook in dit deel aan bod. De boekenbeurs is een unieke kans voor het VFL om een begin te maken met gestructureerde presentatie. Alle aspecten van het buitenlandbeleid kunnen hier aan bod komen. Bovendien zullen er vele nieuwe mogelijkheden ontstaan in Duitsland en daarbuiten voor presentatie, via het voorbereidings- en opvolgingsprogramma en via de contacten met andere spelers op de beurs.

4.2.3 Nederlandse lezers

De Nederlandse en Vlaamse boekenmarkt kennen een grondige vervlechting⁹⁵. Vlaamse romanschrijvers worden uitgegeven in Nederland en Nederlandse fictieschrijvers doen het goed op de Vlaamse markt. In discussies over de kloof tussen Vlaanderen en Nederland gaven verschillende auteurs aan zowel beïnvloed te worden door Vlaamse als door Nederlandse voorlopers⁹⁶. De Boekenweek wordt in 2014 voor het eerst gezamenlijk georganiseerd in Vlaanderen en Nederland, en het Boekenweekgeschenk wordt in beide regio's verspreid. Ook qua uitgeverijen, en vooral binnen de grote concerns, is er heel wat overlapping. De meeste hebben dan ook afdelingen in Vlaanderen en Nederland. Lannoo, opgericht in Vlaanderen, heeft verschillende Nederlandse uitgeverijen onder zich, zoals Meulenhoff en LannooCampus Houten. Ook qua distributie is er samenwerking: via het Centraal Boekhuis worden boekhandels in Nederland en Vlaanderen bevoorrad⁹⁷.

⁹³ De kunstesteunpunten zijn het Muziekcentrum Vlaanderen, het Vlaams Theaterinstituut, het Instituut voor Beeldende, Audiovisuele & Mediakunst en het Vlaams Architectuurinstituut.

⁹⁴ Frankfurt Book Fair. *Focal Themes and Guests of Honour*. 2014: 37-60. For internal office use only.

⁹⁵ Nederlands Letterenfonds & Vlaams Fonds voor de Letteren. *Low Countries, Deep Imagination*. 2013:9.

⁹⁶ T. Van Imschoot. 'Vlaamse schrijvers over de afstand tot Nederland.'

⁹⁷ Nederlands Letterenfonds & Vlaams Fonds voor de Letteren. *Low Countries, Deep Imagination*. 2013:16.

Ondanks al deze tekenen van vervlechting en samenwerking kennen lezers uit beide gebieden elkaars literatuur slecht. Een onderzoek van de Taalunie, uitgevoerd door Carlo Van Baelen, toonde aan dat er zeer weinig grensverkeer is, zeker voor wetenschappelijke boeken en studieboeken. Voor het publieksboek ligt de uitwisseling nog het hoogst, maar is de verhouding zeer onevenredig: het aandeel van Nederlandse import in Vlaanderen is 60%, de import in Nederland vanuit Vlaanderen bedraagt slechts 5%⁹⁸. Dit heeft ook te maken met het op zichzelf gerichte medialandschap: kranten, tijdschriften, tv- en radiozenders geraken nauwelijks over de grens. Het onderzoek wijst verder ook uit dat spelers uit de symbolische productie (zie 3.1.1) zoals media, onderwijsinstellingen en literaire manifestaties gericht zijn op de literaire productie van eigen auteurs. Dit geldt voor beide landen, maar vooral voor Nederland, waar de aandacht voor eigen auteurs zo dominant is dat Vlaamse auteurs nog nauwelijks aan bod komen⁹⁹.

De vervlechting is er wel op institutioneel niveau, maar de lezers volgen niet altijd. Er is dus toch sprake van een zekere kloof tussen beiden. Hugo Brems, hoogleraar aan de KU Leuven, zegt echter het volgende over 'een breuk': "Een breuk is een merkwaardig soort getal. Boven en onder, Noord en Zuid kunnen niet zonder elkaar." Maar ook: "Een echte breuk is niet te herleiden tot een heel getal. Wat is er boeiender dan zo'n unieke relatie."¹⁰⁰

In Nederland zijn er dus zeker nog mogelijkheden voor Vlaamse auteurs. De vraag is dan echter of het Fonds Nederland ziet als een buitenland en het dus betreft in het presentatiebeleid of dat, omwille van de taal en de structuur van de boekenmarkt, Nederland onder het binnenlandbeleid valt. Hierop is voorlopig nog geen eenduidig antwoord geformuleerd. Het kan als buitenland gezien worden, maar het gaat dan niet over vertalingen, wel over presentatie. Gezien de resultaten van de voorgaande studie moet er toch gewerkt worden aan wederzijdse presentatie en mijns inziens, kan dit een deel vormen van de presentatie gericht op het 'echte' buitenland.

Met 'Ken je Buren' namen de twee Fondsen al een belangrijk initiatief om elkaars auteurs te promoten in het eigen land. Zes auteursduo's, telkens bestaande uit een Nederlandse en een Vlaamse schrijver, toerden langs verschillende manifestaties en boekhandelpodia¹⁰¹. Verschillende genres werden betrokken: proza, illustratie, poëzie en non-fictie. In de jaarverslagen van 2011 en 2013 van het VFL werd de tour vermeld zowel binnen de buitenlandprojecten (voor de stops in Nederland), als binnen de binnenlandprojecten (voor de activiteiten in Vlaanderen). Het Fonds is er dus zelf ook nog niet uit of Nederland buiten- dan wel binnenland is. Initiatieven als 'Ken je Buren' zijn kleine steentjes, maar dragen toch bij aan wederzijdse bekendheid, mede dankzij de aandacht in de pers voor het initiatief.

⁹⁸ C. Van Baelen. '1+1 = zelden 2. Over grensverkeer in de Vlaams-Nederlandse literaire boekenmarkt.' 2013: 67.

⁹⁹ C. Van Baelen. '1+1 = zelden 2. Over grensverkeer in de Vlaams-Nederlandse literaire boekenmarkt.' 2013: 70.

¹⁰⁰ H. Brems. 'De relatie tussen de Nederlandse en de Vlaamse literatuur. De teller en de noemer.' 1988: 38.

¹⁰¹ Internationale Vereniging voor Neerlandistiek. "Ken je Buren' laat Nederlandse en Vlaamse lezers kennismaken met elkaars literatuur.'

Voor presentatie naar het “echte”, anderstalige buitenland toe is het onderscheid Vlaanderen – Nederland echter niet altijd nuttig. Uitgevers uit China of de Verenigde Staten hebben daar niet echt een boodschap aan. Dat betekent echter niet dat de eigenheid opgegeven moet worden. Men kan wel samen presentatiemogelijkheden benutten. De samenwerking met het Nederlands Letterenfonds komt verderop nog aan bod (zie 4.2.4.3).

4.2.4 Onderzoek naar partners voor een presentatiebeleid

Zoals eerder aangehaald is samenwerking een essentieel deel van het beleid van het VFL, zowel met de betrokken actoren in het Vlaamse literaire veld, als met partners in het buitenland. Het doel hiervan is ten eerste informatie-uitwisseling en afstemming van de werking. Ten tweede streeft het Fonds naar een netwerk waarmee men structureel kan samenwerken¹⁰². In dit deel zal gefocust worden op partners die een rol kunnen spelen binnen het presentatiebeleid en op de inhoud van die rol. Dit betekent dat *Flanders Investment and Trade* (FIT) en de Vlaamse uitgeversvereniging (VUV) hier bijvoorbeeld niet aan bod komen, omdat deze samenwerking zich vooral afspeelt op beursniveau, aan de *business* kant. Ook boekhandels komen niet specifiek aan bod als partner, hoewel deze in de evenementiële maatschappij meer en meer een plaats worden om literatuur te beleven, o.a. via optredens van auteurs. Partners die wel besproken worden zijn de auteurs, de vertalers, het Nederlands Letterenfonds, de Vlaamse vertegenwoordigers, vakgroepen Nederlands in het buitenland en buitenlandse uitgeverijen en festivals. Kort wordt ook ingegaan op de rol van de grotere cultuurhuizen, de Vlaamse en Nederlandse festivals en uitgeverijen en de Vlaamse overheid. Samen met de voorstelling van elke partner wordt ook aangegeven wat door hen al aan presentatie gedaan wordt en op welke manier het Fonds een eventuele bijdrage kan leveren. Op basis van interviews, telefoongesprekken en mails werd ook de mening van de partners zelf meegenomen in het onderzoek¹⁰³.

4.2.4.1 Auteurs

De auteur is de eerste en meest essentiële partner van promotie en presentatie. Hij heeft meer te bieden dan een oeuvre van boeken. Zonder aanwezigheid of inspanning van de auteur is het bovendien zeer moeilijk om belangstelling op te wekken van de buitenlandse media of van de lezers. Vijf auteurs beantwoordden de vragenlijst, gespreid over verschillende genres: zowel proza, poëzie, jeugdliteratuur als non-fictie is vertegenwoordigd. Pogingen tot contacten met stripauteurs of illustratoren bleven helaas onbeantwoord¹⁰⁴. De gecontacteerde auteurs werden geselecteerd uit de lijst van het VFL met de toekenningen van vertaalsubsidies in 2013 om zeker te zijn dat men al ervaring had met het buitenlandbeleid van het Fonds.

De meningen van de auteurs over hun rol in het presentatiebeleid zijn verdeeld. Een presentatiebeleid lijkt voor de meesten een positieve ontwikkeling maar mag zeker niet ten koste gaan van het bestaande vertaalbeleid. Veel auteurs blijven dat vertaalbeleid zien als de kern van de buitenlandwerking van het VFL. Een schrijver betwijfelt expliciet het effect van presentatie in het

¹⁰² Gesprek met Michiel Scharpé. 14 mei 2014.

¹⁰³ Een volledige lijst van respondenten is te vinden in bijlage 3.

¹⁰⁴ De verdeling van de genres kan een invloed hebben op de antwoorden, maar over het algemeen zijn hun opmerkingen en suggesties breed toepasbaar.

buitenland, simpelweg omdat hij zich niet kon voorstellen dat het nut heeft een onbekende Vlaamse schrijver op een buitenlands podium te zetten. De andere respondenten zijn wel voorzichtig tot heel positief, nogmaals met het voorbehoud dat het een uitbreiding is en geen vervanging van het vertaalbeleid. Buitenlandse markten zijn meestal groter dan de Vlaamse boekenmarkt en er worden globaal gezien heel veel boeken uitgegeven. Hoe meer de schrijver gepresenteerd wordt, hoe meer kans dat hij wordt opgepikt door een lezerspubliek. De meeste respondenten vinden bovendien dat presentatie niet meer weg te denken is in de maatschappij van vandaag. Het is een relevant onderdeel voor elke schrijver, van de meest commerciële tot de meest eclectische. Een respondent haalt aan dat presentatie in het buitenland een spannend onderdeel is van haar job, en een leuke afwisseling met promotie in eigen land.

Een tweede element waar de auteurs op wijzen is presentatie in de plaatselijke media. Boekpresentaties en boektoers zijn heel interessant om te doen, maar de return kan meestal niet op tegen die van een uitgekende perscampagne met advertenties, interviews en recensies in grotere tijdschriften. Een respondent haalde het fenomeen van *virtual book tours* aan, waarbij interessante en relevante blogs een persexemplaar krijgen voor recensie en de mogelijkheid hebben om een schriftelijk interview aan te vragen met de auteur. Dit past binnen het feit dat literaire blogs steeds belangrijker worden voor het introduceren van een buitenlandse auteur in de lokale markt. De uitgever van de respondent organiseerde met succes zo'n tour: veel interviews en besprekingen op verschillende blogs. Het Fonds kan bijdragen aan de organisatie van zo'n tour. Andere initiatieven die de respondenten als nuttig zien zijn de al gesubsidieerde auteursbezoeken en de aanwezigheid op literaire festivals. Een respondent maakt hierbij wel de opmerking dat het dan wel nodig is dat de gepresenteerde auteur al een vertaling heeft.

Het Fonds speelt niet alleen een rol als presentator naar de mening van de auteurs, maar ook als mediërende partij tussen hen en de nieuwe contacten van de auteur. Tijdens de aanwezigheid van de auteurs in het buitenland bouwen ze een netwerk op, maar zonder regelmatige contacten verwatert dat snel. Als de auteurs dan toch terugreizen, vinden ze het vaak moeilijk om zelf voor te stellen iets rond hen te organiseren. Het Fonds kan dan de contacten op de hoogte brengen van de aanwezigheid van de auteurs en voorstellen doen vanuit zijn positie van specialist en autoriteit in het veld. Hierin schuilt echter ook een verplichting aan de kant van de auteurs. Zij moeten het Fonds op de hoogte brengen van interessante contacten of mogelijkheden, zodat het netwerk onderhouden en uitgebreid kan worden.

Schrijvers vragen naar een duidelijke communicatie omtrent een vertaling. Soms zijn de auteurs de enigen die weten hoe het vlot met een vertaling, omdat ze contact hebben met de vertaler. In andere gevallen krijgen de auteurs plots bericht dat de rechten op een van hun werken verkocht zijn, en krijgen ze maanden later, zonder verdere informatie, een vertaald boek in de bus. Hier kan het Fonds een mediërende rol spelen, door bijvoorbeeld de uitgever te vragen een publicatieschema te voorzien. Het feit alleen dat het Fonds toont er achter aan te zitten, kan al een verschil maken. Als er te veel tijd zit tussen publicatie en promotie, is de interesse al weg en is presentatie ook minder nuttig.

Zoals eerder aangehaald is de inbreng van de auteur zelf van primordiaal belang. Arnon Grunberg, die al heel wat vertalingen en presentaties op zijn conto heeft, zegt hierover dat een auteur verschillende ‘persoonlijkheden’ moet hebben als hij geconfronteerd wordt met presentatie in het buitenland¹⁰⁵. De lezers kennen de auteur daar niet zoals de Nederlandse of Vlaamse lezers de auteur kennen. Het is belangrijk dat de schrijver zich inleeft in de nieuwe context. Bovendien moet een auteur ook zelf bekendheid geven aan zijn aanwezigheid in het buitenland, via zijn website, Facebookpagina en netwerk. Dit kan best een voorwaarde zijn bij subsidiëring. Verder is het nodig dat hij bereid is om deel te nemen aan evenementen die breder gaan dan enkel een specifieke titel, door bijvoorbeeld mee te doen aan debatten over literatuurwetenschappelijke of sociale thema’s, door workshops of gastcolleges te geven.

Iets wat niet aan bod kwam in de contacten met de auteurs, maar waar het Fonds in het kader van brede presentatie ook meer wil op inzetten is het netwerk van buitenlandse auteursresidenties, het zogenaamde *writers in residence* programma. In dat geval is niet alleen de auteur een belangrijke samenwerkingspartner, maar ook de residentie waar hij kan verblijven. Er zijn verschillende redenen waarom iemand in het buitenland wil verblijven¹⁰⁶. Ten eerste is er de inspirerende, nieuwe omgeving. Bovendien kan men zich volledig focussen op literatuur, los van familiale of professionele beslommeringen. Vervolgens kan een verblijf ook de ontwikkeling en verdieping van de schrijver en zijn kunst bevorderen. Ten slotte kan zo’n verblijf ook bijdragen tot de distributie en verspreiding van iemands oeuvre. Het gaat dan om de uitbreiding van een netwerk, de reputatieopbouw en marktverruiming.

De residentiewerking wordt in samenspraak met Passa Porta, internationaal literatuurhuis in Brussel, uitgewerkt, zowel om buitenlandse gasten in Brussel en Vlaanderen te ontvangen, als om Vlaamse auteurs uit te sturen naar het buitenland. Beide uitwisselingen zijn relevant voor presentatie. Vlaamse auteurs in het buitenland kunnen tijdens hun residentieverblijf deelnemen aan literaire evenementen ter plaatse of specifiek enkele presentaties doen over hun oeuvre in boekhandels, culturele centra of universiteiten. Andersom kunnen Vlaamse auteurs, als er buitenlanders hier verblijven, kennis maken met hen. Ontmoetingen kunnen leiden tot interessante informatie-uitwisselingen over de lokale boekenmarkt en presentatiemogelijkheden. Zoals gezegd, speelt Passa Porta een belangrijke rol in het residentiebeleid. De organisatie heeft een netwerk van acht vaste verblijfplaatsen in Europa en erbuiten waar Vlaamse auteurs welkom zijn. Er zijn echter ook verblijven die kaderen binnen een specifiek project. Vaak wordt er een programma georganiseerd voor de auteurs die hier verblijven, zoals contacten met uitgeverijen en andere instanties. Dat wordt ook verwacht van de gastresidenties. Voor internationale auteurs die naar België komen, beschikt Passa Porta over een flat in Brussel en een verblijf in villa Hellebosch in het Pajottenland.

¹⁰⁵ D. Ross, A. Pos & M. Mertens. (eds.). *Ieder zijn eigen Arnon Grunberg. Vertaling, promotie en receptie in Italië, Spanje, Catalonië, Portugal en Roemenië*. 2012: 28.

¹⁰⁶ De volgende redenen zijn gebaseerd op: E. Loots. ‘Kunstenaarsresidenties: een veelzijdig fenomeen.’ 2010: 82-84.

4.2.4.2 *Vertalers*

Vertalers zijn een tweede belangrijke partner voor het VFL binnen het presentatiebeleid. Essentieel in de rol van vertalers is natuurlijk de kwaliteit van de vertaling, een slechte vertaling kan het einde zijn van een buitenlandse carrière van een auteur. Naast het leveren van een hoogstaande vertaling kunnen vertalers ook een rol opnemen in de presentatie van de Vlaamse auteurs. In het vertaalpleidooi *Overigens schitterend vertaald* werd dit ook voorgesteld: een uitbreiding van hun functie om hun zichtbaarheid te verhogen, bijvoorbeeld door een ambassadeursrol te vervullen¹⁰⁷. Dit kan door bijvoorbeeld masterclasses vertalen te geven over Nederlandstalige literatuur aan vakgroepen Nederlands in het buitenland. Een gelijkaardig project bestaat al binnen het Expertisecentrum Literair Vertalen onder de noemer 'vertaalateliers op locatie'. Het gaat daarbinnen vooral om de aandacht voor literair vertalen te stimuleren. Binnen een presentatiebeleid zou er dan ook aandacht zijn voor de Vlaamse literatuur op zich, bijvoorbeeld door koppeling aan een literatuurcollege.

In een studie naar de vertaling en promotie van Arnon Grunberg in de Romaanse talen werd in het algemeen verwezen naar de vertaler als partner in de promotie. "Vooral met een kleinere, 'exotische' taal als het Nederlands, kan de individuele vertaler gemakkelijk zijn actieradius uitbreiden en een rol gaan spelen als cultureel bemiddelaar en literair promotor, aangezien de buitenlandse uitgeverij geen directe toegang heeft tot de taal en cultuur van de oorspronkelijke schrijver."¹⁰⁸ De vertaler heeft een unieke positie doordat hij zowel de Vlaamse markt kent, als de markt waarnaar hij vertaalt. Hij kan titels voorstellen aan de uitgever en deze adviseren in verband met promotie. Bovendien kan de vertaler de vertegenwoordiger zijn van de auteur in het buitenland. Een vertaler denkt, naast de auteur zelf, waarschijnlijk het meeste na over het boek en kan het dus representeren als de auteur zelf de taal niet machtig is. Optredens samen met de auteur kunnen ook interessant zijn, zeker gecombineerd met vertaalworkshops. Het Fonds zou hierop kunnen inzetten door ook promotie en presentatie aan bod te laten komen in de workshops en opleidingen die het nu al organiseert.

De drie vertalers die mijn vragen beantwoordden, staan positief tegenover de uitbreiding naar presentatie om het boek op die manier een gezicht te geven. Bovendien bevestigen ze dat vertalers een rol kunnen spelen bij de presentatie van auteurs, door bijvoorbeeld avonden te modereren of via gastcolleges aan buitenlandse universiteiten. Tegelijk wordt opgemerkt dat literaire vertalers minder aantrekkingskracht hebben dan auteurs zelf. Toch is het voor een auteur vaak prettiger als hij niet alleen op het podium moet staan. Belangrijk is wel dat zowel de schrijver als de vertaler kan presenteren: dat ze een 'show' kunnen geven en dat ze goed overkomen op publiek. Een grotere inzet van vertalers in presentatie kan mijns inziens dan twee doelen vervullen, namelijk de statusverhoging van de literaire vertalers en de presentatie van de Vlaamse literatuur.

4.2.4.3 *Nederlands Letterenfonds*

Het Nederlands Letterenfonds werd opgericht in 1965, maar de huidige vorm ontstond pas in 2010 na een fusie van het Fonds voor de Letteren en het Nederlands Literair Productie- en Vertalingenfonds.

¹⁰⁷ M. de Haan & R. Hofstede. *Overigens schitterend vertaald*. 2008: 37.

¹⁰⁸ D. Ross, A. Pos & M. Mertens. (eds.). *Ieder zijn eigen Arnon Grunberg. Vertaling, promotie en receptie in Italië, Spanje, Catalonië, Portugal en Roemenië*. 2012: 9.

Het Fonds heeft ongeveer dezelfde missie als het VFL¹⁰⁹, zodat beide fondsen regelmatig samenwerken, zowel voor de binnenlandwerking als voor de internationale promotie. Ten eerste worden er, specifiek voor het buitenland, informatie, adressen en ervaringen uitgewisseld¹¹⁰ om tot maximale afstemming te komen. Er zijn ook verschillende gemeenschappelijke projecten, zoals de vertalingendatabank en de vertalerprijzen, de Vertalersgeluktournee en de website Schwob¹¹¹, die onvertaalde Europese literatuur onder de aandacht wil brengen. Bovendien ondersteunen beide fondsen de professionalisering van literaire vertalers, via het Expertisecentrum Literair Vertalen. Ook qua presentatie wordt er op verschillende vlakken samengewerkt. Er zijn de twee tournees geweest, 'Ken je Buren' ter bevordering van het grensverkeer en 'High Impact from the Low Countries' ter promotie van de Nederlandstalige literatuur in het Verenigd Koninkrijk. Bovendien kon het VFL in het spoor van het Nederlands gastlandschap in Beijing voet aan de grond krijgen op de Chinese markt, die ondertussen heel belangrijk is geworden voor de verkoop van Vlaamse literatuur.

Het Nederlands Letterenfonds is door zijn lange ervaring al veel verder gevorderd op het vlak van het buitenlandbeleid. Binnen zijn buitenlandwerking combineert het Fonds een vertaalbeleid met een manifestatiebeleid. Er is een wederzijdse afhankelijkheid tussen beide delen want "zonder manifestatiebeleid droogt het vertaalbeleid op en wordt het feitelijk zinledig"¹¹². Het manifestatiebeleid is in Nederland dus al een volwaardig deel van de buitenlandwerking. "De tijd dat een literair werk op eigen kracht een succes kon worden, ligt geruime tijd achter ons. De promotie van literatuur, het vergroten van de zichtbaarheid van auteurs en hun werk, is een wezenlijk en omvangrijk aspect van het literaire bedrijf geworden"¹¹³. Dit beleid is gebaseerd op twee pijlers: de organisatie van eigen presentaties en de investering in bestaande manifestaties in de focuslanden. Voor de buitenlandwerking beschikt het fonds over middelen van de Homogene Groep Internationale Samenwerking (HGIS), een constructie binnen de Nederlandse overheid die het algemeen buitenlandbeleid van Nederland overkoepelt. Met die middelen voert het een strategisch beleid qua manifestaties, dus niet meer ad hoc zoals bij het VFL maar gericht op langetermijnplanning, kwaliteit van presentatie en vervlechting met het vertaalbeleid.

Binnen het manifestatiebeleid organiseert het Nederlands Letterenfonds jaarlijks zelf één à twee omvangrijke manifestaties. Daarbovenop komt de organisatie van een driejaarlijkse grootschalige manifestatie. Daarnaast heeft het Fonds een lijst van festivals waarmee goede contacten zijn opgebouwd. Het ILMP-programma (Internationale Literaire Manifestaties en Projecten) streeft sinds 2013 naar meerjarige samenwerkingsverbanden met gerenommeerde internationale festivals in plaats van enkel uit te gaan van aanvragen¹¹⁴. Daardoor kunnen jaarlijks drie of meer Nederlandse auteurs deelnemen aan deze vooraanstaande festivals. Prominente podia zijn bijvoorbeeld het

¹⁰⁹ Missie Nederlands Letterenfonds: "Het Nederlands Letterenfonds stimuleert, door middel van beurzen en subsidies aan schrijvers, vertalers, uitgevers en festivals, de kwaliteit en diversiteit in de literatuur en draagt bij aan de verspreiding en promotie van de Nederlands- en Friestalige literatuur in binnen- en buitenland." Bron: Nederlands Letterenfonds. 'Over het Fonds.' (<http://www.letterenfonds.nl/nl/over-het-fonds>).

¹¹⁰ Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2013*. 2014: 80.

¹¹¹ www.schwob.nl

¹¹² Nederlands Letterenfonds. *Beleidsplan 2013-2016*. 2012: 4.

¹¹³ Nederlands Letterenfonds. *Beleidsplan 2013-2016*. 2012: 18.

¹¹⁴ Nederlands Letterenfonds. *Beleidsplan 2013-2016*. 2012: 21.

Tanpinar-festival (Istanbul), het *PEN World Voices* festival (New York) en het *Harbourfront International Festival of Authors* (Toronto). Bovendien zijn er ook mogelijkheden om met nieuwe festivals samen te werken. Het Fonds organiseert zelf dus actief optredens van auteurs, maar biedt ook de mogelijkheid tot subsidiëring van incidentele auteursreizen, zoals ook het VFL doet. Ten slotte zijn ook de festivals in Nederland zelf belangrijk, zoals *Crossing Border*, *Poetry International*, *Writers Unlimited* en *Passionate*¹¹⁵. Deze brengen de internationale auteurs in contact met hun Nederlandse collega's die zo een netwerk kunnen opbouwen. Bij de manifestaties wordt telkens een beroep gedaan op de lokale partners, zoals festivals en uitgevers. Zij dragen een ruim deel van de kosten van de evenementen. Een manifestatie heeft bovendien als bijkomend doel om de samenwerking met deze lokale partners te intensifiëren.

Een opmerkelijk instrument binnen de buitenlandwerking is het concept van *Café Amsterdam*. Dit is een vaste formule waar het Letterenfonds mee werkt en die naargelang de reisbestemming anders ingevuld wordt. De naam van de stad wordt gebruikt om literatuur samen met andere kunstvormen in het buitenland te presenteren¹¹⁶. Sinds 2007 wordt dit concept gebruikt op verschillende evenementen, bijvoorbeeld bij het gastlandschap op de boekenbeurs in Buenos Aires in 2013 of als deel van het *Budapest Essentials Festival*. Voor het literaire deel zijn er optredens van Nederlandse schrijvers samen met lokale collega's, gastcolleges aan plaatselijke universiteiten en interviews en discussies. Dit deel wordt dan gecombineerd met andere kunsten, zoals muziek- en filmvoorstellingen. Een overkoepelend concept zoals *Café Amsterdam* werkt goed: literatuur wordt gecombineerd met andere dingen, wat kan leiden tot een breder publiek. Bovendien zorgt een optreden onder dezelfde naam voor herkenning op de buitenlandse markt.

Het Nederlands Letterenfonds nodigt geregeld groepen journalisten uit naar Nederland in de aanloop naar belangrijke manifestaties, bijvoorbeeld n.a.v. het gastlandschap op de boekenbeurs in Argentinië in 2013¹¹⁷. Zoals al aangehaald in het deel over de auteurs kunnen lokale journalisten het evenement een boost geven. Hiervoor zou het VFL eventueel de format van de *publishers tours* kunnen gebruiken, of men zou het ermee kunnen combineren en uitgevers en pers tegelijk uitnodigen. Wel moeten er op voorhand afspraken gemaakt worden zodat het Fonds garanties heeft dat er effectief iets over geschreven wordt, want anders is de investering nutteloos.

Nu het Vlaams Fonds zijn presentatiebeleid wil uitbreiden, zou er misschien op structurele basis kunnen worden samengewerkt met het Nederlands Letterenfonds voor de buitenlandwerking, door één of twee gezamenlijke initiatieven per jaar te nemen. Dit kan dan bijvoorbeeld één manifestatie en één promotietour inhouden. Hiermee kan een groter netwerk aangesproken worden om deel te nemen aan zo'n initiatief en kan tegelijk een groter publiek bereikt worden. Bovendien

¹¹⁵ Nederlands Letterenfonds. *Beleidsplan 2013-2016*. 2012: 19.

¹¹⁶ Nederlands Letterenfonds. 'Amsterdam is gaststad op boekenbeurs Buenos Aires.' (<http://www.letterenfonds.nl/nl/entry/175/amsterdam-is-gaststad-op-boekenbeurs-buenos-aires>).

¹¹⁷ Nederlands Letterenfonds. 'Amsterdam is gaststad op boekenbeurs Buenos Aires.' (<http://www.letterenfonds.nl/nl/entry/175/amsterdam-is-gaststad-op-boekenbeurs-buenos-aires>).

kennen Vlaamse en Nederlandse auteurs elkaar soms al, via gemeenschappelijke uitgevers, en dit kan een extra dimensie zijn voor het publiek. De interactie kan dan iets toevoegen aan de presentatie.

Het is belangrijk om hierbij wel in het achterhoofd te houden dat de subsidiebedragen tussen het Nederlandse Fonds en het Vlaamse Fonds sterk uiteenlopen. Het Nederlandse Fonds kan namelijk rekenen op een jaarlijkse subsidie van ongeveer tien miljoen euro, terwijl dat in Vlaanderen slechts rond de vier miljoen euro schommelt. Er is ook een verschil in mankracht: het Nederlands Letterenfonds heeft verschillende medewerkers die specifiek tewerkgesteld worden voor buitenlandse literaire evenementen, projecten en festivals, terwijl het Vlaams Fonds hiervoor geen extra werkrachten heeft. Bovendien volgt het VFL meestal in het spoor van het Nederlands Letterenfonds, omdat zij al meer ervaring hebben. Deze ongelijke verdeling mag, mijns inziens, het VFL echter niet belemmeren om actief te pleiten voor samenwerking op gelijke voet en om positie te durven innemen. Er moet uitgegaan worden van een pragmatische samenwerking en een win-winsituatie. Het VFL is trouwens wel pionier op het vlak van strips, waardoor medewerkers uit Nederland bijvoorbeeld op de Vlaamse stand verbleven tijdens de boekenbeurs van Angoulême¹¹⁸ in 2013.

4.2.4.4 Vlaamse vertegenwoordigers

Een volgende belangrijke partner voor het VFL zijn de vertegenwoordigers van de Vlaamse Regering (VVR), diplomatieke vertegenwoordigers die deel uitmaken van het diplomatiek netwerk van het departement Internationaal Vlaanderen. Er zijn vertegenwoordigers in Den Haag, Berlijn, Parijs, Londen, New York, Pretoria, Warschau, Madrid en Wenen. Sommigen hebben echter een veel groter gebied onder hun hoede. De vertegenwoordiger in Warschau is bijvoorbeeld verantwoordelijk voor zowel Polen als de Baltische staten. Vanuit Wenen is men aanwezig in heel Centraal-Europa en de medewerker in Pretoria werkt voor heel zuidelijk Afrika. Het Fonds heeft met de meesten van hen een goede relatie omdat ze zich vaak bezig houden met het profileren van de Vlaamse cultuur. Omdat zij Vlaamse vertegenwoordigers zijn, houden ze zich niet bezig met politieke diplomatie, want dat is een deel van het federaal niveau. Ook economische zaken vallen buiten hun bevoegdheid: dat ligt vooral bij het FIT. Doordat ze dus veel bezig zijn met cultuur kennen ze de *know how* en kunnen ze initiatieven organiseren. Bijkomend element is dat de vertegenwoordigers een doorschuifstelsel hanteren. De wisseling dit jaar houdt o.a. in dat Geert De Proost, de vertegenwoordiger van Londen, naar New York gaat. Met hem was al een goed contact en doordat hij nu naar het *Flanders House* in New York gaat, kunnen ook daar de contacten en netwerken verbeterd worden.

De Nederlandse vertegenwoordiger heb ik niet gecontacteerd omdat Nederland een bijzondere positie inneemt binnen het buitenlandbeleid van het Fonds (zie 4.2.3). Alle anderen werden per mail gecontacteerd en zes vertegenwoordigers¹¹⁹ hebben geantwoord, ofwel via mail ofwel tijdens een gesprek.

De vertegenwoordigers staan over het algemeen positief tegenover het initiatief van het Fonds om meer in te zetten op presentatie. Zij werken al mee aan presentatie van Vlaamse auteurs. In de

¹¹⁸ Nederlands Letterenfonds. *Jaarverslag 2013*. 2014: 57.

¹¹⁹ Enkel vanuit Parijs en Madrid is er geen reactie gekomen.

meeste gevallen werd er zelf iets georganiseerd of werd er hulp verleend bij een initiatief van anderen. Deze ondersteuning kan financieel zijn, maar ook materieel door een receptie te organiseren of een ruimte ter beschikking te stellen. De literaire tour *High Impact from the Low Countries* (zie 4.1.5) is een duidelijk voorbeeld. Andere initiatieven zijn de voorstelling van het tijdschrift *Words Without Borders* dat een speciale editie uitgaf over schrijven over taboes in Vlaamse en Nederlandse literatuur; een tentoonstelling over Vlaamse illustratoren, gecombineerd met bezoeken van enkele tekenaars; een Groot Dictee van de Nederlandse Taal met een tekst van Luuk Gruwez; en ten slotte de talrijke lezingen en boekpresentaties die de vertegenwoordigers organiseren.

De vertegenwoordigers vertonen een grote eensgezindheid over wat een presentatiebeleid kan inhouden. Ten eerste wordt, net zoals bij andere bevroegde partners, aangegeven dat het uitreiken van vertaalsubsidies en het stimuleren van vertalingen zeer belangrijk blijft. Verder is de promotie van bestaande en toekomstige publicaties bij de juiste uitgeverijen en distributeurs essentieel. Deze promotie wordt vervolgens verstevigd tijdens allerlei presentatiemomenten, zoals boekpresentaties, deelname aan literaire evenementen en lezingen. Ook residentieverblijven moeten versterkt worden. Ten slotte moet men niet geïsoleerd opereren: samenwerkingen met universiteiten, met de Nederlandse Taalunie en met lokale en internationale partners moeten geïntensifieerd worden.

De meeste vertegenwoordigers onderhouden contacten met het Fonds bij presentatie en promotie van literatuur: ofwel is het VFL betrokken qua organisatie of subsidie, ofwel wordt er informatie uitgewisseld en stellen ze elkaar op de hoogte van activiteiten of aanwezigheden van schrijvers. Enkel in Zuid-Afrika wordt er vooral met de lokale uitgeverijen en festivals (zowel kunstfestivals als literaire festivals) en met de Nederlandse Taalunie gewerkt en is er weinig contact met het Fonds. De andere vertegenwoordigers zijn dus al belangrijke partners van het Fonds en binnen een presentatiebeleid moet deze samenwerking zeker behouden blijven en als het kan uitgebreid worden. De vertegenwoordigers kennen het culturele veld van de regio waar ze verblijven en zijn goed op de hoogte van literaire ontwikkelingen. Bovendien hebben zij een netwerk van partners om activiteiten rond presentatie te organiseren. Over de uitbreiding van de samenwerking tussen het Fonds en de vertegenwoordigers lopen de meningen uiteen. Centraal-Europa is geen prioriteit voor het Fonds en er wordt weinig ingezet op presentatie van auteurs daar. De vertegenwoordiger haalde hiervan verschillende voorbeelden aan, zoals weinig subsidiëring voor auteursreizen, afwijzende reacties op voorstellen voor samenwerking en weinig contact over aanwezigheid van auteurs. Nochtans heeft de leescultuur in landen als Tsjechië, Oostenrijk en Hongarije een hoge waarde. Vlaamse auteurs worden vaak eerst naar het Tsjechisch of Hongaars vertaald. Bovendien is de Oostenrijkse markt proportioneel groter dan de Duitse, vermits de Oostenrijkers 10% vormen van de Europese Duitstaligen, maar de markt voor het literaire boek in Oostenrijk bijna 20% bedraagt¹²⁰. Zeker omdat het hetzelfde taalgebied is, vormt Oostenrijk een interessant gebied om naar uit te breiden binnen het presentatiebeleid.

Buiten het VFL werken de vertegenwoordigers ook nog samen met andere partners. Een belangrijke speler is EUNIC (European Union National Institutes for Culture), een netwerk van

¹²⁰ Persoonlijke communicatie. 26 juni 2014.

internationale culturele instituten van de Europese Unie. In Londen wordt deelgenomen aan de European Literature Night, een jaarlijkse literaire showcase met hedendaagse Europese literatuur. In Warschau werd *Reading Somewhere Else* georganiseerd, een evenement waar literatuur op de meest ongewone plekken werd gebracht, zoals in een kapsalon of de wachtzaal van een station¹²¹. In Duitsland werden in het kader van *Europa Literarisch* ook al verschillende malen auteurs uitgenodigd. *Europa Literarisch* is een reeks lezingen die in alfabetische volgorde door de EU-lidstaten wordt georganiseerd. België wordt steeds door twee auteurs vertegenwoordigd, een Franstalige en een Nederlandstalige¹²². Andere partners voor de vertegenwoordigers zijn eerder lokaal, zoals boekhandels en cultuurcafés. Ook de Nederlandse en Belgische ambassades zijn partners in de samenwerking.

De Vlaamse vertegenwoordigers hechten belang aan communicatie als vorm van presentatie. Bij evenementen zorgen zij bijvoorbeeld voor de uitnodiging van hun hele netwerk. Ook nieuwsbrieven en websites zijn veelgebruikte presentatiemiddelen. In Duitsland wordt ook de speciale brochure *Kultur aus Flandern in Deutschland* uitgegeven om alle kunsten uit Vlaanderen te promoten. Sinds 2009 worden hierin lezingen aangekondigd, samen met allerlei andere activiteiten, en wordt ook minstens één boekentip opgenomen.

Voorts wijzen de Vlaamse vertegenwoordigers op de aanpak van promotie en presentatie als pakket, een geheel van elkaar versterkende maatregelen dat alle doelgroepen bij elkaar brengt en de boodschap verspreidt via verschillende platformen. De Oostenrijkse vertegenwoordiger noemt het “promotionele bouwdozen”¹²³: een combinatie van boekpresentaties voor een algemeen publiek, gekoppeld aan een signeersessie, interviews met de pers en een (vertaal)workshop aan een universiteit. Bovendien voert men vaak samen met de buitenlandse uitgever een advertentie- en pr-campagne om de introductie van een auteur of een titel te begeleiden.

Het is ten slotte essentieel om, alvorens een presentatie-initiatief te nemen, de lokale markt grondig te bekijken. Niet alle genres zijn overal even populair. In Polen is er een grote belangstelling voor theater, en ook voor Vlaams theater¹²⁴. In 2010 was Vlaanderen bijvoorbeeld gastland op het Malta Festival in Poznan, een van de belangrijkste theaterfestivals in Europa. Tegelijk werd ook een randprogramma georganiseerd met masterclasses en audities voor nieuwe productiefilms en concerten¹²⁵. Ook het *Flanders House* in New York meent dat het belangrijk is om de lokale markt te bekijken en daarop in te spelen door de ‘juiste’ boeken en auteurs te presenteren. In Polen is men bezig met een pilootproject om een ‘kaart’ uit te werken die de literaire markt inventariseert. Doel is om tot een shortlist van uitgevers te komen die potentieel interessant kunnen zijn, met een volledig profiel. Dit vormt dan een goed instrument voor de Fondsen en de Vlaamse en Nederlandse uitgevers.

¹²¹ Gesprek met Koen Haverbeke. 20 januari 2014.

¹²² Persoonlijke communicatie. 25 juni 2014.

¹²³ Persoonlijke communicatie. 26 juni 2014.

¹²⁴ Gesprek met Koen Haverbeke. 20 januari 2014.

¹²⁵ R. de Trazegnies. ‘Hoogdag voor Vlaams Theater op Malta Festival.’

4.2.4.5 *Buitenlandse lectoraten Nederlands*

Het Nederlands heeft in het buitenland succes als lesvak. Ongeveer 400 000 mensen volgen een of andere cursus Nederlands op niet-universitair niveau of krijgen Nederlands in het middelbaar in Wallonië, het noorden van Frankrijk en enkele Duitse deelstaten¹²⁶. Bovendien is er de laatste jaren een stijging in het aantal studenten Nederlands aan de universiteit: tussen 2009 en 2012 zijn er 3 000 studenten bijgekomen¹²⁷. Dit betekent dat er nu 15 000 studenten Nederlands studeren, verspreid over bijna 175 universiteiten in 40 landen. Vakgroepen zijn er tot in Japan, Argentinië en de Verenigde Staten. De groei is vooral te situeren in Midden- en Oost-Europa en in Zuid-Europese landen als Spanje, Portugal en Griekenland. In die laatste regio is vooral de economische crisis een reden om Nederlands te studeren, om zo een kans te krijgen op onze arbeidsmarkt. In landen als Polen, Tsjechië en Hongarije kiest men dan weer voor Nederlands omwille van de lokale arbeidsmarkt. Grote Belgische en Nederlandse bedrijven hebben daar namelijk vestigingen en plukken studenten Nederlands rechtstreeks van de schoolbanken om hen een job aan te bieden. Buiten economische redenen zijn er nog drie andere drijfveren om Nederlands te studeren¹²⁸. Onze taal is belangrijk om oude bronnen te bestuderen. Anderen kiezen voor Nederlands omwille van privéredenen, zoals familiewortels of een vakantie liefde. Ten slotte zijn er ook studenten die Nederlands studeren omdat ze gepassioneerd zijn door de taal en cultuur. Studenten hebben dan bijvoorbeeld een Vlaamse schrijver ontmoet of een Nederlandse film gezien. Het zijn vooral deze laatsten die interessant kunnen zijn voor een presentatiebeleid.

Zoals aangegeven in de vorige alinea zijn er heel veel plaatsen waar men een of andere cursus Nederlands kan volgen. Omwille van de focuslanden voor het presentatiebeleid heb ik universiteiten gecontacteerd in Duitsland, Groot-Brittannië, Frankrijk en in Spaanstalig gebied¹²⁹. In totaal hebben zes docenten gereageerd, uit elk focusgebied minstens één. De literatuurlessen houden meestal een overzicht van de literatuurgeschiedenis in, aan de hand van (fragmenten uit) teksten van zowel Vlaamse als Nederlandse auteurs. In sommige vakgroepen is er meer plaats voor literatuur en zijn er ook volwaardige cursussen Vlaamse proza of poëzie. De verdeling van auteurs over Nederland en Vlaanderen is redelijk evenwichtig. Soms worden ook in de lessen taalverwerving of vertalen teksten gebruikt. Vaak besproken auteurs zijn Hugo Claus, Tom Lanoye en Stefan Hertmans.

Alle respondenten hebben al initiatieven genomen tot presentatie van Vlaamse auteurs, zowel met als zonder steun van het Fonds, en vinden die zichtbaarheid ook belangrijk. De meesten zijn ervan overtuigd dat de lectoraten een bijdrage kunnen leveren aan de presentatie van auteurs. Presentatie houdt meestal een gastcollege van een schrijver in, een lezing of een vertaalatelier of -project. Dit jaar wordt in Frankfurt bijvoorbeeld een werkcollege georganiseerd in functie van de herdenking van de Eerste Wereldoorlog, met lezingen van o.a. Stefan Hertmans. Bijzonder is de

¹²⁶ Nederlandse Taalunie. 'Hoeveel studenten studeren er jaarlijks Nederlands aan universiteiten buiten het taalgebied?' (<http://taalunieversum.org/veelgestelde-vragen/hoeveel-studenten-studeren-er-jaarlijks-nederlands-aan-universiteiten-buiten-het#node-2119>)

¹²⁷ Liesbet Vannyvel in gesprek met Lotte De Caluwe. 'Nederlands wereldwijd.' *Radio 1*. 2014.

¹²⁸ Liesbet Vannyvel in gesprek met Lotte De Caluwe. 'Nederlands wereldwijd.' *Radio 1*. 2014.

¹²⁹ Universiteiten die geantwoord hebben: Frankfurt, Sheffield, Lille, Parijs, Barcelona en Cordoba.

opdracht voor de studenten van Sheffield (in samenwerking met andere universiteiten), die een volledig evenement rond Nederlandstalige cultuur in elkaar moesten steken.

Een belangrijke partner voor presentatie in samenwerking met lectoraten Nederlands is de Nederlandse Taalunie, die neerlandistiek in het buitenland ondersteunt. De Taalunie heeft hiervoor verschillende subsidies ter beschikking¹³⁰. Een basissubsidie kan men inzetten voor kleinere uitgaven die de kwaliteit van het Nederlandse onderwijs moeten bevorderen, zoals de aanschaf van lesmaterialen, literatuur, abonnementen op tijdschriften enzovoort. Ook kleine manifestaties kunnen worden georganiseerd of gastsprekers kunnen worden uitgenodigd. Verder heeft de Taalunie een gastschrijverprogramma, waardoor buitenlandse afdelingen een gastschrijver ontvangen. Hiervoor zijn vijf vaste plaatsen beschikbaar en twee roulerende plaatsen. De unie werkt hiervoor al samen met het VFL, dat de reiskosten van een Vlaamse auteur draagt. Een ander initiatief dat nuttig kan zijn voor het presentatiebeleid is de zomercursus Nederlands van de Taalunie in Vlaanderen en Nederland. Elk jaar krijgen ongeveer 250 buitenlandse studenten daarmee de kans zich onder te dompelen in de Nederlandstalige taal en cultuur. Onderdeel van de activiteiten zijn gesprekken met schrijvers en de lectuur van teksten¹³¹. Het Fonds kan bij al deze initiatieven bijkomend advies geven over de inhoudelijke invulling van de aangevraagde subsidie.

Verschillende docenten geven aan gebruik te maken van de subsidies en ondersteuning van de Taalunie. De universiteit zelf zou hier wellicht geen financiering voor voorzien. De steun is dus essentieel. Het is raadzaam dat over de financiële steun die de Taalunie geeft ook gecommuniceerd wordt met het Fonds. Als de auteur toch al in het buitenland is, liggen er voor het Fonds misschien mogelijkheden om aan het universiteitsbezoek andere presentatiemomenten te koppelen. Bovendien is het ook zinvol dat het Fonds een vinger aan de pols houdt over de uitnodigingen en lezingen die universiteiten willen organiseren. Als er veel aanvragen zijn, kan het voordelig zijn voor zowel de financiële ondersteuning als voor de lectoraten, een tour op te zetten die verschillende vakgroepen aandoet, eventueel zelfs in combinatie met publiekspresentaties in boekhandels of culturele centra.

De respondenten komen ook met andere voorstellen. Zo zouden er colleges in een andere taal kunnen gegeven worden, ofwel door de auteur zelf als die de taal machtig is, ofwel door zijn vertaler. Zo wordt een groter publiek bereikt. Een ander voorstel is om de colleges te integreren in een groter publiek evenement, zodat opnieuw een breder publiek aangesproken kan worden. Het VFL geeft voorlopig enkel steun aan auteursreizen als de auteur een vertaling heeft in de taal van de regio waar hij naartoe reist. In het geval van vertaalcolleges kan een auteur zonder vertaling ook een bijdrage leveren en zo misschien een vertaling genereren of meer zichtbaarheid verwerven. Bijvoorbeeld kan er samen met de studenten aan fragmentvertalingen gewerkt worden die dan, na goedkeuring, ook gebruikt kunnen worden door het Fonds ter promotie. Opnieuw in Sheffield werd er een vertaalproject georganiseerd met Bouke Billiet. De studenten maakten in verschillende stadia een vertaling van zijn *Meisje van vroeger*, en konden daarbij een beroep doen op hulp van de schrijver en een professionele

¹³⁰ Nederlandse Taalunie. 'Subsidiesystematiek buitenlandse neerlandistiek'. (<http://taalunieversum.org/inhoud/subsidiesystematiek-buitenlandse-neerlandistiek>).

¹³¹ Nederlandse Taalunie. 'Buitenlandse studenten willen ons leren kennen.' 15 juli 2014.

vertaler, via debatten en videoconferenties. Uiteindelijk werd een volledige vertaling gerealiseerd waar de auteur zelf alvast heel trots op was.

Tot slot wordt de nadruk gelegd op samenwerking met Nederlandse spelers, ook op het vlak van ondersteuning aan vakgroepen. Het onderscheid Vlaanderen – Nederland wordt in het buitenland nauwelijks gemaakt. Henriette Louwerse van de universiteit van Sheffield verwoordt het zo: “We zijn allebei dwergen en samen zijn we nog net een iets grotere tuinkabouter.”

4.2.4.6 Buitenlandse uitgeverijen

De mate waarin een Vlaamse auteur zichtbaarheid verwerft in het buitenland hangt ook af van de buitenlandse uitgever. De slag- en daadkracht van een uitgeverij speelt een rol bij presentatie, promotie en aanwezigheid in de lokale media. Als die zich geen inspanningen voor media-aandacht of voor promotie getroost, is de impact of de return van een auteursbezoek of een literair evenement of tournee heel wat kleiner. Sommige auteurs hebben hele goede relaties met hun buitenlands uitgevers. Andere auteurs horen weinig tot niets over het verloop van de vertaling en krijgen, vaak onverwacht, een vertaling in de bus. Ook een al vermeld onderzoek naar receptie en promotie van Arnon Grunberg in Zuid-Europa vermeldde de buitenlandse uitgevers als partner binnen presentatie, maar meer wel dan niet was er kritiek op hen te horen. In de bijdrage van Marleen Mertens werd bijvoorbeeld de Italiaanse tournee van Grunberg beschreven, die in 2008 verschillende universiteiten bezocht. Op boekpresentaties kwamen de op voorhand gecontacteerde journalisten vaak niet eens opdagen. De oplossing volgens Mertens ligt bij de plaatselijke uitgeverijen die via hun eigen persbureaus efficiënte contacten met de media zouden moeten onderhouden¹³². Ook in Spanje was de bijdrage van de uitgever belangrijk: zodra die werk maakte van de publiciteit rond een werk van Grunberg, was er meteen een verhoogde belangstelling van de pers (wat leidde tot een interview in *El País* in 2004)¹³³.

De opbouw van vertrouwen tussen auteur en buitenlandse uitgeverij begint al in het vertaalbeleid met initiatieven als de *publishers tours* en de aanwezigheid op beurzen om te netwerken. Verder kan het ook nuttig zijn om meer voorwaarden voor promotie en presentatie op te nemen in de reglementen voor subsidiëring. Bij de reisbeurs kan bijvoorbeeld gevraagd worden om aan te geven welke inspanningen men plant om het bezoek te promoten bij publiek en bij de media. Ook bij vertaalsubsidies kan er meer aandacht geschonken worden aan presentatie en promotie. Nu staat er in het reglement van de vertaalsubsidie enkel dat het VFL inspanningen verwacht rond marketing, promotie en verspreiding van de titel in kwestie naar boekhandels, bibliotheken en relevante media¹³⁴. Eventuele voorwaarden die kunnen toegevoegd worden, zijn o.a. dat een bepaald percentage van de subsidie moet voorbehouden worden voor presentatie en dat de uitgeverij geacht wordt mee te werken aan ten minste één kans voor presentatie van de titel en de auteur, indien mogelijk in samenwerking met de Vlaamse vertegenwoordigers of met een universiteit waar een vakgroep Nederlands is. Het contract zou dan concretere afspraken moeten bevatten over wat er mogelijk is.

¹³² D. Ross, A. Pos & M. Mertens. (eds.). *Ieder zijn eigen Arnon Grunberg. Vertaling, promotie en receptie in Italië, Spanje, Catalonië, Portugal en Roemenië*. 2012: 141.

¹³³ D. Ross, A. Pos & M. Mertens. (eds.). *Ieder zijn eigen Arnon Grunberg. Vertaling, promotie en receptie in Italië, Spanje, Catalonië, Portugal en Roemenië*. 2012: 56.

¹³⁴ Vlaams Fonds voor de Letteren. ‘Translation grants – guidelines 2014.’ 2014: 3.

Het Fonds kan bovendien de uitgeverij aansporen te zorgen voor een goede persbegeleiding van het boek. Als er extra subsidies komen voor presentatie, kan het Fonds ook vragen een presentatieplan voor een titel op te maken. Dit plan kan o.a. de aankondiging op de eigen website bevatten, een interview met de auteur, een voorstelling of een optreden in boekhandels of een gesprek of ontmoeting met studenten aan plaatselijke universiteiten.

4.2.4.7 Buitenlandse festivals

Festivals zijn natuurlijk hét podium om auteurs te presenteren. Literaire festivals kunnen heel uiteenlopend zijn en bevatten meer dan alleen optredens van (inter)nationale auteurs. Vaak zijn er ook debatten en interviews of wordt literatuur gecombineerd met allerlei andere kunstvormen. Soms is er wel een dunne lijn tussen wat nu precies een festival is en welke evenementen onder de noemer publieksbeurs vallen. Het eerder vermelde stripfestival van Angoulême beweegt zich al op het randje. De focus van een festival ligt wel op activiteiten voor het grote publiek en minder op standen waar vertaalrechten verkocht worden. De overeenkomsten tussen beurs en festival kan echter een hulp zijn bij het uitbouwen van presentatieprogramma's: activiteiten die in het verleden werkten op een publieksbeurs kunnen ook gebruikt worden op festivals.

Een eerste stap binnen een festivalbeleid is de keuze van de buitenlandse festivals. Samenwerking met bestaande festivals verdient de voorkeur omdat de lokale instantie al een netwerk heeft en de markt en het publiek al kent. Bovendien hebben bestaande festivals al een eigen publiek en een eigen reclamenetwerk opgebouwd. Het VFL heeft nog geen vaste lijst opgesteld van festivals die prioritair zijn en waarmee men structureel wil samenwerken. Belangrijk is om rekening houden met de gekozen focuslanden en ook te zorgen voor een goede mix qua genres, om aldus aan te sluiten bij de literaturopvatting van het Fonds. Op basis van deze keuzes moet het festivalbeleid stap voor stap worden uitgebouwd. Hierbij mag men niet bang zijn om gefundeerd te experimenteren met aanwezigheden en programma's en deze telkens kritisch te evalueren. Wat is de *return on investment*, wat is de ervaring van de auteur, werden er extra boeken verkocht en andere vragen moeten daarbij grondig bekeken worden. Bij de uitbouw kan ook hulp gevraagd worden aan het Nederlands Letterenfonds dat hier al een beleid heeft rond uitgewerkt.

Een andere belangrijke partner binnen een festivalbeleid is Passa Porta, dat heel veel expertise heeft op vlak van internationale presentatie en in heel veel netwerken thuis is¹³⁵. Passa Porta heeft altijd veel belang gehecht aan presentatie en speelde hier ook een voortrekkersrol in. Het Brussels literatuurhuis heeft binnen haar eigen presentatiebeleid twee grote pijlers, namelijk de festivals en optredens, en de residentiewerking (zie 4.2.4.1). Voor het ontstaan van het VFL werden de grote acties ter promotie van de Vlaamse literatuur georganiseerd door Passa Porta, samen met het Nederlands Literair Productie- en Vertalingenfonds. Dit is begonnen in 1999 met een programma in Londen, maar werd na een tijdje doorgegeven aan het Fonds. De laatste grote actie van Passa Porta in verband met de specifieke promotie van Vlaamse literatuur was in 2004 in Berlijn met het programma *Kennen Sie Ihre Nachbarn?* Passa Porta organiseerde tevens spontane acties, verbonden aan kleinere subsidies.

¹³⁵ De informatie in de volgende alinea's is gebaseerd op een gesprek met Sigrid Bousset, directrice van Passa Porta, dat plaatsvond in Brussel op 15 januari 2014.

Binnen deze spontane acties probeerde men wel al strategisch te werk te gaan: als iets werd opgebouwd, kwam er meestal ook een vervolg op. Zo was men driemaal aanwezig in Spanje samen met de Belgische ambassade. Vanaf 2008 verliep de werking meer systematisch. Zo werd er vanaf dan elk jaar een samenwerking opgezet met een bepaald literatuurhuis uit het buitenland en werden auteurs en programma's uitgewisseld.

Passa Porta heeft al een netwerk van festivals opgebouwd. De grootsten hiervan komen kort aan bod, maar daarnaast zijn er ook nog contacten met verschillende kleinere festivals. In mei wordt in Wales het *Hay Festival* georganiseerd. Bill Clinton noemde dit festival ooit "the Woodstock of the mind"¹³⁶. Zusterfestivals worden o.a. gehouden in Mexico, Hongarije, Kenia en Bangladesh. Met dit festival heeft Passa Porta al een akkoord dat het programmavoorstellen mag inbrengen. In dezelfde maand vindt *Étonnants Voyageurs* plaats in Saint-Malo in Frankrijk. De focus ligt op reizen en wereldliteratuur. Het festival organiseert voorstellingen, tentoonstellingen, films, literaire prijzen en rondetafelgesprekken. Het *Edinburgh International Book Festival*, dat jaarlijks plaatsheeft in augustus, is een van de grootste in de wereld en programmeert bijna 800 activiteiten, voor alle leeftijden. In 2013 waren er 750 verschillende auteurs aanwezig¹³⁷. In september is er het *internationales literaturfestival berlin*, waar al vaker Vlaamse auteurs optraden. Vertegenwoordigers van de festivals en andere organisaties ontmoeten elkaar geregeld. Tijdens deze vergaderingen worden bijvoorbeeld afspraken gemaakt over gezamenlijke programma's. Het doel is om meer samen te werken en kennis te delen. Voor deze wisselwerking is Passa Porta een essentiële partner omdat zij ook hun eigen festival hebben en dus effectief uitwisselingen kunnen bewerkstelligen. Bij samenwerkingen gaat Passa Porta vooral kijken naar de festivals zelf: wat zijn hun lijnen en hoe kan Passa Porta daar een Vlaamse auteur in passen?

Het uitgangspunt van Passa Porta is dat een auteur vertaald is als hij naar een festival gaat en dat zijn boeken beschikbaar zijn. Net als het VFL, is ook het Brusselse literatuurhuis dus bezig met zowel het culturele als het commerciële (zie 3.2.4). Uitzonderlijk kan een auteur soms ook vertrekken zonder vertaling, als het gaat om bijvoorbeeld seminaries of literaire debatten. Een ander criterium voor Passa Porta is dat het vertrouwen in de buitenlandse partner goed moet zijn. Als organisatie moet je er op kunnen rekenen dat de partner verkoop, publiciteit en promotie organiseert.

De samenwerking met het Fonds verloopt sinds het geïntegreerde letterenbeleid meer gestroomlijnd en men streeft naar maximale afstemming en kennisdeling. Bij Passa Porta wordt er van uitgegaan dat het artistiek deel, met o.a. het ontwikkelen van programma's, vooral bij hen zit terwijl het promotiedeel eerder de kant is van het Fonds. Passa Porta ziet echter ook nog een andere rol voor het Fonds binnen een presentatiebeleid, namelijk het ondersteunen van andere organisaties in het Vlaamse literaire veld die internationaal kunnen gaan werken. Passa Porta probeert wel alle genres te ondersteunen, maar hoe meer ondersteuning hoe beter. Voorbeelden zijn het Poëziecentrum, Villanella en Behoud de Begeerte. Vooral de eerste twee zijn weinig bezig met internationale

¹³⁶ Hay Festival. 'About.' (<http://www.hayfestival.com/wales/gallery.aspx?skinid=2&localesetting=en-GB&resetfilters=true>).

¹³⁷ Edinburgh International Book Festival. 'About us.' (<https://www.edbookfest.co.uk/about-us>).

ondersteuning. Behoud de Begeerte is al eens met een evenement naar Parijs getrokken, maar voor zo'n eenmalig initiatief is het moeilijk publiek vinden omdat niemand het opzet kent. Bovendien is de organisatie ook duur. Als zoiets dan in samenwerking met de contacten van het Fonds kan, is er al enige bekendheid in het buitenland.

4.2.4.8 Overige partners

Andere partners die ook een rol kunnen spelen binnen presentatie zijn de grotere cultuurinstututen in Spanje, Frankrijk, Groot-Brittannië en Duitsland. Bredere cultuurinstututen zoals het Goethe-instituut in Duitsland en het Cervantesinstituut in Spanje promoten hun cultuur en taal in het buitenland via vestigingen over heel de wereld. Omdat enkel het Spaanse Cervantesinstituut kort gereageerd heeft op mijn vragen bespreek ik deze instututen niet uitgebreid¹³⁸. Wel was de Spaanse organisatie bereid om in de toekomst samen te werken als het VFL meer wil inzetten op presentatie. De verantwoordelijke voor literatuur liet weten dat voor hen samenwerking o.a. kon bestaan uit activiteiten waar auteurs van de beide talen aan konden deelnemen. Mogelijkheden tot samenwerking met deze prestigieuze instututen dienen onderzocht te worden.

Ten tweede zijn er nog de vele Vlaamse en Nederlandse cultuurfestivals en literaire festivals, die internationale gasten uitnodigen. Zo zijn er bijvoorbeeld het reeds eerder besproken Passa Porta festival, Poetry International, Lowlands, Crossing Border en Writers Unlimited Winternachten. Deze festivals brengen een mix van literaire activiteiten met andere genres als muziek, dans en theater. Een onderzoek van al deze festivals valt buiten het bestek van deze thesis, maar dat ze een nut kunnen hebben in een presentatiebeleid van het VFL staat vast. Ze brengen Vlaamse auteurs in contact met internationale collega's, zodat ze tips en advies kunnen krijgen, een netwerk kunnen opbouwen en inspiratie kunnen opdoen.

Verder kan ook de oorspronkelijke Vlaamse of Nederlandse uitgeverij van een auteur de verspreiding van zijn of haar werk in het buitenland ondersteunen. De uitgeverijen richten zich voorlopig echter vooral nog op het verkopen van rechten en minder op presentatie, zij het dat er toch grote verschillen kunnen zijn¹³⁹. Standaard Uitgeverij – Manteau bijvoorbeeld focust vooral op een professioneel publiek, via aanwezigheid op beurzen en nieuwsbrieven, en minder op het bereiken van de lezers¹⁴⁰. Als er echter auteurs gevraagd worden om ergens op te treden is de rechtenafdeling bereid inhoudelijke input te leveren of bestaand materiaal ter beschikking te stellen. Financiële steun wordt echter nooit of slechts zeer uitzonderlijk toegekend. Aangehaald werd ook dat een vertaling onontbeerlijk is voor presentatie en dat dus het vertaalbeleid altijd voor het presentatiebeleid moet komen. Bij Clavis, uitgever van prentenboeken, lijkt de buitenlandwerking uitgebreider¹⁴¹. De uitgeverij is aanwezig op verschillende beurzen en is hierin vaak een pionier voor Vlaanderen. Bovendien wordt bij de productie van de prentenboeken al zoveel mogelijk aandacht besteed aan de internationale mogelijkheden van een project. Toch richt men zich ook hier vooral op een professioneel publiek. De

¹³⁸ Andere gecontacteerden waren de Alliance Française, de Arts Council en het Goethe-instituut.

¹³⁹ Deze informatie is gebaseerd op de antwoorden van de twee uitgeverijen die mijn vragen beantwoordden.

¹⁴⁰ Persoonlijke communicatie. 24 juli 2014.

¹⁴¹ Persoonlijke communicatie. 30 juli 2014.

huidige medewerking van de Vlaamse uitgeverijen aan echte auteurspresentatie is dus voorlopig miniem en de uitgeverijen zien daar ook niet echt een rol voor zichzelf in.

Omdat het Fonds een overheidsinstelling is en zijn dotatie ontvangt van de minister vormt ten slotte ook de overheid een belangrijke partner. Volgens bevoegd minister Schauvliege¹⁴² kan presentatie nuttig zijn als “een presentatie op een internationaal forum een aantoonbare meerwaarde oplevert, waardoor de Vlaamse literatuur meer vertaald én verspreid wordt in het buitenland.” Bovendien moet rekening gehouden worden met de beschikbare middelen. Voor hen is vooral het gastlandschap in Frankfurt de belangrijkste presentatie die op een internationaal podium kan gebeuren. Hiermee focust het kabinet vooral op het bereiken van uitgevers en literaire agenten en minder op het bereiken van een groot lezerspubliek. Hierover zullen dus nog ernstige keuzes moeten gemaakt worden.

4.2.5 Aanbevelingen

Op basis van de theoretische analyses, de kritische lectuur van de interne beleidsnota van het VFL en de talloze interviews met de verschillende actoren kunnen een aantal aanbevelingen geformuleerd worden voor de uitbreiding van de buitenlandwerking van het VFL naar een presentatiebeleid. Ten eerste is het belangrijk niet van nul te beginnen, maar gebruik te maken van bestaande formats en evenementen, zeker in de uitbouw van dit beleid. Dit geldt zowel voor festivals als voor literaire tournees en kan inhouden dat men eigen initiatieven gaat uitbouwen of dat men activiteiten gaat inpassen in structuren die al bestaan. Aansluitend moet men kennis en ervaringen uitwisselen met het brede Vlaamse culturele veld en met buitenlandse actoren. Die samenwerking is essentieel, maar tegelijk zijn er in het veld verschillende instanties die soms lijken te overlappen. Het is daarom nodig goed af te bakenen wie welke rol heeft of krijgt binnen het presentatiebeleid en om elkaar zo goed mogelijk aan te vullen. Dubbel werk moet men vermijden want dat neemt kostbare tijd weg van het ontwikkelen van nieuwe elementen. Verder is multidisciplinair werken een *must* voor de ontwikkeling van een nieuw beleid omdat de kunsten elkaar kunnen versterken. Zo genereert men meer aandacht, een ruimer netwerk en een groter publiek. Bovendien zijn vele literaire festivals vandaag niet meer exclusief literair maar worden er allerlei bredere activiteiten aan gekoppeld. In een presentatiebeleid is er ook meer mogelijkheid tot geografische verruiming dan binnen het vertaalbeleid. Activiteiten kunnen in meerdere landen worden ‘herbruikt’, zonder de eigenheid van het gastland te ontkennen. Ook grotere taalgebieden kunnen betrokken worden: Oostenrijk is net als Duitsland Duitstalig maar toch zijn hier heel wat minder initiatieven van het Fonds aanwezig. Bij verschillende actoren werd ten slotte het belang van de media aangehaald als onderdeel van een presentatiebeleid. Zij kunnen het nut van een literaire presentatie maken of kraken door er wel of niet iets over te brengen. Duidelijk en overtuigend communiceren is dus de boodschap om presentaties te versterken.

4.3 Conclusie

In het voorgaande hoofdstuk heb ik getracht een grondig beeld te geven van de buitenlandwerking van het VFL. Enerzijds bekeek ik het vertaalbeleid, wat tot nu toe het dominante beleid is van de

¹⁴² Persoonlijke communicatie met het kabinet. 17 juli 2014.

buitenlandsectie van het Fonds. Anderzijds werd een eerste aanzet gegeven tot de creatie van een aanvullend presentatiebeleid, met focus op welke partners hiervoor nodig zijn en wat deze al allemaal organiseren om de Vlaamse literatuur te promoten.

Het vertaalbeleid van het VFL omvat een ruim aantal instrumenten om vertaalrechten op Vlaamse literatuur te verkopen. Subsidies zijn hierbij het belangrijkste hulpmiddel en zijn vaak de doorslaggevende factor in de beslissing van een buitenlandse uitgeverij om een Vlaamse titel te vertalen en uit te geven. De subsidies worden aangevuld met informatieverstrekking via allerlei kanalen en met professionalisering van vertalers. Verder is de aanwezigheid van medewerkers van het Fonds op allerlei vakbeurzen belangrijk om een netwerk op te bouwen en te bestendigen. Ten slotte waren er ook al enkele ad hoc presentaties, via *publishers tours* en via tentoonstellingen en tournees.

Het tweede deel van het hoofdstuk ging dan in op een toekomstig presentatiebeleid van het Fonds. Deze uitbreiding past in een algemene shift die plaatsheeft in het literaire veld: het belang van podia neemt toe: een boek als product alleen volstaat niet meer. Bovendien kan dit naast extra vertalingen ook meer media-aandacht, meer verkoop bij het grote publiek en meer zichtbaarheid in het algemeen opleveren. Het beleid gaat mijns inziens best uit van een brede definiëring van presentatie. Presentatie is zowel een optreden op een festival, als een gastcollege aan buitenlandse studenten Nederlands, als een tour langs verschillende boekhandels.

Vervolgens werden twee aspecten bekeken met een uitzonderlijke status binnen het Fonds. In de eerste plaats werd het gastlandschap in Frankfurt in 2016 voorgesteld, een zeer belangrijke uitdaging voor het presentatiebeleid van het VFL en een enorme opportuniteit voor de Vlaamse literatuur. Ten tweede werd kort ingezoomd op de kwestie van de Nederlandse lezers. Ondanks de gedeelde taal en de literaire velden met een gelijklopende structuur, kennen we elkaars literatuur niet zo goed. Vooral de export naar Nederland op het vlak van publiëksboeken heeft nog groeipotentieel. De vraag is dan of de Vlaamse literatuur in Nederland gepromoot en gepresenteerd moet worden door de binnenlandcel of door de medewerkers van het buitenlandbeleid? Behoren deze tot het binnen- of buitenlandbeleid van het Fonds?

Ten derde werd aan de hand van verschillende partners die een rol kunnen spelen in de uitbouw van het beleid, een overzicht geschetst van wat presentatie kan inhouden. Voor dit deel werden verschillende partners bevroegd, zoals auteurs, vertalers, Vlaamse vertegenwoordigers, docenten Nederlands en dergelijke. De interviews gaven over het algemeen aan dat het een goed idee is meer in te zetten op presentatie. Tegelijkertijd werd opgemerkt dat het vertaalbeleid de kern blijft van de buitenlandwerking van het Fonds, want zonder vertaalbeleid is presentatie onmogelijk: dan bestaan auteurs immers niet op internationaal vlak. Een belangrijk discussiepunt was of een auteur alvorens in aanmerking te komen voor presentatie, een vertaling moest hebben of niet. Hierover was geen overeenkomst in de antwoorden. Een vaak aangehaalde factor was de soort activiteit: bij de ene activiteit is dit heel relevant, bij de andere minder. Over het algemeen kan besloten worden dat het VFL kan rekenen op een breed draagvlak voor presentatie bij de verschillende partners.

5. ALGEMEEN BESLUIT

De opzet van deze masterproef was inzicht te verwerven in het huidige en toekomstige buitenlandbeleid van het VFL. Met dit beleid wil het meehelpen de Vlaamse literatuur internationaal op de kaart te zetten. Om een goed begrip van het onderzoek te verzekeren werd in het tweede hoofdstuk de structuur en werking van het VFL geschetst. Het buitenlandbeleid is geleidelijk aan opgebouwd, met de uitbreiding van genres en het aanwerven van meer personeel. De focus lag op het genereren van vertalingen van Vlaamse titels. Nu dit vertaalbeleid sterk in zijn schoenen staat, denkt men erover dit verder uit te breiden met meer aandacht voor actieve presentatie van auteurs op buitenlandse podia. Beide pijlers van het beleid vormden het onderzoeksobject van deze masterproef.

Om de onderzoeksvragen te kaderen heb ik gebruik gemaakt van vier elementen die de achtergrond van internationale literatuur en van de omslag naar presentatie kunnen verklaren. Aan de hand van de veldanalyse van Dorleijn en van Rees bestudeerde ik de positie van het VFL in het Vlaamse literaire veld. Het Fonds neemt, gezien zijn functie van ondersteunende partner, een centrale rol in in het veld, maar probeert tegelijk op gelijke voet met zoveel mogelijk instanties samen te werken. Specifiek voor het buitenland is het Fonds ook een invloedrijke schakel tussen de Vlaamse auteurs en de buitenlandse markt. Subsidiëring door het Fonds kan een beslissende factor zijn in het al dan niet vertalen van een Vlaamse titel, wat ervoor zorgt dat het Fonds mee bepaalt welke boeken een kans krijgen op buitenlands succes. In een tweede deel werd ingegaan op de vraag waarom een vertaling eigenlijk nodig is. Casanova's hiërarchische structuur van de wereldliteratuur biedt hierop een antwoord. Een vertaling is de belangrijkste methode voor een auteur uit een kleinere taal om internationale zichtbaarheid en erkenning te verwerven. Het Fonds probeert dus om een zo groot mogelijk deel van de Vlaamse literatuur beschikbaar te stellen in andere talen en zo om de erkenning voor de Vlaamse literatuur te verhogen. Ten derde werd op basis van de economische concepten 'beleveniseconomie' en 'auteursmarketing' naar een verklaring gezocht voor de uitbreiding van het buitenlandbeleid van het Fonds. De lezer van vandaag is niet enkel op zoek naar een goed boek, maar wil daar liefst nog iets rond beleven. Essentieel daarbij is de persoon van de auteur, die de belangrijkste vertegenwoordiger is van zijn eigen werk. Om meer aandacht en succes voor de Vlaamse auteurs te genereren kan het dus nuttig zijn om deze meer actief te gaan presenteren aan hun lezerspubliek, en niet meer alleen aan een professioneel publiek. Ten slotte werd nog ingegaan op de spanning die ontstond in het onderzoeksobject, namelijk het verkopen van een artistiek product. Commerciële belangen worden in een kunstenmilieu vaak gezien als minderwaardig en een uiting van massaproductie. De buitenlandwerking van het Fonds balanceert voortdurend tussen beide belangen: het doel is om veel vertalingen te genereren, maar een hoge kwaliteit blijft onontbeerlijk.

In hoofdstuk vier werd dan expliciet gekeken naar het buitenlandbeleid van het Fonds. In het eerste deel onderzocht ik het vertaalbeleid en de verschillende instrumenten die moeten zorgen voor vertalingen van Vlaamse literatuur en kwamen ook enkele punten van kritiek naar voren. Subsidieregelingen blijven de belangrijkste vorm van ondersteuning van het Fonds, zowel voor de productie van vertalingen, als voor de ondersteuning van promotionele reizen van de auteurs. Toch is ook deze methode niet vrij van de kritiek: beschuldigingen van vriendjespolitiek of ondersteuning van

commerciële successen duiken van tijd tot tijd op. Een tweede instrument is het informeren van buitenlandse uitgevers over de Vlaamse titels, via allerlei kanalen. Vooral de website en de brochures dragen hiertoe bij. Informatieverspreiding wordt verder ondersteund door de aanwezigheid van medewerkers van het Fonds op allerlei vakbeurzen. Hier worden titels 'gepitch't tijdens ontmoetingen met verschillende actoren uit het veld. De verkoop van vertaalrechten wordt ook gestimuleerd door de *publishers tours* die het Fonds geregeld organiseert voor verschillende genres. Verder zijn ook de ad hoc presentaties van belang, zowel op boekenbeurzen als daarbuiten. Hiermee wordt een groter publiek bereikt dan enkel professionals, maar er is nog geen systematische aanpak hiervan. Tot slot is ook de professionalisering van vertalers een voornaam instrument in het vertaalbeleid van het Fonds. Het doel hiervan is om de kwaliteit van een vertaling te garanderen, maar ook om de status van vertalers, wiens werk veelal ondergewaardeerd wordt, te verbeteren. Instrumenten hiertoe zijn het Vertalershuis in Antwerpen en de uitreiking van verschillende literaire prijzen voor vertalingen.

Het tweede deel van het vierde hoofdstuk behandelde het nog te implementeren presentatiebeleid, als een uitbreiding van de huidige buitenlandwerking. Presentatie kan breed geïnterpreteerd worden, hetgeen ook de opvatting is van deze thesis. Zowel gastcolleges binnen een buitenlandse vakgroep Nederlands, als een optreden op een festival, als een boekpresentatietour behoren tot de mogelijkheden. Natuurlijk staat niet elke auteur even graag op een podium. Binnen het beleid zal hier rekening mee moeten gehouden worden, zodat men alleen investeert in auteurs die met de presentatiemogelijkheid iets kunnen doen en bereid zijn hier aan mee te werken. Ook andere vragen staan nog ter discussie, zoals de prioriteiten in gebieden en de rol die het Fonds moet spelen bij het organiseren van evenementen daar het geen evenementenbureau wil zijn. Vervolgens werd ingezoomd op een nieuwe grootse uitdaging binnen het presentatiebeleid: het gastlandschap op de boekenbeurs van Frankfurt in 2016, omdat dit een bijzondere kans is voor het Fonds, zowel qua presentatie naar professionals als naar het grote publiek. Het gastlandschap genereert niet alleen veel aandacht op de beurs zelf; er worden ook allerlei andere activiteiten aan gekoppeld doorheen het hele jaar en verspreid over heel Duitsland. Verder werd ook de kwestie van de Nederlandse markt geanalyseerd. Literaire import uit Vlaanderen naar Nederland is bedroevend laag: er is dus nog een groot potentieel voor het presentatiebeleid van het Fonds. Anderzijds delen de lezers dezelfde taal en het is nog niet duidelijk of dit dan binnen- of buitenlandbeleid is. Tot slot kwamen de belangrijkste partners voor het presentatiebeleid aan bod. Dit ging van auteurs en vertalers, over het Nederlands Letterenfonds en de Vlaamse vertegenwoordiging, tot buitenlandse lectoraten, uitgevers en festivals. Zij spelen een essentiële rol in de uitbouw van het beleid. Buiten de auteurs hebben alle partners kennis van de plaatselijke markt en het publiek en beschikken ze over de benodigde netwerken. De Vlaamse auteurs zijn onontbeerlijk voor kwaliteits- en succesvolle presentatie, omdat lezers vooral in hen geïnteresseerd zijn. Een belangrijke bevinding uit de bevraging van alle actoren was dat presentatie een goede beleidspiste is, zolang het deel uitmaakt van het vertaalbeleid. Subsidies uitreiken en informatie verschaffen over de titels blijven de belangrijkste instrumenten om de Vlaamse literatuur internationaal op de kaart te zetten.

Het gevoerde onderzoek kende enkele beperkingen, die verder onderzoek noodzakelijk maken. In de gemaakte voorstellen en analyses is er geen rekening gehouden met budgetten en

financiële implicaties. Verdere uitwerking is nodig om te kijken wat haalbaar is. Hierbij zal men prioriteiten moeten stellen, zowel inhoudelijk als geografisch. Verder gaf hoofdstuk vier geen exhaustief overzicht van de huidige presentatiemogelijkheden van Vlaamse auteurs. Nog veel individuele initiatieven van het Fonds zijn onbesproken gelaten: deze thesis is slechts een eerste aanzet om de mogelijkheden te onderzoeken. Ten slotte blijft het moeilijk om te bepalen of een beleid succes heeft. Er zijn wel concrete cijfers beschikbaar over aantallen vertalingen of presentaties of reizen, maar die incorporeren geen elementen als zichtbaarheid, kwaliteit, reputatie en/of uitstraling. Men moet dus ook op zoek gaan naar instrumenten die dat nieuwe beleid evalueren.

6. BIBLIOGRAFIE

6.1 Publicaties

6.1.1 Boeken

Baetens, J., Buekers, M., Laermans, R., Van de Velde, W. & Van Looy, B. *Wat met kunst en geld?* Leuven. LannooCampus. 2014.

Casanova, P. *The World Republic of Letters*. Translated by M.B. Debevoise. Cambridge. Harvard University Press. 2007.

Dillemans, R. & Schramme, A. (red) *Wegwijs Cultuur*. Leuven. Davidsfonds. 2005: 371.

Dorleijn, G. & van Rees, K. (red.). *De productie van literatuur. Het literaire veld in Nederland 1800 – 2000*. Nijmegen. Uitgeverij Vantilt. 2006.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. *De Beleveniseconomie. 2e herziene editie*. Den Haag. Academic Service. 2012.

Ross, D., Pos, A. & Mertens, M. (eds.). *Ieder zijn eigen Arnon Grunberg. Vertaling, promotie en receptie in Italië, Spanje, Catalonië, Portugal en Roemenië*. Gent. Academia Press. 2012.

6.1.2 Artikels

Anoniem. 'Bart Moeyaert en de Wow Countries.' *Cobra.be*. 26 juni 2014. (Online via: http://cobra.be/cm/cobra/boek/140626-sa-moeyaert_buchmesse). (Toegang: 18 juli 2014).

Anoniem. 'Onze schrijvers in Engeland.' *Cobra.be*. 18 januari 2013. (Online via: <http://cobra.be/cm/cobra/boek/1.1527925>). (Toegang: 17 juli 2014).

ArtsFlanders. 'Publishers Tour succesful tool to promote Dutch literature abroad.' 2014. (Online via: <http://www.artsflanders.be/news/literature/publishers-tour-succesful-tool-to-promote-dutch-literature-abroad>). (Toegang: 14 juli 2014).

Bourdieu, P. 'The Market for Symbolic Goods'. *Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Translated by Susan Emanuel. Cambridge. Polity Press. 1996: 141 – 173.

Brems, H. 'De relatie tussen de Nederlandse en de Vlaamse literatuur. De teller en de noemer.' *Literatuur*. Jaargang 5. Amsterdam. Amsterdam University Press. 1988. (Online via: http://www.dbnl.org/tekst/lit003198801_01/lit003198801_01_0004.php). (Toegang: 18 juli 2014).

Internationale Vereniging voor Neerlandistiek. "Ken je Buren' laat Nederlandse en Vlaamse lezers kennismaken met elkaars literatuur.' 16 juli 2013. (Online via: <http://www.ivnnl.com/nieuws.php?id=622>). (Toegang: 18 juli 2014).

Loots, E. 'Kunstenaarsresidenties: een veelzijdig fenomeen.' [Verslag *Joining the Dots*]. *Courant 96*. 2011.

Nederlandse Taalunie. 'Buitenlandse studenten willen ons leren kennen.' [Persbericht]. 15 juli 2014. (Online via: <http://taalunie.org/nieuws-en-pers/persberichten/buitenlandse-studenten-willen-ons-leren-kennen>). (Toegang: 16 juli 2014).

Trazegnies, de, R. 'Hoogdag voor Vlaams Theater op Malta Festival.' *Cobra.be*. 5 juli 2010. (Online via: <http://cobra.be/cm/cobra/podium/1.818453>). (Toegang: 21 juli 2014).

Van Baelen, C. 'Buitenlandwerking van het Vlaams Fonds voor de Letteren.' [Verslag *Joining the Dots*]. *Courant 96*. 2011.

Van Baelen, C. 'Dubbele koudwatervrees voor verfondsing. Reactie van een ervaringsdeskundige.' *Rekto Verso*. Maart – april 2012.

Van Imschoot, T. 'Vlaamse schrijvers over de afstand tot Nederland.' *Knack*. 25 oktober 2010.

6.1.2 Andere publicaties

Bilcke, M. *Het verhaal achter de imprint. Uitgeefstrategieën en literaire opvattingen bij de fondswerving van uitgeverij Kritak en Van Halewyck*. Masterproef Universiteit Gent. 2012.

Buelinckx, L. *Literaire institutionalisering*. Masterproef KU Leuven. 2009.

De Haan, M. & Hofstede, R. *Overigens schitterend vertaald*. Amsterdam/Brussel. Mart Spruijt bv. 2008.

De Winter, A. *Vergelijkende literatuurstudie: internationale zichtbaarheid en internationale positie van een schrijver*. Annelies Verbeke. Bachelorproef KU Leuven. 2013.

Delft, B. *Een competentieprofiel voor de professionele romanschrijver. Een kwalitatief onderzoek naar de competenties die een schrijfliefhebber tot een publicerend auteur maken*. Masterproef Universiteit Gent. 2013.

Frankfurt Book Fair. *Focal Themes and Guests of Honour*. 2014. For internal office use only.

Nederlands Letterenfonds & Vlaams Fonds voor de Letteren. *Low Countries, Deep Imagination*. [bidbook]. 2013.

Nederlands Letterenfonds. *Beleidsplan 2013-2016*. 2012.

Schramme, A. & Viskens, L. *Verfondsing in Vlaanderen? Onderzoek naar de wenselijkheid van (verdere) verfondsing van het Vlaamse kunstlandschap*. Onderzoeksrapport van Universiteit Antwerpen. 2012.

Van Baelen, C. '1+1 = zelden 2. Over grensverkeer in de Vlaams-Nederlandse literaire boekenmarkt.' Onderzoek in opdracht van Nederlandse Taalunie. 2013.

Vlaams Fonds voor de Letteren. 'Translation grants – guidelines 2014.' 2014. (Online via: http://www.vfl.be/uploads/Downloads/downloads/Guidelines_translation_grants_2014.pdf). (Toegang: 21 juli 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2006*. 2007. (Online via: <http://www.vfl.be/nl/120/downloads-cats/5/jaarverslagen.html>). (Toegang: 10 juli 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2007*. 2008. (Online via: <http://www.vfl.be/nl/120/downloads-cats/5/jaarverslagen.html>). (Toegang: 10 juli 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2008*. 2009. (Online via: <http://www.vfl.be/nl/120/downloads-cats/5/jaarverslagen.html>). (Toegang: 9 juli 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2009*. 2010. (Online via: <http://www.vfl.be/nl/120/downloads-cats/5/jaarverslagen.html>). (Toegang: 9 juli 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2010*. 2011. (Online via: <http://www.vfl.be/nl/120/downloads-cats/5/jaarverslagen.html>). (Toegang: 9 juli 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2011*. 2012. (Online via: <http://www.vfl.be/nl/120/downloads-cats/5/jaarverslagen.html>). (Toegang: 9 juli 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2012*. 2013. (Online via: <http://www.vfl.be/nl/120/downloads-cats/5/jaarverslagen.html>). (Toegang: 15 juni 2014).

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Jaarverslag 2013*. 2014.

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Letteren in de wereld van vandaag en morgen. Aanzetten tot een meerjarenplan 2011-2015*. 2010.

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Op weg naar een ambitieus en transparant buitenlandbeleid*. Onuitgegeven, intern document. Juni 2013.

Vlaamse Auteursvereniging. *Inkomensonderzoek bij literaire vertalers in Vlaanderen*. 2011.

6.2 Websites

Edinburgh International Book Festival. 'About us.' (<https://www.edbookfest.co.uk/about-us>). (Toegang: 22 juli 2014).

Frankfurter Buchmesse. 'The Frankfurt book fair – Global city of ideas. A company profile.' (<http://www.buchmesse.de/en/company/>). (Toegang: 17 juli 2014).

Hay Festival. 'About.' (<http://www.hayfestival.com/wales/gallery.aspx?skinid=2&localesetting=en-GB&resetfilters=true>). (Toegang: 22 juli 2014).

Nederlands Letterenfonds. 'Amsterdam is gaststad op boekenbeurs Buenos Aires.' (<http://www.letterenfonds.nl/nl/entry/175/amsterdam-is-gaststad-op-boekenbeurs-buenos-aires>). (Toegang: 20 juli 2014.)

Nederlands Letterenfonds. 'Over het Fonds.' (<http://www.letterenfonds.nl/nl/over-het-fonds>). (Toegang: 20 juli 2014.)

Nederlandse Taalunie. 'Hoeveel studenten studeren er jaarlijks Nederlands aan universiteiten buiten het taalgebied?' (<http://taalunieversum.org/veelgestelde-vragen/hoeveel-studenten-studeren-er-jaarlijks-nederlands-aan-universiteiten-buiten-het#node-2119>). (Toegang: 16 juli 2014.)

Nederlandse Taalunie. 'Subsidiesystematiek buitenlandse neerlandistiek'. (<http://taalunieversum.org/inhoud/subsidiesystematiek-buitenlandse-neerlandistiek>). (Toegang: 17 juli 2014.)

Vertalingendatabase. (<http://www.letterenfonds.nl/vertalingendb/zoek.php>). (Toegang: 21 juli 2014.)

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Organisatie*. (<http://vfl.be/nl/3/content/72/organisatie.html>). (Toegang: 7 juli 2014.)

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Over het VFL*. (<http://vfl.be/nl/1/content/141/over-het-vfl.html>) (Toegang: 2 juli 2014.)

Vlaams Fonds voor de Letteren. *Samenwerking*. (<http://vfl.be/nl/4/content/90/samenwerking.html>). (Toegang: 8 juli 2014.)

Wikipedia. 'Angoulême International Comics Festival.' (http://en.wikipedia.org/wiki/Angoulême_International_Comics_Festival). (Toegang: 11 juli 2014.)

6.3 Overige bronnen

Liesbet Vannyvel in gesprek met Lotte De Caluwe. 'Nederlands wereldwijd'. De Bende Van Einstein. *Radio 1*. 15 april 2014. (Online via: <http://www.vrt.be/taal/nederlands-wereldwijd>). (Toegang: 17 april 2014.)

7. BIJLAGEN

7.1 Bijlage: Overzicht subsidies Vlaams Fonds voor de Letteren

Dit is slechts een overzicht van de beschikbare subsidies van het VFL. Uitleg bij elke subsidie en de criteria voor aanvragen zijn terug te vinden op de website van het VFL (<http://www.vfl.be/nl/6/content/158/subsidies.html>).

- Subsidies voor literaire auteurs en illustratoren
 - Werkbeurzen voor literaire auteurs & illustratoren
 - Stimuleringsbeurzen voor literaire auteurs en illustratoren
 - Reisbeurzen voor literaire auteurs en illustratoren
- Subsidies voor literaire vertalers
 - Projectbeurzen literaire vertalers
 - Stimuleringssubsidies voor beginnende literaire vertalers
 - Startende literaire vertalers
 - Reisbeurzen literaire vertalers
- Subsidies voor biografen
 - Literaire biografiebeurzen
- Subsidies voor boekhandels
 - Ondersteuningsregeling voor A-boekhandels
 - Ondersteuningsregeling voor A-stripboekhandels
- Subsidies voor uitgevers
 - Productiesubsidies voor uitgevers van literair werk
- Subsidies voor literaire tijdschriften
 - Subsidies voor literaire tijdschriften
- Subsidies voor organisaties
 - Subsidies voor literaire manifestaties
 - Subsidies voor literaire organisaties
 - Subsidies voor auteursgenootschappen
- Subsidies voor strips
 - Werkbeurzen voor stripauteurs
 - Stripmentoraten voor beginnende stripauteurs
 - Reisbeurzen voor stripauteurs
 - Productiesubsidies voor uitgevers van strips
 - Subsidies voor stripmanifestaties
 - Subsidies voor striporganisaties
- Subsidies voor Auteurslezingen
 - Subsidies voor Auteurslezingen
- Subsidies buitenland
 - Subsidies voor vertalingen uit het Nederlands

- Subsidies voor vertalingen van theaterteksten uit het Nederlands
- Subsidies voor vertalingen van poëzie uit het Nederlands
- Productiesubsidies voor vertalingen uit het Nederlands
- Subsidies voor geïllustreerde boeken
- Auteursbezoeken voor literaire auteurs, stripauteurs, illustratoren en vertalers

7.2 Bijlage: Overzicht subsidies buitenlandwerking Vlaams Fonds voor de Letteren

- Subsidies voor vertalingen van **proza**, creatieve **non-fictie** en **kinder- en jeugdboeken** uit het Nederlands (vertaalsubsidie)
 - DOEL? Geeft aan buitenlandse uitgevers de kans om makkelijker een vertaling van een Vlaamse auteur uit te geven
 - HOEVEEL? Bedraagt maximaal 60% van de vertaalkosten voor de eerste twee boeken van eenzelfde auteur (bij het derde boek wordt dit minder) (! In het geval van klassiekers kan tot 100% van de vertaalkosten gesubsidieerd worden)
 - VOOR WIE? Buitenlandse uitgevers en tijdschriften die literair werk van een Vlaamse auteur in vertaling willen publiceren
 - GENRE? Voor alle literaire genres: proza, verhalende non-fictie, essay en kinder- en jeugdboeken (theaterteksten, strips & prentenboeken, poëzie: specifieke subsidieregelingen)
- Subsidies voor **geïllustreerde** boeken
 - DOEL? Stimulatie van publicatie in buitenland van prentenboeken en strips van uitzonderlijke kwaliteit
 - HOEVEEL? Bedraagt 100% van de vertaalkosten, en 15% van de productiekosten voor de eerste twee boeken van eenzelfde illustrator (bij het derde boek wordt dit minder)
 - =meer dan een 'vertaalsubsidie': vertaalkosten bij geïllustreerde boeken: vaak minimaal → subsidie moet extra inspanningen mogelijk maken voor promotie, kwaliteitsvolle productie en actieve distributie
 - VOOR WIE? Buitenlandse uitgevers die literair werk van een Vlaamse illustrator of striptekenaar in vertaling willen publiceren
- Subsidies voor vertalingen van **poëzie** uit het Nederlands
 - DOEL? Stimulatie van publicatie in het buitenland van poëzie van uitzonderlijke kwaliteit
 - HOEVEEL? Bedraagt 100% van de vertaalkosten voor de eerste twee boeken van eenzelfde auteur (bij het derde boek wordt dit minder). Bijkomend kan ook een productiesubsidie aangevraagd worden tot 25% van de productiekosten
 - = vertaalsubsidie + productiesubsidie: subsidie moet extra inspanningen mogelijk maken voor promotie, kwaliteitsvolle productie en actieve distributie
 - VOOR WIE? Buitenlandse uitgevers die poëzie van een dichter uit Vlaanderen in vertaling willen publiceren
- Subsidies voor vertalingen van **theaterteksten** uit het Nederlands
 - DOEL? Publicatie van vertalingen van literaire toneelteksten in buitenland bevorderen+ presentatie en opvoering van die teksten in professionele circuit in het buitenland stimuleren

- HOEVEEL? Bedraagt 60% van de vertaalkosten voor de eerste twee dramateksten van eenzelfde auteur (bij de derde tekst wordt dit minder)
- VOOR WIE? Buitenlandse uitgevers en tijdschriften die een originele Nederlandstalige toneeltekst van een Vlaams auteur in vertaling willen publiceren
- EXTRA? Met het oog op een opvoering of een presentatie kan ook een buitenlands of Vlaams toneelgezelschap (dat een structurele subsidie van maximaal € 300 000 ontvangt) of een buitenlandse organisator de subsidie aanvragen
- **Productiesubsidies** voor vertalingen uit het Nederlands
 - DOEL? Helpen van uitgevers in landen met economische problemen om de kosten te dragen van de productie, de distributie en de promotie van een vertaald boek
 - HOEVEEL? Maximale subsidie = € 1400
 - VOOR WIE? Buitenlandse uitgevers kunnen de subsidie aanvragen voor proza, theaterteksten, verhalende non-fictie, en kinder- en jeugdliteratuur (verschillende voorwaarden per genre)
 - Deze vorm van subsidie wordt stopgezet op 31 december 2014
- **Auteursbezoeken** voor literaire auteurs, stripauteurs, illustratoren en vertalers
 - DOEL? Vergoeden van kosten als een auteur naar het buitenland reist om zijn vertaalde werk te promoten → zowel voor literaire auteurs, stripauteurs, illustratoren als vertalers
 - HOEVEEL? Maximale subsidie = € 500
 - DOOR WIE AANGEVRAAGD? Zowel de auteur als de buitenlandse organisator kan een subsidie voor een auteursbezoek aanvragen.

7.3 Bijlage: Lijst van respondenten

Auteurs

Anne Provoost		mail 02/07/2014
Bob van Laerhoven		mail 04/07/2014
Geert Buelens		mail 03/07/2014
Jan Caeyers		telefonisch gesprek 11/07/2014
Marnix Peeters		mail 07/07/2014

Vertalers

David Colmer	naar het Engels	mail 08/07/2014
Michele Hutchison	naar het Engels	telefonisch gesprek 24/07/2014
Andrea Kluitmann		mail 31/07/2014
(Jonathan Reeder	Vertalershuis	mail 11/07/2014)

Vlaamse vertegenwoordigers

Andre Hebbelinck	Wenen	mail 26/06/2014
David Maenaut (via Rentia Bartlett)	Zuid-Afrika	mail 04/07/2014
Geert de Proost (via Lotte Ysenbrandt)	Londen	mail 10/12/2013
Koen Haverbeke	Warschau	gesprek 20/01/2014
Kris Dierckx	New York	mail 09/07/2014
Walter Moens	Berlijn	mail 25/06/2014

Onderwijs

Anne Van Raemdonck	Barcelona	mail 20/06/2014
Henriette Louwerse	Sheffield	mail 20/06/2014
Kees Snoek	Parijs	mail 16/07/2014
Laurette Artois	Frankfurt	mail 20/06/2014
Macris Spiros	Lille	mail 25/06/2014
Micaela van Muylem	Cordoba	mail 19/06/2014

Cultuurinstututen

Cervantes Instituut	Spanje	mail 26/06/2014
---------------------	--------	-----------------

Vlaamse Overheid

Kabinet Joke Schauvliege (via Jan Vermassen)		mail 17/07/2014
----------------------------------------------	--	-----------------

Vlaamse uitgeverijen

Standaard Uitgeverij - Manteau (Bieke Van Duppen)		telefonisch gesprek 24/07/2014
Clavis (Elke Sels)		mail 30/07/2014

7.4 Bijlage: Voorbeeldvragenlijsten

7.4.1 Auteursmail

Geachte xxxx,

Voor mijn thesis aan de KU Leuven werk ik rond een mogelijk presentatiebeleid als onderdeel van het buitenlandbeleid van het Vlaams Fonds voor de Letteren. Tot nu is dat beleid vooral gefocust op het genereren van zoveel mogelijk vertalingen, via het uitreiken van subsidies. Ook een werk van u kreeg in 2013 een subsidie om vertaald te worden. Nu zou het Fonds ook meer willen gaan inzetten op een presentatiebeleid, auteurs presenteren op een buitenlands podium. Dit met het doel om de bekendheid en de reputatie van de Vlaamse literatuur te versterken. Omdat u al in aanraking bent gekomen met het beleid, zou ik u graag enkele vragen stellen.

- Wat is uw ervaring met het oude beleid? Ziet u hier gebreken of dingen die voor u beter konden?
- Wat kan auteurspresentatie volgens u inhouden?
- Denkt u dat meer inzetten op presentatie nuttig kan zijn?
- Hoe staat u zelf tegenover meer presentatie? Zou u hier graag aan meewerken? Denkt u dat dat relevant is voor uw werk?

Alvast bedankt voor uw tijd.

Met vriendelijke groeten,

Anke De Winter

Studente Westerse Literatuur
KU Leuven

7.4.2 Docentenmail

Geachte xxxx,

Als studente Westerse literatuur aan de KU Leuven, onderzoek ik voor mijn masterproef de presentatie van Vlaamse auteurs in het buitenland. Ik werk hieraan in samenwerking met het Vlaams Fonds voor de Letteren (VFL). Ook de verschillende lectoraten Nederlands spelen een belangrijke rol in de zichtbaarheid van Vlaamse auteurs. Daarom heb ik enkele vragen geformuleerd om een beter zicht te krijgen op wat er nu al gebeurt aan verschillende universiteiten en wat de mening van docenten hierover is. Alvast heel erg bedankt voor uw medewerking.

- Wat is de voornaamste reden waarom uw studenten voor Nederlands kiezen?
- Welke onderwerpen geeft u zelf?
- Wat komt er aan bod in lessen over literatuur?
- Komen Vlaamse auteurs aan bod? Of gaat het vooral om Nederlandse auteurs?
- Bent u van mening dat de buitenlandse lectoraten kunnen bijdragen aan de presentatie van Vlaamse auteurs in het buitenland?
- Gebeurt hier al iets rond in uw vakgroep? // Wat zou die bijdrage dan kunnen inhouden?
- Denkt u dat het nuttig is voor uw studenten als er bijvoorbeeld een Vlaamse auteur een gastcollege zou geven? (Dit kan dan over verschillende onderwerpen gaan: over het werk van die specifieke auteur of juist over de bredere Vlaamse literatuur, over vertalen, ...)
- Tot slot nog een algemene vraag: het VFL probeert nu vooral de Vlaamse literatuur te promoten door zoveel mogelijk vertalingen te genereren. In de toekomst willen ze echter ook meer gaan inzetten op een presentatiebeleid: concreet auteurs presenteren aan de buitenlandse markt. Denkt u dat dit een zinvolle evolutie is?

Eventuele andere informatie of opmerkingen over dit onderwerp of over Nederlands aan uw universiteit zijn ook altijd welkom.

Bedankt!

Met vriendelijke groeten,

Anke De Winter

Studente Westerse Literatuur

KU Leuven