

**Summary:**

**On the road to a more dynamic international literary space:** a research on the positioning of the international literary talent development programme CELA.

With the rise of the English language, the number of literary translations between small European countries has decreased. CELA is an international literary talent development programme that aims to increase the capacity of young writers, translators and literary professionals from small European countries in order to create a more dynamic literary field within Europe. This research covers the positioning of the first edition of CELA, that took place between 2017 and 2019, within the international literary space, as described by Pascale Casanova in her work *The World Republic of Letters* (2004). The theoretical aspect of this research analyses the functioning of the international literary space, as explained by Casanova and explores how CELA functions in comparison to the international literary space. The practical aspect of this research examines the results of CELA with the use of a survey among the participants.

# Op weg naar een meer dynamische internationale literaire ruimte

Een onderzoek naar positionering van het Europese talentontwikkelingsproject CELA.



**Masterscriptie**

**Sanne Kamphorst**

**S1026407**

**Literair Bedrijf**

**Radboud Universiteit Nijmegen**

**Begeleider: Jos Joosten**

**Tweede lezer: Maaïke Koffeman**

**Datum: 19-07-2019**

# Inhoudsopgave

1. De intervisie: CELA.....	4
1.1. Verschuiving van de macht .....	4
1.2. Het onderzoek .....	5
2. Methode en Kader.....	8
3. Theoretisch kader: Pascale Casanova <i>The World Republic of Letters</i> .....	11
3.1. Over Pascale Casanova en <i>The World Republic of Letters</i> : .....	11
3.2. Pierre Bourdieu: veldtheorie.....	13
3.3. Fernand Braudel: Wereldeconomie .....	14
3.4. De internationale literaire ruimte .....	15
3.5. Kritiek op theorie Casanova .....	22
4. Project CELA .....	23
4.1. CELA: het concept.....	23
4.2. CELA: de uitvoering .....	27
5. CELA in de internationale literaire ruimte van Casanova.....	29
5.1. Internalisering en de tegenbeweging.....	29
5.2. Spelen volgens de spelregels of juist niet .....	30
5.3. De strijd om het literair kapitaal: moderniteit als kantelpunt .....	32
5.4. Opkomend talent: moderniteit .....	34
5.5. De rol van vertaling .....	36
5.6. Inclusie en exclusie .....	36
5.7. Een unieke positie .....	38
6. Impact: het overbruggen van kloven .....	40
A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie.....	41
B) Kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk.....	45
C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt.....	47
D) Een gebrek aan een internationaal netwerk.....	49
E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek .....	51
F) Van productieketting naar productiecycclus .....	54
7. Een uniek, nieuw, indirect randfiguur .....	56
7.1. De positie van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte .....	56
7.2. CELA: de tweede editie.....	60
Bibliografie .....	62
Bijlage .....	66

## 1. De intervisie: CELA

Vanaf 2021 ontvangen literaire vertalers in Nederland 200.000 euro extra per jaar vanuit de overheid. Dit is toegezegd door minister Ingrid van Engelshoven van Cultuur, zo schrijft Maarten Dessing op 5 juli 2019 in zijn artikel 'Tweede Kamer: twee ton per jaar voor vertalers' voor het vaktijdschrift *Boekblad*. Hoe het geld exact besteed wordt, gaat de minister besluiten in overleg met het Letterenfonds. In het overleg rondom het cultuurbeleid voor 2021 tot 2024 had de minister al de uitspraak gedaan waarde te hechten aan goede literaire vertalingen (Dessing 2019). In mei 2019 kwam het vertaalpleidooi 'verTALen voor de toekomst: een nieuw vertaalpleidooi' al uit, waarin Hans Bennis en Henk Pröpper namens het Expertisecentrum Literair Vertalen hun zorgen uitspraken over het teruglopende aantal vertalers in Nederland en andere Europese landen. Vanuit de academische hoek schreef Jack McMartin zijn proefschrift 'Book to Book: Falnders in the Transnational Literary Field' waarin hij de circulatie van vertaalde Nederlandse en Vlaamse literatuur in het internationale literaire veld onderzoekt. Zijn proefschrift is openbaar toegankelijk gesteld vanaf 14 juni 2019. Al deze recente publicaties tonen dat de rol van literaire vertaling momenteel in de belangstelling staat binnen het Nederlands taalgebied.

### 1.1. Verschuiving van de macht

Op grotere schaal is al langer een focus op de ontwikkelingen rondom literaire vertalingen zichtbaar. Een hedendaagse voorloper in het onderzoek met betrekking tot literaire vertalingen is de Franse Gisèle Sapiro. Sapiro heeft verschillende publicaties over dit onderwerp op haar naam staan, waaronder het artikel 'How Do Literary Works Cross Borders (or Not)? A Sociological Approach to World Literature'. In dit artikel omschrijft ze hoe tussen 1980 en 2000 het aantal vertalingen in de wereld is toegenomen met maar liefst 50%. Volgens haar zou dit culturele uitwisseling tussen verschillende landen moeten stimuleren, maar ze wijst erop dat er in de realiteit voornamelijk veel wordt vertaald vanuit het Engelse taalgebied. In 1990 was dit 59% van de vertalingen, terwijl op datzelfde punt vertaling naar het Engels een ultiem dieptepunt bereikten van slechts 3% (Sapiro 2016: 87). Sapiro benadert deze verandering vanuit zowel politiek, economisch, sociaal en cultureel oogpunt en wijst een aantal ontwikkelingen aan die hier verband mee houden. Vanuit economisch oogpunt redeneert ze dat de oorzaak vooral ligt bij de globaliserende markt waarin grote industrieën de markt beheersen die strijden om winst en kapitaal (Sapiro 2006: 87-89).

Petra Broomans stelt in *Object: Nederlandse literatuur in het buitenland. Methode: onbekend* dat vertalingen zowel cruciaal zijn voor de lezers en schrijvers, als de rest van het literaire veld:

Een literaire vertaling is voor veel lezers de aangewezen manier om kennis te nemen van een in een andere cultuur ingebedde literatuur. Beschikken andere vormen van kunst als de schilderkunst en de muziek over een universele 'taal', voor literatuur geschreven in een nationale taal..., is een vertaling een noodzakelijk medium om de mondiale lezer te bereiken. En als een literair werk uit het Nederlandstalig gebied in vertaling al buitenlandse lezers bereikt, is daar een lang proces van selectie (door bijvoorbeeld de buitenlandse uitgever, de scout de vertaler) en receptie (door de buitenlandse recensent, de lezer) aan vooraf gegaan. (Broomans 2007: 1)

Broomans omschrijft dat er een lang proces te pas komt bij literaire vertalingen waar verschillende actoren bij betrokken zijn. De globaliserende, winstgerichte literaire markt en de grote focus op het Engelstalig gebied die Sapiro noemt, hebben dan ook invloed op de gehele literaire markt, zowel op nationaal als internationaal niveau. Op internationaal niveau leidt dit tot een stagnatie van literaire circulatie. Als alle verschillende literaire velden gemiddeld meer zijn gaan vertalen vanuit het Engels, dan betekent dit dat er minder wordt vertaald vanuit andere landen, waardoor het Engelse taalgebied en de Engelse taal een steeds belangrijkere positie krijgt. Dit heeft grote consequenties voor de gehele literaire markt.

## 1.2. Het onderzoek

Dit onderzoek betreft het Europese talentontwikkelingsproject CELA (Connecting Emerging Literary Artists). CELA is geïnitieerd als een intervisie op de huidige Europese literaire markt, waarin kleine literaire taalgebieden steeds minder kansen en mogelijkheden hebben omdat de grote literaire taalgebieden, zoals het Engelse maar ook het Franse en Duitse taalgebied, de markt bepalen. In de projectomschrijving van CELA wordt genoemd dat de hegemonie van het Engelse taalgebied, en het Engels als de lingua franca, uitwisseling tussen de verschillende literaire velden in Europa voorkomen en beperken. Doordat Europa geen gelijkwaardig literair veld heeft, is er ook geen gelijkwaardig aanbod aan literaire vertalingen (CELA 2017: 8-15).

CELA heeft de vorm gekregen van een tweejarig talentontwikkelingsproject dat zich richt opkomende talenten uit kleine Europese taalgebieden:

CELA's mission is to increase the capacity of a new generation of literary creators to work together on an international scale and for the European public. To this end, CELA offers a selection of 18 emerging authors, 24 emerging translators, 6 emerging literary professionals and 7 literary organisations a two-year trajectory of training, tools and

network with the aim of facilitating an international career and building a combined professional practice for the 48 selected talents. Focusing on capacity building and transnational mobility, we specifically integrate the digital opportunities for literature, new ways of creating revenue and the employability of the participants. (CELA 2017: 8)

Door de opkomende talenten uit kleine Europese taalgebieden tijdens het project te trainen en kansen te bieden, zullen zij zich beter kunnen profileren op internationaal niveau, wat de circulatie en het marktmechanisme van de internationale literaire markt ten goede komt. Meer informatie over CELA wordt besproken in het hoofdstuk 'Project CELA'.

Realistische gezien is het voor een project op deze schaal onmogelijk om de recente ontwikkelingen op Europees niveau concreet te veranderen. Het zal dan ook niet het doel van dit onderzoek zijn om te achterhalen of CELA erin is geslaagd om Europa een meer gelijkwaardig literair speelveld te maken, waarin ook kleine literaire taalgebieden beter kunnen participeren. Wel wil dit onderzoek achterhalen wat CELA betekent in de Europese literaire markt. Daarvoor is het noodzakelijk eerst de werking van het Europese literaire veld te begrijpen. Hiervoor zal ik mij beroepen op de theorie van Pascale Casanova. Casanova beschrijft in *The World Republic of Letters* hoe het internationale literaire veld werkt. Ze noemt dit veld "de internationale literaire ruimte". Ze beschrijft deze internationale literaire ruimte als een autonoom veld waarin de positie van de verschillende literaire taalgebieden afhankelijk is van de onderlinge machtsrelaties (Casanova 2004: 83-84). CELA als project is erop gericht om deze machtsrelaties aan te sturen en te beïnvloeden waardoor er sprake is van een bepaalde vorm van spanning tussen het project en de internationale literaire ruimte. Het is onmogelijk voor CELA om gelijk hele grote invloed uit te oefenen, maar desalniettemin positioneert CELA zich, alleen al doordat het project bestaat en het poogt invloed uit te oefenen, wel op een bepaalde wijze ten opzichte van de internationale literaire ruimte en de interne machtsrelaties. Deze positionering van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte is het onderwerp van dit onderzoek.

Hoe onderzoek je een positionering? Dat is de vraag die ik mezelf in de loop van dit onderzoek meerdere malen heb gesteld. Het antwoord heb ik gevonden in een tweedeling van het begrip positionering. Ik zal de positionering van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte, zoals beschreven door Casanova, onderzoeken door zowel het functioneren als de impact van CELA in de literaire ruimte te analyseren. Om dit te kunnen doen zal ik na het uitleggen van de methode en het kader van dit onderzoek allereerst dieper ingaan op de theorie van Casanova en de werking van de internationale literaire ruimte. Vervolgens zal ik de inhoud van CELA als project uiteenzetten. Gewapend met deze informatie zal ik analyseren hoe CELA

functioneert ten opzichte van het functioneren van de internationale literaire ruimte. Ik zal de overeenkomsten en verschillen aanwijzen om duidelijk te maken hoe de twee zich tot elkaar verhouden. Daarna zal ik de, weliswaar beperkte, invloed van het project belichten door te onderzoeken wat de impact van het project is, aan de hand van de zes kloven die CELA in de projectomschrijving noemt. Hiervoor heb ik gebruik gemaakt van enquêtes en interviews. Door mijn analyse van CELA's functioneren en het impactonderzoek samen te voegen hoop ik tot een conclusie te komen over de positionering van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte.

## 2. Methode en Kader

Het begrip de “internationale literaire ruimte”, zoals Casanova dit beschrijft in *The World Republic of Letters*, is in principe wereldwijd. Casanova toont echter in haar werk al een specifieke focus op het Europese taalgebied wanneer ze een omschrijving geeft van de geschiedenis van deze term. Ik kies ervoor om tijdens dit onderzoek het begrip enkel te interpreteren als de ‘Europese’ internationale literaire ruimte. Casanova besteedt in haar werk duidelijk meer aandacht aan dit gebied en daarnaast is CELA een Europees project waar enkel Europese partners aan deelnemen. Wanneer we het project in een groter kader zouden onderzoeken, zou het moeilijker worden om de significantie van CELA vast te stellen. Daarnaast is het doel van CELA om invloed uit te oefenen op de Europese literaire markt waardoor een breder kader ontoepasselijk lijkt.

Om de positie en de invloed van CELA binnen de Europese literaire ruimte te onderzoeken, ga ik onder andere de resultaten van het project analyseren. Het project CELA erkent zes kloven, die in het hoofdstuk ‘Context: CELA’ besproken zullen worden. CELA hoopt deze kloven te overbruggen en aldus meer mogelijkheden en kansen te creëren voor (actoren uit) landen met kleine Europese talen. Op deze manier moet de internationale literaire ruimte een meer gelijkwaardig speelveld worden (CELA 2017: 10-11). De resultaten worden gemeten aan de hand van enquêtes onder de subjecten waar CELA zich op richt. De subjectgroepen waar de enquêtes onder zijn gehouden zijn als volgt:

- Opkomende schrijvers die deelnemen aan CELA (18)
- Opkomende vertalers die deelnemen aan CELA (24)
- Opkomende literaire professionals die deelnemen aan CELA (6)
- Partners van het project (6)
- Het internationale literaire publiek (18)

Elk van de genoemde groepen bestaat uit een evenredig aantal deelnemers uit de verschillende participerende landen. Er nemen zes landen deel aan het project. Het cijfer achter de subjectgroepen staat voor het aantal deelnemers in de subjectgroep. Dit betekent dus dat van de achttien deelnemende schrijvers er drie uit ieder van de zes deelnemende landen komen, etc. Bij het internationale literaire publiek staat het getal voor achttien willekeurige personen uit de zes verschillende landen die deelnemen aan het project.<sup>1</sup> De enquête is online en vrijblijvend naar alle deelnemersgroepen

---

<sup>1</sup> De subjecten die de enquête hebben afgelegd als vertegenwoordigers van het internationale literaire publiek hebben zich vrijwillig voor deze enquête opgegeven naar aanleiding van een oproep in de algemene CELA-



toegestuurd.<sup>2</sup> Voorafgaand aan het onderzoek heeft er een pilot plaatsgevonden om de opzet, inhoud en structuur van de verschillende enquêtes te toetsen. De wijzigingen die in de enquêtes zijn doorgevoerd naar aanleiding van de pilot zijn opgenomen in het uitgebreide verslag rondom de enquêtes, zie bijlage. Elke enquête is Engelstalig. Alle deelnemers hadden de optie om de enquête anoniem in te vullen. Dit betekent ook dat het niet in alle gevallen duidelijk is uit welk land een deelnemer komt.<sup>3</sup>

Alle enquêtes zijn niet enkel opgesteld ten behoeve van dit onderzoek, maar dienen ook als evaluatiemateriaal voor de deelnemende partners van CELA, met name voor hoofdorganisator De Nieuwe Oost | Wintertuin. Dit betekent dat vragen uit deze enquête zowel gericht zijn op de impact als op het proces van CELA. Dit onderzoek zal zich voornamelijk richten op de impactvragen van de enquête en zal slechts in enkele gevallen teruggrijpen naar de procesvragen, en dan alleen om eventueel te proberen bijzonder grote/kleine/vreemde impactresultaten te verklaren.

Naast de enquêtes is er een tweetal interviews gehouden. Het eerste interview is met Noortje Kessels, algemeen projectleider van CELA en daarnaast werkzaam voor Nieuwe Oost | Wintertuin. Vanuit haar functie kan Kessels een overzicht geven van de algemene ontwikkelingen en de directe resultaten van het project. Het tweede interview is met Roos Muis, communicatie coördinator van CELA en tevens verantwoordelijk voor de CELA-PR vanuit Nederland. Muis zal tijdens het interview een overzicht geven van alle PR en communicatieactiviteiten rondom CELA en haar persoonlijke mening geven over het effect en mogelijke verbeterpunten op dit gebied. Beide interviews worden gebruikt om de resultaten en aldus de impact van CELA te analyseren in aanvulling op de enquêtes.

Voordat de resultaten uit de enquêtes zijn opgenomen in dit onderzoek zijn ze verwerkt in een verslag dat de impact van CELA uitgebreid behandelt. Dit verslag 'Overbruggen: Een praktisch onderzoek naar de resultaten en impact van CELA' is samengevat in het hoofdstuk 'Impact: het overbruggen van kloven'. Het gehele verslag is opgenomen in de bijlage van dit onderzoek. Alle informatie omtrent de enquêtes en interviews is daar te vinden. De interviews zijn in hun geheel terug te lezen in de bijlage van het verslag, maar de enquêtes zijn vanwege hun proportie niet opgenomen in het verslag. Voor wie de

---

nieuwsbrief. Dit betekent dat alle subjecten uit deze groep kennis hebben van het project maar, in tegenstelling tot de andere groepen, dus geen deelnemers van het project zijn.

<sup>2</sup> Dit vrijblijvende aspect maakt dat niet alle deelnemers van de verschillende onderzoeksgroepen de enquête ook daadwerkelijk hebben ingevuld. Van alle subjectgroepen heeft in ieder geval 50% de enquête ingevuld. Het aantal deelnemers wordt verder toegelicht in het hoofdstuk 'Overbruggen: praktisch onderzoek naar de resultaten van CELA'.

<sup>3</sup> In sommige gevallen kan het opgeven van een nationaliteit ertoe bijdragen dat iemand zijn anonimiteit verliest. Er zijn bijvoorbeeld maar drie schrijvers uit ieder land. Weten welke nationaliteit iemand heeft, in combinatie met de soort specialisatiecursus die hij of zij gevolgd heeft, zou binnen de organisatie direct onthullen over welke persoon het gaat.

gehele enquêtes wil zien, zijn in de bijlagen van het verslag verschillende links opgenomen die leiden naar digitale versies van de enquêtes.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> De links naar de enquêtes behorende bij het verslag 'Overbruggen: Een praktisch onderzoek naar de resultaten en impact van CELA' zijn in beheer van De Nieuwe Oost | Wintertuin. Indien u geen toegang heeft tot de link kan een leesverzoek worden ingediend bij Noortje Kessels of Sanne Kamphorst.

### 3. Theoretisch kader: Pascale Casanova *The World Republic of Letters*

In dit hoofdstuk zal ik de theorie van Pascale Casanova over de “internationale literaire ruimte” uiteenzetten. Ik beroep mij hierbij voornamelijk op haar meest bekende werk: *The World Republic of Letters* (2004), waarin het ontstaan en de werking van de internationale literaire ruimte wordt beschreven. Casanova’s laatste boek *La Langue Mondiale. Traduction et domination* (2016) zal in dit hoofdstuk ook aan bod komen. Dit boek richt zich namelijk op de rol van vertalingen binnen de internationale literaire ruimte en is aldus een waardevolle en toepasselijke toevoeging aan dit onderzoek. Na allereerst kort in te gaan op Casanova’s oeuvre en het doel dat ze voor ogen had bij het schrijven van *The World Republic of Letters*, zal ik haar theorie inbedding geven door stil te staan bij de ideeën van twee theoretici waar Casanova, naar eigen zeggen, hevig op leunt. Het gaat hierbij om Pierre Bourdieu met zijn veldtheorie en om Fernand Braudel en zijn theorie over de economische wereld. Met deze informatie in het achterhoofd zal ik dieper ingaan op *The World Republic of Letters*, waarbij ik verwijs naar enkele andere theorieën, zoals die van Paul Valéry, en waar ook enkele kritische bezwaren omtrent Casanova’s eigen theorie, voornamelijk de kritiek van Christopher Prendergast, aan bod zullen komen.

#### 3.1. Over Pascale Casanova en *The World Republic of Letters*:

De Franse academica en literair critica Pascale Casanova overleed op 29 september 2018. Over de doden niets dan goeds, zegt men wel. Dit spreekwoord lijkt toepasselijk in het geval van Casanova, want waar ze gedurende haar leven flink veel kritiek heeft ontvangen op haar werk, ontspringt er na haar overlijden een stroom aan artikelen die het hartgrondig met elkaar eens zijn: al haar werk, maar met name *La République mondiale des lettres* (1999), heeft een onuitwisbare bijdrage geleverd aan het academische onderzoek naar wereldliteratuur. Harvard University publiceert op 30 september 2018 het artikel ‘Major French literary critic Pascale Casanova Dies at 59’ waarin verschillende kennissen en collega’s van Casanova vol lof spreken over haar leven en haar academische bijdrage. Deze lofbetuiging is in dit geval misschien niet geheel onverwacht, aangezien Harvard University Press de vertaling van *La République mondiale des lettres* heeft uitgegeven onder de titel *The World Republic of Letters* (2014). Een andere lofzang komt van Joe Cleary die haar in zijn artikel voor The Irish Times in de titel al “a French champion of Irish literature” (Cleary 2019) noemt. Deze titel wordt haar voornamelijk toegedicht vanwege haar werk *Samuel Beckett: Anatomy of a Literary Revolution* (1997). Cleary meldt daarnaast ook dat Casanova in haar meest bekende werk, *The World Republic of Letters*, Ierland als een voorbeeld neemt van een klein literair taalgebied dat tegen de verwachtingen in toch een grote naam voor zichzelf wist te winnen

binnen de internationale literaire ruimte. Het is zeker waar dat Casanova in haar werken aandacht heeft besteed aan Beckett en aan Ierland, maar ze heeft daarnaast ook een werk gepubliceerd over Kafka, getiteld *Kafka en Colère* (2011), en in *The World Republic of Letters* komen meerdere grote en kleine literaire landen aan bod. Waar Cleary misschien wat overdreven weemoedig terugkijkt op het werk van Pascale Casanova, is dat nog niets vergeleken met de reactie van Xavier de La Porte in het Franse blad *L'Obs*. In het artikel 'Pascale Casanova, citoyenne mondiale des lettres, est morte à 59 ans' prijst hij bovenal haar vermogen om de juiste vragen te stellen en scherp te argumenteren: "Elle leur posait les questions qu'elle se posait. C'était pointu, exigeant, parfois touffu, mais toujours passionnant" (De La Porte 2018).

*The World Republic of Letters* wordt gezien als Casanova's meest waardevolle en befaamde werk. De titel van dit boek klinkt, net als het thema dat het behandelt "wereldliteratuur" (Casanova 2004: xi), enigszins ambigue en alomvattend. Dat is echter precies het punt dat Casanova graag naar voren wil brengen. Volgens haar weten we namelijk niet hoe we met moeten omgaan met een onderwerp als wereldliteratuur, omdat we daarvoor over het algemeen niet de juiste houding hebben ten opzichte van literatuur. Ze zegt dat "our literary conscious is largely national...This is why we are blind to a certain number of transnational phenomena that have permitted a specifically literary world to gradually emerge over the past four centuries or so" (Casanova 2004: xi). Deze onderbewuste houding waar Casanova het over heeft, is ons veelal op school al aangeleerd. Literatuur wordt daar over het algemeen via nationale lijnen behandeld. We leren over Goethe tijdens de lessen Duits, en we leren over Shakespeare tijdens de lessen Engels. Volgens Casanova zijn we hierdoor gewend geraakt om literatuur te koppelen aan een land en aan diens politiek. Haar bezwaar daarbij is dat we een hele transnationale dimensie van de literatuurontwikkeling uit het oog verliezen. Ze introduceert de term "internationale literaire ruimte" om een apart literair veld, of een republiek zo je wilt, te onderscheiden dat zich heeft onttrokken aan de politiek en cultuur van de verschillende landen en dat zelfstandig en op een internationaal niveau functioneert.

Ik zal verder ingaan op de werking van de internationale literaire ruimte zodra ik de theorie van Bourdieu en Braudel heb besproken. Voor nu is het belangrijk om te melden dat het concept van de internationale literaire ruimte voor Casanova een manier is om twee benaderingen van literatuur met elkaar te kunnen verenigen. Deze twee benaderingen zijn:

The postcolonial critique, which has played an important role in reintroducing history, and in particular political history, into literary theory; and the French critical tradition, based exclusively on the internal reading of texts, frozen in a certain aestheticizing attitude,

refusing any intrusion of history – and, a fortiori, of politics – in the supposedly “pure” and purely formal universe of literature. (Casanova 2004: xiii)

Voor Casanova zijn deze twee benaderingen niet zo onverenigbaar als ze misschien lijken. Ze pleit voor een literatuurbenadering die tegelijkertijd intern (tekstueel) en extern (historisch) is. Dit is belangrijk voor haar omdat ze inziet dat sommige literaire werken behandeld moeten worden vanuit hun historische context en invloed, maar andere literaire werken veel meer om een puur tekst gerichte aanpak vragen, waarbij het enkel gaat om de intrinsieke boodschap en stijl, los van de context waarin en waarvoor het werk is geschreven. Volgens haar moet er één methode zijn waarmee beide aspecten van een tekst naast elkaar kunnen bestaan en ook naast elkaar kunnen worden onderzocht, zonder dat het een het ander uitsluit. Haar theorie over de internationale literaire ruimte maakt deze benadering mogelijk doordat het een veld betreft dat wel degelijk zijn oorsprong heeft in de geschiedenis en politiek van verschillende landen, maar dat ondertussen deze oorsprong is ontstegen en op een eigen level internationaal functioneert volgens zijn eigen regels. Een interne en een externe benadering hoeven elkaar hierdoor niet uit te sluiten (Casanova 2004: xi-xii).

### 3.2. Pierre Bourdieu: veldtheorie

Pascale Casanova was een leerling van de Franse socioloog Pierre Bourdieu en dat is terug te zien in haar werk. De manier waarop ze haar internationale literaire ruimte omschrijft, heeft zichtbaar zijn fundament liggen in de veldtheorie van Bourdieu. Het “veld” is een kernbegrip in de theorie van Bourdieu en wordt door Dick Pels in zijn artikel ‘Inleiding: naar een reflexieve sociale wetenschap’ op heldere wijze vergeleken met wat wij in het Nederlands een “wereld” noemen (Pels 1992: 11). Denk hierbij aan de muzikwereld of de academische wereld. Binnen een bepaald veld bestaan ook andere relatief autonome velden. Zo valt het literaire veld onder het culturele veld. Deze velden functioneren zelfstandig, hoewel ze wel overeenkomsten hebben en ook invloed op elkaar uitoefenen (Pels 1992: 12). Elk veld kent zijn eigen actoren, zijn eigen regels en daarmee ook zijn eigen inzet en winst. Er wordt gestreden om de winst, of zoals Bourdieu het noemt: het kapitaal.

De strijd om het kapitaal behelst echter meer dan een strijd om de rijkdom en macht in het veld. Het gaat daarbij ook om “het behoud of de verandering van de structuur en (de definitie van) de grenzen van het veld zelf, dat wil zeggen om de definitie van de legitieme veldpraktijk (wie wel en niet mogen meedoen aan het spel)” (Pels 1992: 13). De verdeling van het kapitaal op een bepaald moment is dus cruciaal voor alle ontwikkelingen binnen het veld. Bourdieu onderscheidt echter ook verschillende vormen van kapitaal. Naast economisch kapitaal erkent hij ook symbolisch, cultureel en politiek kapitaal. Vooral het symbolische kapitaal kent hij een bijzondere functie binnen het veld toe, zeker binnen een

cultureel veld zoals het literaire veld. In 'The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods' legt hij uit dat het bij symbolisch kapitaal gaat om de erkenning die aan de productie wordt toebedeeld los van de waarde in geld. "Symbolic capital is to be understood as economic or political capital that is disavowed, mis-recognized and thereby recognized, hence legitimate, a 'credit' which, under certain conditions, and always in the long run, guarantees 'economic' profits" (Bourdieu 1980: 262). Symbolisch kapitaal verkrijgt zijn waarde doordat het niet in eerste instantie maar op de lange termijn erkend wordt als waardevol. Het gaat dus veel meer om een staat van autoriteit of prestige die moet worden toegekend. Deze erkenning is krachtiger wanneer verschillende actoren of instituten binnen het veld het geven, zeker als ze zelf ook al autoriteit en prestige toegekend hebben gekregen. Het hele systeem van het veld is op deze manier opgebouwd uit erkenning en geloofsovertuiging. Van Rees en Dorleijn noemen in 'Het Nederlandse literaire veld 1800-2000' dat het veld in de theorie van Bourdieu ook wel eens als "geloofswereld" beschreven wordt. Dit houdt in dat "de betrokken partijen, door hun onderlinge strijd, conflicten en schijnbaar vreedzame interacties, niet alleen waarde(n) aan culturele producten toekennen, maar tevens het geloof reproduceren in de waarde van de inzet waarom gestreden wordt, in de legitimiteit van hetgeen actoren doen en in de waarachtigheid van hun uitingen" (Van Rees en Dorleijn 2006: 16).

### 3.3. Fernand Braudel: Wereldeconomie

William H. McNeill beweert in zijn artikel 'Fernand Braudel, Historian' dat de geschiedkundige Fernand Braudel het meest bekend staat om zijn twee grote werken; *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II* (1949) en het uit drie volumes bestaande *Civilization and capitalism, 15th-18th century* (1992). In het derde volume van dit laatstgenoemde werk bespreekt Braudel het onderwerp van "a world economy" waar Casanova naar verwijst in *The World Republic of Letters* (Casanova 2004: xii). Braudel definieert een wereldeconomie als "an economically autonomous section of the planet able to provide for most of its own needs, a section to which its internal links and exchanges give a certain organic unity" (Braudel 1992: 22). Volgens Braudel zijn er door de hele geschiedenis heen zelfstandig functionerende economische systemen geweest. Hij geeft Carthago en het Romeinse rijk als voorbeelden om aan te tonen dat er sinds het ontstaan van stabiele samenlevingen ook al economische werelden bestaan. Vanuit zijn onderzoek naar enkele historische economische werelden heeft Braudel drie kenmerken van dit begrip op een rij kunnen zetten. Ten eerste betreft het altijd een letterlijk geografisch gebied. Het is dus een bestaand gebied dat aanwijsbaar is op een wereldkaart. Het kent ook zijn eigen grenzen, maar dit zijn niet altijd direct ook landgrenzen. Deze grenzen definiëren het gebied echter wel op dezelfde manier als landgrenzen dat doen, ze vormen de identiteit van het gebied. De grenzen veranderen maar heel traag en zijn daarom vaak goed uit te lichten op een kaart. Ten tweede kent dit

gebied een centrum met in het hart daarvan een dominante wereldstad met een eigen vorm van kapitalisme. De exacte positie van dit centrum kan veranderen, of zelfs verschuiven van stad, naar aanleiding van de ontwikkelingen binnen het gebied omdat verschillende steden met elkaar kunnen strijden om de positie van centrum. Ten derde heerst er ten alle tijden een hiërarchie. Er is een ongelijkheid die het systeem voortstuwt. Er is verschil tussen rijk en arm, waarbij de rijkdom zich altijd in het centrum bevindt (Braudel 1992: 22-26).

Onderdelen van deze theorie vormen de bouwstenen van de “wereldsystemanalyse”. De wereldsystemanalyse wordt voornamelijk vertegenwoordigd door Immanuel Wallerstein en Braudel wordt gezien als zijn voorloper. Wallerstein legt uit hoe hij tot zijn interpretatie van dit systeem komt in het artikel ‘World-systems analysis’. Deze analyse is voor Wallerstein een vervanging van de op dat moment heersende, negentiende-eeuwse, sociale wetenschappen. Hij wilde een analysemethode voorstellen dat minder van sociale categorisering uitging en dat ook minder benadering zocht vanuit losse landen. Hij wilde een meer sociaal geschiedkundige benadering die grens overstijgend was. Het historisch aspect van zijn analysemethode heeft hij dan ook gebaseerd op de theorie van Braudel. De manier waarop Braudel de sociale aspecten als onderdeel van de economische dynamiek ziet neemt Wallerstein ook over van Braudel (Wallerstein 1987: 1-4).

### 3.4. De internationale literaire ruimte

Zowel de veldtheorie van Bourdieu als de theorie van Braudel over de economische wereld zijn terug te zien in Casanova’s definitie van de internationale literaire ruimte wanneer ze het mechanisme achter dit begrip als volgt uitlegt:

The world republic of letters has its own mode of operation: its own economy, which produces hierarchies and various forms of violence: and above all its own history, which long obscured by the quasi systematic national (and therefore political) appropriation of literary statue, has never really been chronicled. Its geography is based on the opposition between a capital, on the one hand, and peripheral dependencies whose relationship to this centre is defined by their aesthetic distance from it. It is equipped, finally, with its own consecrating authorities, charged with responsibilities for legislation on literary matters, which function as the sole legitimate arbiters with regards to questions of recognition. (Casanova 2004: 12)

Voor Casanova zijn de termen “world republic of letters” en “de internationale literaire ruimte” inwisselbaar (Casanova 2004: xii). Dit begrip kenmerkt zich, zoals blijkt uit het citaat, doordat het

functioneert als een autonoom veld met een eigen hiërarchie en machtsrelaties, waarbij onderscheid bestaat tussen het centrum en de periferie. Daarnaast is het een historisch proces dat zich door de geschiedenis heen heeft ontwikkeld. Het is echter wel degelijk geografisch te positioneren en het wordt gekenmerkt door zijn eigen regels en actoren, die elkaar consecreren en beconcurreren. Ik wil graag ingaan op elk van deze kenmerken in een poging om het begrip volledig uiteen te zetten, alvorens ik de kritiek op Casanova's theorie, van onder andere Christopher Prendergast, zal bespreken.

### Oorsprong van de internationale literaire ruimte

Volgens Casanova is de internationale literaire ruimte gevormd in de zestiende eeuw, toen literatuur voor het eerst los kwam te staan van de nationale en politieke strijd tussen de verschillende landen in Europa. De strijd tussen deze landen bepaalde daarvoor altijd de ontwikkelingen omtrent literatuur. Literatuur werd ingezet als een wapen van status en prestige dat langzaam steeds prominenter werd. Casanova omschrijft dat “national rivalries came into existence with the formation and development of the first European states. Previously confined to regional areas that were sealed off from each other, literature now emerged as a common battleground” (Casanova 2004: 11). Op het moment dat literatuur een dusdanig grote rol ging innemen, werd het steeds minder afhankelijk van de politiek en kreeg het de mogelijkheid om de politieke strijd te ontstijgen en een eigen veld te vormen. Italië onttrok zich als eerste uit deze machtsdynamiek, en daarmee ontstond het eerste onafhankelijke literaire veld. Halverwege de zestiende eeuw volgde Frankrijk en daarna ook Spanje, Engeland en verschillende andere Europese landen. Literatuur besloeg vanaf dat moment een vrij functionerend en autonoom veld. Sporen van de strijd en machtsrelaties waar literatuur zo lang deel van had uitgemaakt, bleven echter ten grondslag liggen aan het functioneren van deze nieuwe internationale literaire ruimte (Casanova 2004: 11-12).

### Werking van het speelveld: geografie

Dit nieuwe speelveld, dat door Casanova ofwel de internationale literaire ruimte, ofwel de wereldrepubliek der letteren wordt genoemd, breidde zich uit naarmate de literatuur zich in meer landen wist te ontworstelen van de politieke machtsstrijd. David Mulrooney wijst er in zijn artikel ‘Casanova, Pascale. The World Republic of Letters’ op dat Casanova in haar omschrijving van de werking van het internationale literaire veld dezelfde benadering gebruikt als de wereldsysteemanalyse, en in het verlengde daarvan van Braudel. Hij noemt dat beide perspectieven de wereld benaderen “by conceptualizing the world as a global unit composed of a core of powerful, wealthy nations and a



periphery of weak, dominated nations, whose relationship to each other is predicated on exploitation and radical inequality. The literary world is divided into a “center” of nations with rich and prestigious literatures and a “periphery” of countries...” (Mulrooney 2004: 552). De internationale literaire ruimte van Casanova kent dus, net zoals de economische wereld van Braudel, een centrum en een periferie en tussen deze gebieden is er sprake van een strijd om macht en een dominante positie. Casanova erkent hiermee dezelfde structuur als Braudel, maar merkt daarbij direct op dat deze twee gebieden, werelden, niet één en dezelfde zijn. Ze beargumenteert dat Braudel zelf al erkende dat het hoogtepunt van een economisch gebied niet altijd overeenkomt met het succes van een cultureel gebied (Casanova 2004: 11). Ze verwijst daarbij naar een voorbeeld dat Braudel geeft in *Civilization and capitalism, 15th-18th century*. Braudel stelt dat:

In the late nineteenth century and early twentieth, France, though lagging behind the rest of Europe economically, was the undisputed centre of Western painting and literature; the times when Italy and Germany dominated the world of music were not times when Italy or Germany dominated Europe economically; and even today, the formidable economic lead by the United States has not made it the literary and artistic leader of the world. (Braudel 1992: 62).

Dit principe sluit ook aan bij de veldtheorie van Bourdieu, die uitging van het bestaan van verschillende werelden, denk hierbij nogmaals aan de muzikwereld en de academische wereld. Meer nog dan Bourdieu, is Braudel echter sterk gericht op de geografische tastbaarheid van zijn economische wereld. Voor Casanova is de wereldrepubliek der letteren wel geografisch te positioneren, maar heeft het zichzelf losgemaakt van zijn oorsprong in de politieke en economische wereld, waardoor de internationale literaire ruimte autonoom is en zijn eigen grenzen opstelt.

#### Internalisering: Parijs in het centrum

De grenzen van de internationale literaire ruimte zijn aan verandering onderhevig omdat het gebied zich volgens Casanova door de jaren heen flink heeft uitgebreid. Na het opkomen van de internationale ruimte onderscheidt ze nog enkele andere fases in de ontwikkeling van dit veld. Fernanda Cabo Aseguinolaza vat deze ontwikkelingen kort samen in haar artikel ‘Dead, or a picture of good Health? Comparatism, Europe and World literature’. Ze omschrijft dat rond de achttiende eeuw een belangrijke speler, Duitsland, een positie claimt binnen het veld en in de negentiende eeuw, met de opkomst van het nationalisme, voegen zich ook een aantal kleine Europese landen toe. De laatste fase die Casanova omschrijft is volgens Aseguinolaza de fase van dekolonisatie, waarbij ook niet-Europese landen het veld betreden (Aseguinolaza 2006:23-24). Aseguinolaza noemt dit ontwikkelingsproces “internalisering”. Dit

historische proces is te begrijpen als “a process to surmount the national in favour of a cosmopolitanism located in the nucleus of this system” (Aseguinolaza 2006: 24).

Het proces dat Casanova omschrijft, waarbij steeds meer landen zich toevoegen aan de internationale ruimte, kent volgens haar inderdaad ook een kosmopolitische centrum. Ze beschrijft hoe dit centrum tot stand komt door uit te leggen dat “the territories of literature are defined and delimited according to their aesthetic distance from the place where literary consecration is ordained. The cities where literary resources are concentrated, where they accumulate, become places where belief is incarnated, centres of credit, as it were” (Casanova 2004: 23). Dé stad waar dit allemaal gebeurt, is volgens haar zonder enige twijfel Parijs, omdat deze stad het grootste literaire prestige heeft. Het belichaamt volgens haar de Franse revolutie en het omvergooien van de monarchie. Er heerst politieke vrijheid en gelijkheid, maar vooral ook artistieke vrijheid. Het is de hoofdstad van de mode en de kunst. Voor Casanova is Parijs de stad der letteren. Deze positie, zo zegt ze, wordt bevestigd en erkend in de literatuur zelf. En een groot aantal literaire werken, proza en poëzie, die over deze stad geschreven zijn, bevestigen het ultieme literaire prestige van de stad (Casanova 2004: 23-33).

#### Literair kapitaal: toekenning

Voor het toekennen van waarde en het consecreren van literatuur, schrijvers of een stad, kent Casanova een hele grote rol toe aan ‘literair kapitaal’. Ze omschrijft dit literair kapitaal vanuit de theorie van Paul Valéry, de Franse poet en criticus. Valéry beschrijft in zijn essay ‘La liberté de l’esprit’ (1939) dat alles, een product maar ook een samenleving, waarde toegekend krijgt. Deze waarde kan economisch zijn, maar ook wat hij noemt “spiritueel”. Deze spirituele waarde kan, net zoals bijvoorbeeld economische waarde, op een natuurlijke manier stijgen en dalen door middel van investering en vraag en aanbod. De participanten in het veld moeten de waarde van een product daarvoor erkennen en accepteren. Door de circulatie en handel binnen het veld - Valéry maakt de vergelijking met een markt - kan de waarde stijgen of dalen. Valéry gebruikt in plaats van waarde ook wel de term spiritueel/cultureel kapitaal (Valéry 1939: 1080-1090). Hier ligt een grote vergelijking met het symbolisch kapitaal dat Bourdieu omschrijft in zijn veldtheorie. In Casanova’s beschrijving van literair kapitaal, volgens de termen van Valéry, laat ze zich, zoals ze omschrijft in een voetnoot, bij het uitleggen van het begrip dan ook veel inspireren door het begrip symbolisch kapitaal dat Bourdieu omschrijft (Casanova 2004: 14). Literair kapitaal wordt volgens Casanova toegekend en op basis van verschillende aspecten. Eén van die aspecten is leeftijd. Hoe ouder een tekst of de naam van een schrijver is, hoe meer waarde er aan toegekend wordt. Sommige teksten zijn zo oud dat ze de status van “klassieker” toegekend krijgen. De waarde van deze klassiekers is universeel erkend en onbetwistbaar, simpelweg door de leeftijd van het werk. Wanneer de canon van

een land veel klassiekers heeft, wordt zowel het land als de canon gezien als meer literair substantieel en prestigieus. Het bijzondere aan klassiekers is dat ze worden gezien als tijdloos, waardoor ze een claim hebben van onaantastbaarheid waarmee ze hun nationale achtergrond bijna overstijgen. Casanova legt dit uit:

The classics are the privilege of the oldest literary nations, which, in elevating their foundational texts to the status of timeless works of art, have defined their literary capital as nonnational and ahistorical – a definition that corresponds exactly to the definition that they have given of literature itself. The classic embodies the very nation of literary legitimacy, which is to say what is recognized as literature: the unit of measurement for everything that is or will be recognized as literature. (Casanova 2004: 15)

Andere literaire werken of schrijvers, die niet automatisch worden erkend door hun leeftijd en plaats in de geschiedenis, zijn meer afhankelijk van hun directe omgeving. Ze hebben een gecultiveerd publiek nodig, dat verstand heeft van zaken en interesse heeft in het bestuderen van literatuur, om erkenning te vergaren. Hierbij spelen status en het oordeel van de betrokkenen een belangrijke rol. Een ander belangrijk aspect van literair kapitaal is de taal. Volgens Casanova krijgt een taal een status van prestige toegekend door de werken die erin geschreven zijn. Het wordt een taal soms toegedicht meer literair te zijn dan andere talen, en daarmee meer geschikt om echte literatuur in te schrijven. Om een dergelijke status te verkrijgen moet de taal door vele generaties heen zichzelf als dusdanig profileren met een traditie aan literaire werken en ontwikkelingen (Casanova 2004: 14-16). Taal is het medium van de literatuur, en is daarom van invloed op het literair kapitaal, maar tegelijkertijd is het ook altijd verbonden aan het land dat het als voertaal gebruikt.

#### Literair kapitaal: verdeling

De internationale literaire ruimte functioneert zelfstandig maar tegelijkertijd kan zij zich nooit helemaal scheiden van de staat en diens ontwikkelingen en geschiedenis. Het feit dat een taal literaire elementen toegeschreven kan krijgen, maar tegelijkertijd ook altijd gebruikt wordt als de voertaal van een staat, is hier een voorbeeld van. De internationale literaire ruimte kent haar oorsprong in de politiek en geschiedenis van een staat en is daar dan ook afhankelijk van. Deze afhankelijkheid heeft beslist ook consequenties binnen de internationale literaire ruimte. Casanova legt uit dat:

The original dependence of literature on the nation is at the heart of the inequality that structures the literary world. Rivalry among nations arises from the fact that their political,

economic, military, diplomatic and geographical histories are not only different but also unequal. Literary resources, which are always stamped with the seal of the nation, are therefore unequal as well, and unequally distributed among nations. Because the effects of this structure weigh on all national literatures and on all writers, the practices and traditions, the forms and aesthetics that have currency in a given national literary space can be properly understood only if they are related to the precise position of this space in the world system. (Casanova 2004: 39)

De hiërarchie en de verdeling van literair kapitaal binnen de internationale literaire ruimte kent zijn oorsprong dus in de politieke en economische strijd van verschillende staten. De rivaliteit en strijd heeft een oneerlijke verdeling van literaire productiegoederen tot gevolg. Deze oneerlijke verdeling stuwt de rivaliteit en competitie binnen de internationale literaire ruimte voort en zo is de cirkel weer rond. Eenieder die deelneemt in deze strijd, of het nu gaat om schrijvers of uitgevers, “enters into international competition armed (or unarmed) with his entire literary “past”: by virtue solely of his membership in a linguistic area and a national grouping, he embodies and reactivates a whole literary history, carrying this “literary time” with him without even being fully conscious of it” (Casanova 2004: 40). Zoals je geboorteland, opvoeding en scholing je plaats in de maatschappij bepalen, zo bepaalt de positie van het land waarin je spreekt en schrijft jouw mogelijkheden binnen de internationale literaire ruimte. Dit is een voordeel voor schrijvers in het Engels, Duits of Frans, die kunnen leunen op de literaire geschiedenis en taal van het land waar ze vandaan komen. Dit beperkt echter de kansen en mogelijkheden voor schrijvers of andere actoren die uit een minder grootschalig taalgebied komen. Zij moeten veel meer vechten voor erkenning en krijgen minder kansen aangereikt.

#### Positie van kleine landen: de beperkingen en de kansen

Volgens Casanova is ieder land op zich zijn eigen literaire ruimte die net zoals de internationale literaire ruimte functioneert met een literair centrum en de periferie. Schrijvers moeten binnen een land erkenning verkrijgen vanuit de nationale definitie van goede literatuur. Buiten hun eigen land worden ze beoordeeld vanuit de positie die hun land inneemt binnen de hiërarchie in de internationale ruimte. Dit betekent echter niet dat het onmogelijk is om daarvan los te breken. Casanova geeft James Joyce als voorbeeld van een schrijver die totaal niet erkend werd in Dublin en in Londen, maar die na een lofbetuiging vanuit Parijs toch groot is geworden. Joyce wist zich los te schudden van het juk en de vooroordelen over zijn eigen land en consecratie te vinden in de literaire hoofdstad Parijs (Casanova 2004: 108-109).

Volgens Casanova ligt de kern van succes dan ook in aansluiting en erkenning vinden bij de dominante landen, het liefst in het centrum van al deze landen, namelijk in Parijs. Wanneer een land of een schrijver uit een land erkenning en consecratie zoekt bij de dominante landen, dan is hij altijd afhankelijk van vertalingen. Voor Casanova betekent dit dat “translation, like criticism, is a process of establishing value” (Casanova 2004: 23). Wie een algemene wereldtaal zou voorstellen om de internationale literaire ruimte meer toegankelijk te maken voor verschillende landen zou bij Casanova echter niet in goede boeken komen te staan. In 2016 schreef ze *La Langue Mondiale. Traduction et domination*, dat dieper in ging op de rol van taal en talen binnen de internationale literaire ruimte. Dit werk verscheen dus een ruime tijd na *The World Republic of Letters* en erkent dat het Frans niet langer de meest dominante taal in de wereld is, maar dat het ondertussen is vervangen door het Engels. Hierdoor dient Parijs dus ook niet meer als literaire hoofdstad. Casanova benadrukt dat, hoewel Engels al langer de meest vooraanstaande taal binnen de economische sector was, deze taal pas recent het Frans van de troon heeft gestoten op literair gebied. (Casanova 2016: 13).

Haar zorg omtrent een groeiende wereldtaal betreft het feit dat er steeds minder noodzaak is vanuit een lingua franca om zich te beroepen op vertalingen. Als voorbeeld leidt het groeiende gebruik van de Engelse taal ertoe dat het Engelse taalgebied steeds minder de noodzaak voelt om werken in andere brontalen te naar het Engels te vertalen, omdat steeds meer werken en informatie toch al in het Engels worden geproduceerd. Een te grote wereldtaal zorgt er voor dat andere talen en landen zich terugtrekken, waardoor er geen hiërarchie en geen strijd meer is binnen de internationale literaire ruimte (Casanova 2016: 15-16). Voor Casanova is een verzameling aan talen en culturen een noodzakelijk goed dat beschermd moet worden zodat vertalingen kunnen blijven dienen als een consecrerend mechanisme. Als strijd noodzakelijk is voor de internationale literaire ruimte om te blijven functioneren dan moet er echter voor kleine taalgebieden nog steeds een manier zijn om hogerop in de hiërarchie te komen. Het middel dat Casanova aanwijst om positie te vergaren is vernieuwing. Casanova legt uit dat “the success of newcomers to literary space and time in breaking into the ranks of the established moderns, and earning for themselves the right to take part in debates over the definition of the latest modernity, therefore depends to some extent on their familiarity with the most recent innovations in forms of technique” (Casanova 2004: 91). Wie door het dominante centrum niet erkend wordt als gelijkwaardig kan pogen om zich te beroepen op moderniteit en vernieuwing. Het moderne is inherent altijd vernieuwend en daarmee een open uitdaging naar de huidige traditie. Casanova wijst erop dat er dus altijd een vorm van rivaliteit ten grondslag ligt aan vernieuwing. Doordat vernieuwing in de literatuur, net als in de mode, instabiel en vergankelijk is, ligt hier voor opkomende artiesten en literaire velden de kans om in te breken in de heersende dynamiek (Casanova 2004: 91-92).

### 3.5. Kritiek op theorie Casanova

*The World Republic of Letters* heeft voor het overlijden van Casanova wel degelijk veel kritiek gekregen. De kritiek betreft bijna altijd Casanova's claim dat Parijs het dominante centrum van de internationale literaire ruimte zou zijn. Günter Leypoldt noemt in zijn artikel 'Shifting Meridians: US Authorship in World Literary Space' dat Casanova koppig blijft vasthouden aan de notie van Parijs, terwijl zij zelf moderniteit als kantelpunt aanwijst. Als we uitgaan dat vernieuwing de positie van een land binnen de internationale ruimte kan veranderen, zegt Leypoldt, dan is de US ondertussen de meest dominante speler (Leypoldt 2015: 769). Vanuit een postkoloniaal perspectief beargumenteert Sunil Agnani in 'On the purported death of Paris' dat Casanova, in haar omschrijving van de geschiedenis van de internationale literaire ruimte, postkolonisatie simpelweg afschildert als een uitbreiding van de internationale literaire ruimte. Volgens hem plaatst Casanova de niet-Europese landen aan de marges van de hiërarchische internationale literaire ruimte, zonder rekening te houden met hun eigen geschiedenis en verhoudingen tot elkaar (Agnani 2006: 331-333).

Het bezwaar van Christopher Prendergast bij *The World Republic of Letters* is niet alleen gericht op de rol die Casanova toekent aan Parijs, maar is meer gefocust op de wijze waarop ze foutief conclusies trekt uit de verschillende voorbeelden die ze gebruikt. In 'Debating World Literature' zet hij verschillende van deze foutieve conclusies uiteen. Het eerdergenoemde voorbeeld over James Joyce dat Casanova gebruikt, wordt door Prendergast onder andere aan de kaak gesteld. Hij is het met Casanova eens dat Joyce zich afwendt van het Engels taalgebied, maar haar latere claim dat Joyce door middel van het werk *Finnegans Wake* Ierland een eigen taal probeert terug te geven is volgens hem volledig onterecht (Prendergast 2004: 19). In *The Routledge Concise History of World Literature* geeft Theo D'haen een samenvatting van Prendergasts bezwaren bij Casanova door uit te leggen dat:

[Casanova's] prioritizing of the categories of "nation" and "literature" mount to her construction of world literature as an international competition leads her to completely misinterpret, in the case of "nation", some of her prime examples, among whom Kafka, Joyce and Beckett, and in the case of "literature", the realities of how texts, and indeed oral materials, function in societies other than the (West)-European. (D'haen 2013: 104).

D'haen probeert met deze samenvatting uit te leggen dat Casanova's constante focus op de strijd tussen verschillende literaire staten eigenlijk maakt dat ze al haar voorbeelden vanuit dit oogpunt probeert te interpreteren, en daarbij cruciale fouten maakt. Prendergast's nadruk op Casanova's misinterpretatie van literatuur sluit eensgezind aan bij het argument dat Agnani maakte. Casanova heeft weinig oog voor – en focus op – literaire tradities buiten West-Europa. De literaire ontwikkelingen schuift ze aan de kant waardoor, ze deze gebieden onterecht in de marges van de internationale literaire ruimte plaatst.

## 4. Project CELA

In dit hoofdstuk wordt Project CELA (Connecting Emerging Literary Artists) uitgelicht alvorens de volgende twee hoofdstukken zich zullen richten op het koppelen van het project aan de theorie van Casanova en op het analyseren van de impact van CELA.

### 4.1. CELA: het concept

CELA (Connecting Emerging Literary Artists) is een initiatief van de Nieuwe Oost | Wintertuin, in samenwerking met zes andere Europese partners: Booktailors uit Portugal, Escuela de Escritores uit Spanje, GAV/Cinepub uit Roemenië, Huis deBuren uit België, Passa Porta uit België en Pisa Book Festival uit Italië. Tussen 2014 en 2016 zijn afgevaardigden van deze partners meerdere malen samen gekomen om de ontwikkelingen binnen de Europese literaire sector te bespreken. De focus lag daarbij voornamelijk op de positie van kleinere literaire taalgebieden in deze sector. Ieder van deze partners representeert een kleiner, ondergewaardeerd taalgebied binnen Europa: Nederland, België, Portugal, Spanje, Italië en Roemenië. Naar aanleiding van de bijeenkomsten hebben de partners het project CELA opgezet (CELA 2017: 8-11). De noodzaak voor dit programma komt volgens hen voort uit:

Their shared concerns about the growing gaps in the literary sector: between literary talents, the industry and the European public. They share the need to build a sustainable talent development infrastructure to maintain diversity in European literature and give literary talents the professional boost they need to become successful in the world of tomorrow. (CELA 2017: 8).

Gedurende de bijeenkomsten hebben de partners een aantal ontwikkelingen binnen de Europese literaire sector aangewezen. Deze ontwikkelingen maken het volgens de partners van CELA moeilijk voor opkomende literaire talenten uit kleine Europese taalgebieden om toe te treden tot de Europese literaire markt. CELA heeft als doel om opkomende literaire talenten uit kleine Europese taalgebieden te ondersteunen en hun capaciteiten te vergroten zodat zij, gezamenlijk, kunnen functioneren op een internationaal level en voor een Europees publiek. Ze moeten een front en een netwerk vormen zodat ook andere talenten en actoren beter en makkelijker kunnen participeren binnen de in de Europese literaire markt (CELA 2017: 8-11). De partners van CELA onderscheiden verschillende problemen en kloven die voortkomen uit de ontwikkelingen binnen de Europese literaire sector. Deze kloven dienen volgens hen overbrugd te worden om de Europese literaire sector een meer gelijkwaardig speelveld te maken. De partners hebben de volgende kloven aangewezen:

### **A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie.**

De literaire industrie<sup>5</sup> in heel Europa heeft te maken met de stagnatie van boekverkoop en de opkomst van digitalisering. Door deze ontwikkelingen zijn uitgeverijen minder geneigd om risico's te nemen. Werken uit kleine Europese taalgebieden maken een minder grote kans om uitgegeven te worden dan werken uit grotere taalgebieden, zoals Engeland of Duitsland. Een deel van dit probleem bestaat simpelweg uit een gebrek aan vertalingen en vertalers. Een uitgever is genoodzaakt om een proefvertaling te laten maken van een werk uit een taalgebied dat hem niet bekend is. Hier moeten dus extra moeite en kosten in worden gestoken, bovendien is er een vertaler nodig waarbij de uitgever ervan uit kan gaan dat deze goed werk levert. Er zijn echter niet veel erkende vertalers voor kleine Europese taalgebieden omdat daar weinig vraag naar is. Het gebrek aan vertalers is een zichzelf instandhoudende cirkel omdat geen enkele uitgeverij een vertaling uit een klein taalgebied aandurft. Een ander deel van het probleem is het feit dat uitgeverijen geen risico durven te nemen met opkomende talenten. Opkomende literaire talenten zijn vaak nog helemaal niet bekend in het buitenland, omdat hun werk nooit eerder is vertaald en omdat ze geen internationale naamsbekendheid hebben. Opnieuw bestaat er voor de uitgever, door een gebrek aan informatie, een groter risico dan wanneer hij een werk uitgeeft van een buitenlands talent dat al geconsecreerd en erkend is in diens eigen land. Vanuit de uitgever wordt ook minder begeleiding en ondersteuning geboden aan literaire talenten. In plaats van te investeren in enkele talenten, proberen ze binnen hun perken zoveel mogelijk werken uit te geven in de hoop die ene bestseller te verkopen. Hierdoor wordt vanuit de uitgever minder aandacht en kosten gestoken in de ontwikkelingen van het talent onder hun hoede (CELA 2017: 11-12).

### **B) De kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk**

In Engelssprekende landen bestaat er veel meer scholing en educatie voor opkomende literaire talenten dan in de rest van Europa, Frankrijk en Duitsland zijn daarop misschien de uitzondering. In veel Europese landen zijn opleidingen in *creative writing* of literair vertalen beperkt en in het Oosten van Europa zijn deze mogelijkheden bijna volledig afwezig. Door een gebrek aan opleiding en ondersteuning is de weg voor opkomende literaire talenten moeilijker, langer en onduidelijker. De scholing en opleidingen die wel worden geboden in de rest van Europa zijn vaak alleen vakgericht. Dat wil zeggen dat ze gericht zijn op het aanleren van schrijfvaardigheid of vertaalvaardigheid en dat ze weinig tot geen aandacht besteden aan vaardigheden zoals jezelf presenteren of een netwerk opbouwen. Na hun educatie vallen talenten in een gat omdat ze eigenlijk niet voldoende zijn voorbereid voor de beroepspraktijk. Deze beroepspraktijk

---

<sup>5</sup> De literaire industrie is een term die wordt gebruikt in de projectomschrijving van CEA (CELA 2017: 9). Voor het doeleinde van dit onderzoek wordt de term gedefinieerd als de verzameling instituties die betrokken zijn bij de meer economische aspecten van de literaire markt zoals de productie van literaire producten, goederen en middelen.



houdt niet alleen het schrijven of vertalen in, maar ook je eigen marketing regelen, het geven van workshops of presentaties, etc. De vaardigheden die hiervoor nodig zijn, worden tijdens de scholing niet voldoende ontwikkeld. Er is ook niet voldoende begeleiding na het afstuderen, wanneer het talent de eerste stappen moet maken om toe te treden tot de arbeidsmarkt. Er moet direct na het afronden van de opleiding meer ondersteuning en handvaten worden geboden voor startende literaire talenten en professionals (CELA 2017: 12-14).

### **C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt.**

We leven in een globaliserende wereld. Digitale ontwikkeling en media maken het voor artiesten over de hele wereld mogelijk om elkaar te inspireren met hun stijl en thema's. Literaire talenten zijn daarin echter beperkt vanwege een taalbarrière. Literaire talenten uit landen met kleine Europese talen hebben minder kansen en mogelijkheden dan talenten uit grotere Europese taalgebieden zoals Engeland, Duitsland en Frankrijk. Talenten uit kleinere Europese taalgebieden moeten altijd eerst vertaald worden naar één van de grotere talen om te kunnen participeren in het internationale literaire veld. Daarnaast is het nog een veel grotere stap om een werk te vertalen van een kleine Europese taal naar een andere kleine Europese taal, bijvoorbeeld van Nederlands naar Roemeens. Al deze extra vertaalobstakels maken dat de Europese literaire markt geen gelijkwaardig speelveld is voor alle deelnemende landen. Er is weinig infrastructuur naar kleinere Europese taalgebieden waardoor deze als spelers op de literaire markt vrijwel volledig langs de zijlijn staan. CELA wil mogelijkheden creëren voor de kleine Europese taalgebieden om beter te kunnen participeren op de Europese literaire markt. Een belangrijk onderdeel hiervan is ervoor zorgen dat de talenten meer kennis vergaren over de werking van de verschillende literaire velden van verschillende landen, zodat ze weten hoe ze kunnen inspelen op de dynamiek van een bepaald literair veld (CELA 2017: 14-15).

### **D) Een gebrek aan een internationaal netwerk.**

Er is weinig tot geen contact tussen jonge Europese talenten onderling, ook hebben ze weinig connecties met andere literaire instanties. Alle partners binnen CELA zijn het erover eens "that talents flourish when they are offered access to an international network" (CELA 2017: 15). Literaire talenten kunnen elkaar inspireren, kennis overdragen en elkaar introduceren binnen hun internationale netwerk. Door een netwerk te creëren dat bestaat uit zowel schrijvers en vertalers als literaire professionals, ontstaat er meer mobiliteit en meer interdisciplinaire mogelijkheden voor opkomende talenten. Een sterk netwerk aan opkomende talenten van verschillende nationaliteiten en culturen kan zichzelf beter positioneren binnen de Europese literaire markt, maar ook hun literaire werk brengt een nieuwe, significante waarde met zich mee omdat er nog niet eerder een netwerk van literaire talenten bestond dat zich op deze manier door elkaar kon laten inspireren (CELA 2017: 15).

### **E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek.**

Het internationale literaire publiek, de brede groep literatuur consumenten, heeft over het algemeen geen kennis van opkomend literair talent uit andere landen. Dat komt doordat er vaak geen vertaling van opkomende talenten zijn en de talenten buiten hun land nog geen naamsbekendheid hebben. De kennis van een literair publiek over werken uit andere landen bestaat vaak enkel uit kennis van de canon van het desbetreffende land. Opkomende talenten zijn nog niet op dat niveau geconsecreerd en hebben hierdoor nog geen plaats in de canon. Wanneer er geen kennis bestaat over het werk van opkomend literair talent uit andere landen, bestaat er ook geen toegang tot de leefwereld, thema's en ideeën van de jongere generatie uit andere land. De expressie en de stemmen van jongere generaties in het buitenland blijven hierdoor onbekend en ongehoord. Terwijl juist de stem van de jongere generatie ontzettend waardevol is, omdat zij de ontwikkelingen en de toekomst van het veld bepalen. Het literair publiek ontwikkelt zich echter mee met de globale trends. Ze zijn niet meer alleen te benaderen door middel van het literaire werk, maar ook social media kan een krachtig middel zijn om internationaal publiek te bereiken. Een andere vorm om een nieuw en groter publiek aan te spreken kan zijn door middel van het geven van workshops en presentaties. Het is voor literaire talenten belangrijk om met hun publiek mee te bewegen en de juiste middelen te vinden om in contact te komen en te blijven met een internationaal literair publiek (CELA 2017: 15-17).

### **F) Van productieketting naar productiecyclus.**

De literaire markt is aan vele veranderingen onderhevig. De combinatie van digitalisering, globalisering en een stagnatie in de boekverkoop maakt dat de literaire sector zich door moet ontwikkelen en mee moet bewegen. De vraag naar, en consumptie van, literatuur is ook veranderd. Het lezen van een boek is niet meer de enige en hoofdzakelijke manier van literatuur consumeren. Er is een groeiende markt voor e-boeken, audioboeken, podcasts, *on demand*-televisieseries en literaire activiteiten. De grenzen tussen de literaire producent en de literaire consument vervagen. De consument is niet meer de eindgebruiker van het product. Er wordt simpelweg niet meer gewerkt, zoals voorheen, met een productieketting waarbij het einddoel altijd is om het boek naar de consument te brengen. In plaats daarvan is er sprake van de opkomst van een productiecyclus waarbij vraag en aanbod tussen verschillende literaire actoren veel meer heen en weer bewegen. De literaire sector zit midden in dit transformatieproces en het is niet altijd eenvoudig om oude methodes los te laten en nieuwe methodes te omarmen. Het gedachtegoed binnen deze sector moet veranderen en alle participanten binnen het literaire veld moeten leren om open te staan voor deze nieuwe dynamiek binnen het oude vertrouwde veld. Literaire talenten moeten zich bewust zijn van de mogelijkheden die dit biedt en andere actoren dienen open te staan voor nieuwe ideeën en initiatieven (CELA 2017: 17-19).

Al deze genoemde problemen en kloven binnen de Europese literaire sector maken dat niet alle taalgebieden en niet alle talenten de kans krijgen om te participeren in de literaire markt. Hierdoor blijven de stemmen van sommige landen en generaties ongehoord. CELA wil deze problemen en kloven overbruggen en opkomende talenten uit kleinere Europese taalgebieden een kans geven om zich te ontwikkelen binnen de internationale literaire markt. Het doel van CELA:

CELA will help develop the talent and careers of tomorrow's internationally acknowledged authors and translators, connecting them with each other, with the literature sector, the publishing industry and with the European public, creating a sustainable, European, literary talent development programme. That is our goal. (CELA 2017: 19)

Om dit doel te bereiken gaan de partners uit van vier principes waarop de uitvoering van dit project is gebaseerd. Ten eerste is vertaling noodzakelijk om te kunnen participeren binnen een internationale sector waarin taal niet alleen het middel, maar ook onderdeel van het product is. Daarnaast moeten opkomende talenten noodzakelijkerwijs gepresenteerd worden in het buitenland om hen een groter bereik en meer mogelijkheden te bieden. Ten derde is publicatie in het buitenland noodzakelijk om daar de waarde van het werk erkent te krijgen. Als laatste is het van belang dat de juiste persoon de juiste vaardigheid krijgt om zich beter te kunnen profileren en verder te ontwikkelen (CELA 2017: 22).

## 4.2. CELA: de uitvoering

De partners van CELA hebben zichzelf vier concrete doelen gesteld die de vorm van het programma hebben bepaald. Deze doelen zijn (CELA 2017: 22):

1. Creëren van een duurzaam Europees programma voor het ontwikkelen van literair talent.
2. De capaciteiten van opkomende literaire makers bevorderen om op een internationaal level en voor een internationaal publiek te opereren.
3. Transnationale mobiliteit bevorderen.
4. De internationale circulatie van literaire werken van opkomende schrijvers bevorderen.

Met het oog op deze doelen heeft CELA de vorm gekregen van een tweejarig talentontwikkelingsprogramma voor opkomende schrijvers, vertalers en literaire professionals uit zes verschillende landen (met kleine Europese talen) dat van start is gegaan in 2017 en eindigt in de zomer van 2019. Er nemen in totaal zestien schrijvers, vierentwintig vertalers en zes literaire professionals deel aan het project. Alle deelnemers worden een jaar lang opgeleid, in de vorm van workshops, cursussen en mentorsessies. Voor elk van deze groepen is een speciaal opleidingstraject. De schrijvers hebben keuze

uit verschillende specialisatie cursussen, zoals een cursus *Transmedia Storytelling, Marketing of Screenwriting* en ze krijgen een residentie in één van de partnerlanden. De vertalers krijgen twee *masterclasses* aangeboden waarbij ze zich richten op verschillende aspecten van de beroepspraktijk van het vertalen en waarbij ze ook de mogelijkheid krijgen om met elkaar aan hun vertalingen te werken. De literaire professionals krijgen de kans om een week lang mee te lopen bij het bedrijf van een andere partner. Het tweede jaar is erop gericht om de talenten te presenteren aan een internationaal publiek. Er is sprake van een *Festival Tour* en een *Digital Tour*. Als onderdeel van de *Festival Tour* presenteren de schrijvers en vertalers zichzelf en hun werk op een internationaal festival. De *Digital Tour* is gericht op de online promotie van de talenten en probeert de talenten zo veel mogelijk publicaties en online presentatiemogelijkheden te bieden in alle participerende landen. Daarbij is het van belang om alle talenten zoveel mogelijk te promoten binnen en buiten hun eigen land en dat zowel voor een algemeen als een vakbekwaam publiek. Daarnaast is er sprake van nog twee plenaire activiteiten, namelijk een kennismakingsweekend aan het begin van het eerste jaar en een Montageweek aan het begin van het tweede jaar<sup>6</sup>. Als onderdeel van het programma hebben de schrijvers drie teksten geschreven die zijn vertaald door de vertalers. Alle activiteiten en onderdelen van het programma zijn erop gericht om de zes eerdergenoemde kloven te overbruggen en de talenten meer kansen en mogelijkheden te bieden binnen de Europese literaire markt. Per activiteit zijn echter ook concrete doelen en verwachte resultaten opgesteld die zijn opgenomen in de activiteitenindex van de projectomschrijving pagina 43 tot en met 66. Er is voor ieder jaar ook een specifieke lijst met gewenste resultaten opgesteld in de projectomschrijving (CELA 2017: 69-71).

---

<sup>6</sup> Naast deze twee activiteiten zou er in eerste instantie ook nog sprake van een afsluitend plenair ontmoetingsmoment. Dit ontmoetingsmoment is echter niet volledig plenair en vond plaats ten tijde van dit onderzoek. Deze activiteit zal dus ook niet worden meegenomen in deze analyse van project CELA.

## 5. CELA in de internationale literaire ruimte van Casanova

De theorie van Casanova geeft een helder beeld van de wisselwerking tussen dominante en gedomineerde literaire velden binnen de internationale literaire ruimte. De methode en strategie van CELA lijken in sommige aspecten te werken volgens het mechanisme dat Casanova beschrijft en op andere punten wordt er voor een radicaal andere inslag gekozen. Dit hoofdstuk geeft een analyse van de manier waarop CELA functioneert in, en ten opzichte van, de internationale literaire ruimte, zoals omschreven door Pascale Casanova. Deze analyse komt voort door de intenties en methodes van CELA als project neer te leggen naast de theorie van Casanova en uit te lichten waarin deze overeenkomen, van elkaar afwijken of zelfs botsen.

### 5.1. Internalisering en de tegenbeweging.

“The world of letters is a relatively unified space characterized by the opposition between the great national literary spaces, which are also the oldest – and accordingly, the best endowed – and those literary spaces that have more recently appeared and that are poor by comparison” (Casanova 2004: 83). Casanova omschrijft de internationale literaire ruimte als een spanningsveld waarbij de dominante, oudere spelers en velden zich in het centrum bevinden en waarbij de nieuwe en opkomende spelers zich verzamelen aan de rand, de periferie. De spelers in de periferie streven naar een betere positie binnen de internationale literaire ruimte. In hun zoektocht naar meer mogelijkheden, een betere positie en meer literair kapitaal, zijn ze gericht op het centrum waar dit alles zich in overvloed bevindt en waar consecratie plaatsvindt. Zoals besproken in het hoofdstuk ‘Theoretisch kader: Pascale Casanova en The World Republic of Letters’ noemde Fernanda Cabo Aseguinolaza dit op het centrum gerichte proces “internalisering”. Volgens Casanova zijn alle spelers binnen het veld altijd gericht op het hart van het centrum: de literaire hoofdstad Parijs.

In de projectomschrijving van CELA staat expliciet dat de Europese literaire markt in handen is van de grootmachten Engeland, Duitsland en Frankrijk en dat in deze markt het gevaar dreigt van hegemonie van de (Amerikaans) Engelse taal (CELA 2017: 11, 15). De nadrukkelijke focus op deze lingua franca duidt op een vermoeden dat de partners van CELA niet zozeer Parijs als centrum erkennen, maar zich aansluiten bij de kritiek van Günter Leypoldt, die stelt dat Casanova weigert in te zien dat de Franse dominantie is overgenomen door Engeland en de Verenigde Staten, waar Casanova in later werk met tegenzin aan heeft toegegeven. Het is hoe dan ook zichtbaar dat CELA een overheersend centrum van landen in Europa waarneemt, waar de kleinere taalgebieden niet gelijkwaardig mee kunnen concurreren. Het doel achter CELA is dan ook om Europa een meer gelijkwaardig literair veld te maken. CELA wordt

ingezet om een literaire infrastructuur te creëren en “aims to build a sustainable bridge to the international market for smaller language regions, to unlock their literary potential” (CELA 2017: 15). De focus van CELA ligt volledig op de kleine Europese taalgebieden die deelnemen aan het project: België, Nederland, Spanje, Italië, Portugal, Roemenië. CELA probeert voor het opkomend talent uit deze velden een netwerk op te bouwen, onderlinge vertalingen uit te brengen en hen vaardigheden mee te geven om zichzelf te promoten. CELA poogt dus niet om de positie van ieder van deze velden apart te verbeteren ten opzichte van de dominante velden, maar verenigt de kleine velden aan de marges van het centrum en stimuleert uitwisseling onderling. CELA maakt daarmee een andere beweging dan de internaliserende beweging richting het centrum en richting Parijs, die Casanova in haar theorie omschrijft. Het uiteindelijke doel van CELA, om een meer gelijkwaardig speelveld te creëren binnen de internationale literaire markt, duidt erop dat deze verzameling aan kleinere velden, als een eenheid of in ieder geval vanuit een meer stabiele positie, zich echter niet geheel wil afsluiten van de andere velden, maar dat er een marktproces voor ogen is waarbij de velden aan de marges meer invloed hebben om druk uit te oefenen binnen het veld en te kunnen concurreren met de grootmachten.

## 5.2. Spelen volgens de spelregels of juist niet

Terwijl Casanova suggereert dat alle deelnemers van het internationale literaire veld een internaliserende beweging maken, probeert CELA de landen met kleine Europese taalgebieden te bewapenen door circulatie binnen de periferie te stimuleren. Deze nieuwe beweging blijkt in praktijk echter niet eenvoudig in te zetten. Alle landen waar CELA zich op focust zijn namelijk al langere of kortere tijd onderdeel van de internationale literaire ruimte. Ze hebben aldus binnen deze internationale literaire ruimte, in de termen van Casanova, hun eigen dynamiek en machtsverhouding ten opzichte van elkaar en alle andere landen waar ze op anticiperen. CELA moet omgaan met deze dynamiek, maar desondanks een nieuwe beweging in werking stellen. Aan de hand van een drietal voorbeelden uit de praktijk zal worden aangetoond dat dit niet zo eenvoudig is.

### Boekenbeurzen

Het eerste voorbeeld betreft CELA's aanwezigheid op enkele internationale boekenbeurzen. Uit de interviews met Roos Muis en Noortje Kessels komt naar voren dat CELA aanwezig was op de Frankfurter Buchmesse in Duitsland, Pisa Bookfestival in Italië en op Bookfest in Roemenië. Op deze beurzen zijn niet alleen de landen aanwezig die deelnemen aan CELA, maar ook allerlei vertegenwoordigers van daar buiten liggende literaire velden. Zowel Kessels als Muis bevestigen dat de Frankfurter Buchmesse de

minst succesvolle beurs was voor CELA. De Frankfurter Buchmesse vindt plaats in Duitsland en wordt door Porter Anderson in zijn artikel 'Frankfurt's Juergen Boos on the International Book Industry: It's Always Changing' omschreven als een van de grootste boekenbeurzen in de wereld. De rest van Andersons opsomming met grote boekenbeurzen bestaat onder andere uit de London Book Fair en de Leipzig Book Fair<sup>7</sup>. Vanuit het oogpunt van Casanova is het niet voor niets dat de invloedrijke beurzen die Anderson noemt allemaal plaatsvinden in de dominantere literaire velden. De kern van de handel en consecratie vindt volgens Casanova immers plaats in het dominante hart van de internationale literaire ruimte (Casanova 2004: 24). CELA had volgens Kessels en Muis veel minder succes op de beurs in Duitsland, dan op de beurzen in de twee kleinere literaire velden. Muis omschrijft in haar interview dat het probleem voor CELA op de Frankfurter Buchmesse vooral bestond uit het feit dat dit project, in tegenstelling tot de andere aanwezigen op de beurs, niet probeerde om uitgeef- en vertaalrechten te kopen of verkrijgen. Oftewel, CELA bood een concept aan waar de aanwezigen onbekend en onvertrouwd mee waren en daardoor geen behoefte aan hadden. Muis omschrijft ook dat op de kleinere beurs, Pisa Bookfestival, veel meer actoren aanwezig waren die direct betrokken waren bij de dynamiek van desbetreffend literair veld en dat daar dus veel meer mensen belangen hadden bij project CELA. Kessels geeft in haar interview aan dat een toekomstige editie van CELA mogelijk meer focus zal leggen op kleine boekenbeurzen omdat hier makkelijker directe contacten kunnen worden gelegd. Bovendien is CELA als project minder zichtbaar en interessant op de grote beurzen, waardoor een stand daar niet rendabel is. Dit voorbeeld toont aan dat CELA als nieuwe speler, met een uniek en ander doel, niet op dezelfde manier kan functioneren als de andere actoren binnen de internationale literaire ruimte, waar alle landen, inclusief de deelnemende CELA-landen, nog steeds die internaliserende beweging maken.

### De tweestrijd van de Engelse taal

Het tweede voorbeeld betreft de taal van de promotie van het project. Roos Muis erkent in haar interview dat hier een contradictie in bestaat. Zowel de website, als de Facebook-, Twitter- en Instagramaccounts gebruiken Engels als voertaal. Muis omschrijft dat de waarde die CELA hecht aan vertaling hiermee tot op zekere hoogte in het geding komt vanuit praktische overwegingen. Engels is volgens haar toch de meest toegankelijke taal om alle deelnemende landen en ook andere Europese landen aan te spreken met haar promotie. Het veelvoudig gebruik van de Engelse taal toont aan dat zelfs dit project de dominante positie van deze lingua franca niet kan ontkennen en hierop moet anticiperen. Het argument zou nog opgeworpen kunnen worden dat CELA's gebruik van het Engels als voertaal niet

---

<sup>7</sup> Anderson noemt in dit rijtje ook nog de Bologna Children's Book Fair, deze vindt plaats in Italië maar wordt in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten omdat de kinderliteratuur als een geheel eigen literair subveld gezien kan worden en aldus niet relevant is voor dit onderzoek.

het belang van deze taal binnen de internationale literaire ruimte aantoonst en juist kenmerkt dat CELA niet alleen verbonden is aan de internationale literaire ruimte, maar ook aan de verschillende politieke en economische velden van de verschillende deelnemende landen. Engels is, zoals Muis aangaf in haar interview, nu eenmaal de meest praktische taal om met haar promotie een grote doelgroep te bereiken. Dit argument sluit echter naadloos aan bij Casanova's statement over de dubbele rol van taal. Taal is volgens haar het middel van literatuur maar het is ook altijd op praktische wijze verbonden aan de politiek en economie van de verschillende landen (Casanova 2004: 34). Engels wordt in Europa gebruikt als voertaal in verschillende sectoren. Taal vervult deze rol en dit heeft onvermijdelijk effect in de internationale literaire ruimte, waar taal nu eenmaal het middel van productie is.

#### Internationaal gericht op de marges, lokaal gericht op het centrum

In CELA's poging om de grenzen tussen de participerende landen te overbruggen is een van de kloven de aangewezen kloven, de kloof tussen het talenten en de literaire industrie van de verschillende landen. De talenten hebben geen kennis van de ontwikkelingen binnen de verschillende literaire velden en kunnen hier niet op anticiperen. Daarnaast zijn de talenten nog onbekend in deze andere velden en moeten ze zichtbaarheid vergaren door contacten op te doen en hun netwerk uit te breiden. Ze moeten zoeken naar erkenning bij de instituties die op dat moment gerenommeerd zijn binnen het veld, zoals eigenlijk elke nieuwe schrijver of vertaler binnen een veld dat probeert. CELA moet, met de partners van desbetreffende landen als medium, de opkomende talenten helpen dit te bewerkstelligen. Daarbij beweegt CELA zich op dit nationale level dus niet langs de marges, maar ligt de focus op het centrum van ieder deelnemend literair veld. Door de talenten concrete handvatten te bieden bij gerenommeerde instanties kan op de meest effectieve manier uitwisseling plaatsvinden. CELA participeert op nationaal level dus wel in de machtsstrijd die Casanova omschrijft, omdat dit de enige manier is om verschil te kunnen maken in de marges op internationaal level.

### 5.3. De strijd om het literair kapitaal: moderniteit als kantelpunt

De gedomineerde literaire velden binnen de literaire ruimte bezitten minder literair kapitaal; ze hebben onder andere minder oudere teksten en hun taal krijgt weinig prestige toegekend. Dit gebrek aan literair kapitaal komt volgens Casanova voort uit de ontwikkeling en geschiedenis van de staat, die ervoor zorgt dat een land meer of minder literaire productiemiddelen heeft (Casanova 2004: 83). De opkomende talenten van deze landen hebben hierdoor minder mogelijkheden en middelen om zichzelf te ontwikkelen en daarmee literair kapitaal voor zichzelf en hun land te vergaren. Deze cyclus houdt zichzelf



uiteraard in stand. Meer productiemiddelen creëren voor een land is enkel mogelijk op een hele lange termijn en vereist ook financiële investeringen. CELA wordt ingezet om de opkomende talenten uit het project daarin tegemoet te komen door kansen voor hen te creëren en ze te helpen zichzelf te ontwikkelen. Een van de problemen die CELA dient tegen te gaan is dan ook de kloof tussen het literair onderwijs en de beroepspraktijk. Als er al onderwijs is in de deelnemende velden, dan is het voor het opkomend talent daarna nog steeds heel moeilijk om aan de slag te gaan in de beroepspraktijk. Dit blijkt ook uit de enquête die is afgenomen onder de deelnemers, zie het hoofdstuk 'CELA in de Praktijk'. CELA moet de opkomende talenten meer handvaten bieden waarmee ze (op meer diverse wijze) aan de slag kunnen in de praktijk van hun beroep.

CELA biedt de opkomende talenten verschillende cursussen en workshops aan waarmee ze zichzelf kunnen ontwikkelen op artistiek, praktisch en commercieel gebied. Daarbij ligt de focus dus op het ontwikkelen van vaardigheden die talenten vandaag de dag toepasselijk zijn. Voorbeelden van deze vaardigheden zijn onder andere podiumpresentatie, *personal marketing*, didactiek maar in het geval van de schrijvers ook vaardigheden zoals *screenwriting* en *transmedia storytelling*. Dit zijn vaardigheden die specifiek relevant lijken naar aanleiding van hedendaagse ontwikkelingen. Jim Collins beschrijft in zijn boek *Bring on the Books for Everybody: How Literary Culture Became Popular Culture* hoe literatuur en de leescultuur zijn veranderd sinds het einde van de twintigste eeuw. Hij noemt daarbij dat digitalisering en globalisering niet maken dat literatuur met nieuwe media moet concurreren, zoals het misschien wel lijkt in eerste instantie, maar hij stelt dat er vooral coöperatie ontstaat tussen de twee. Hij merkt op dat nieuwe vormen van literatuur die samensmelten met andere media, ook een nieuw publiek aantrekken dat zich op een andere manier tot literatuur verhoudt (Collins 2010: 17). CELA anticipeert op deze moderne ontwikkelingen. In de doelstellingen wordt omschreven dat “we specifically integrate the digital opportunities for literature, new ways of creating revenue and the employability of the participants” (CELA 2017: 5). Daarnaast wordt er in CELA over het algemeen aandacht besteed aan de moderne ontwikkelingen in de literaire markt doordat een van de problemen waar het project zich op concentreert de kloof tussen de productieketting en de productiecyclus is. CELA is erop gericht om bewustwording te creëren van deze moderne veranderingen en de talenten aan te moedigen hierop te anticiperen. Al deze maatregelen die erop gericht zijn de talenten zoveel mogelijk te laten inspelen op moderne ontwikkelingen sluiten aan bij Casanova’s ideeën over “moderniteit”. Volgens Casanova is moderniteit, vernieuwing, het middel waarmee de heersende dynamiek in de internationale literaire ruimte. Casanova is daarin niet specifiek over wat moderniteit exact inhoudt maar ze omschrijft het als “to appeal to a still more present present, as yet unknown, which thus becomes the newest certified present” (Casanova 2004: 91). As nieuwkomers een kans willen maken binnen de internationale literaire

ruimte zijn ze volgens haar daarin afhankelijk van “their familiarity with the most recent innovations in form and technique” (Casanova: 2004: 91).

CELA moet bewustzijn creëren over moderne ontwikkelingen en opkomend talent voorzien van nieuwe vaardigheden. De vraag rijst echter of het voor kleine Europese taalgebieden met weinig productiemiddelen ooit wel mogelijk is om de dominante velden daarin voorbij te streven of zelfs maar te evenaren. Net zoals de verdeling van literair kapitaal zijn oorsprong kent in de nationale ontwikkelingen van een land, hangt de potentie van kleine spelers in het literaire veld sterk samen met middelen en technologie die de staat te bieden heeft. De dominante velden hebben veel meer middelen en mogelijkheden om dergelijke ontwikkelingen te onderzoeken en uit te proberen dan de gedomineerde velden. Een gelijkwaardige of concurrerende positie vergaren door middel van het achterna jagen van moderne ontwikkelingen is daardoor niet zo eenvoudig en een uitermate lang proces. Jim Collins maakte echter al het punt dat moderne ontwikkelingen een hoop veranderingen teweegbrengen, niet alleen in de vorm en structuur van literatuur maar ook in het soort publiek en de betekenis die het publiek toekent aan de literatuur. Er ontstaat dus op allerlei vlakken beweging in het literaire veld. Ook voor de dominante velden betekent dit dat ze moeten meebewegen en herpositioneren. Kleine literaire velden hebben misschien minder kansen om daarop te anticiperen dan de dominante velden, maar Casanova lijkt wel gelijk te hebben als ze zegt dat moderne ontwikkelingen een venster van kansen bieden waar alle literaire velden op moeten anticiperen om positie te vergaren of behouden (Casanova 2004: 91).

#### 5.4. Opkomend talent: moderniteit

CELA is bovenal een “sustainable, European, literary talent development programme” (CELA 2017: 44). De opkomende schrijvers, vertalers en literaire professionals zijn zowel het middel als het doel van het programma. De missie achter CELA is om hen te helpen zich te ontwikkelen en ze de middelen te bieden om te participeren in de internationale literaire markt. Daarmee pogen ze echter gelijk verandering te brengen in deze markt en een meer gelijkwaardig speelveld te creëren, waar de nieuwe opkomende talenten weer baat bij hebben, zo benadrukt Noortje Kessels ook in haar interview, te vinden in de bijlage. In alle principes en strategieën waar CELA zich op baseert, staat deze groep van internationaal onbekend en opkomend talent centraal.

Het gedachtegoed en de theorie van Casanova lijkt vanuit een tegenovergesteld perspectief te zijn geformuleerd dan deze principes van CELA. In *The World Republic of Letters* legt Casanova niet alleen de nadruk op de positie en bewegingen van dominante literaire velden, maar noemt ze ook vaak de ontwikkeling van grote internationale literaire schrijvers als casus. Samuel Beckett, James Joyce, Franz

Kafka en Gustave Flaubert zijn enkele namen van auteurs wier positie en ontwikkeling binnen de internationale literaire ruimte besproken worden door Casanova. Zelfs als ze aandacht besteedt aan Ierland als voorbeeld van de ontwikkeling van een klein literair veld, zoals besproken in het hoofdstuk 'Theoretisch kader: Pascale Casanova en The World Republic of Letters', doet ze dat aan de hand van de positionering van Beckett en Joyce. Het vertrekpunt van Casanova's perspectief is altijd vanuit de grote velden en de grote literaire namen, terwijl CELA deze beweging andersom maakt en altijd redeneert vanuit kleine gebieden maar vooral ook vanuit opkomende talenten.

De aandacht gaat bij CELA dus naar de ontwikkeling van jong talent, ongeacht hun literaire discipline. Juist de connecties tussen de verschillende disciplines worden sterk gestimuleerd vanuit het project:

Connections only last when they are based on working together. Therefore, connecting writers and their work to translators is essential for international presentation and sustainability. Support from organisations and well-known persons is necessary to receive introductions to the international literary market. (CELA 2017: 26)

Daarnaast ligt er binnen het project nadruk op wat een generatie aan opkomende, nieuwe makers het literaire veld samen te bieden heeft:

A generation that has grown up with the ability to exert influence through co-creating and open source programmes in the digital world will not understand why this possibility does not exist in other areas. (CELA 2017: 19)

In dit citaat wordt beargumenteerd dat een generatie makers die is opgegroeid met moderne ontwikkelingen veel meer de capaciteit en behoefte heeft om deze te omarmen en door te voeren in het literaire veld. De keuze om CELA expliciet te richten op opkomend talent is impliciet een keuze voor een connectie met moderniteit. Een nieuwe generatie van opkomend talent draagt de stem en de kennis van nieuwe ontwikkelingen in zich, op zowel artistiek, technisch als maatschappelijk niveau. Zoals besproken, biedt moderniteit volgens Casanova een venster aan kansen en potentie binnen de internationale literaire ruimte (Casanova 2004: 91). Eerder kwam de vraag naar boven of het wel mogelijk is voor kleine Europese taalgebieden om moderniteit te claimen ten opzichte van de dominante taalgebieden die daar veel meer productiegoederen, (literair) kapitaal en kansen toe hebben. De impliciete focus op moderniteit die CELA bezit vanuit het concept zelf, gezamenlijk met de focus op het aanleren en anticiperen op moderne technologieën en ontwikkelingen dat in de vorige paragraaf ter sprake kwam, biedt een nieuw perspectief als antwoord op deze vraag en is in ieder geval iets hoopvoller dan in eerste instantie leek.

## 5.5. De rol van vertaling

In Casanova *La Langue mondiale. Traduction et domination* benadrukt Casanova het belang van vertalingen en de rol van talen in de machtsstrijd binnen de internationale literaire ruimte. Zoals wordt besproken in het theoretisch kader zou een algemene wereldtaal volgens Casanova ervoor zorgen dat er steeds meer literatuur in deze taal geproduceerd wordt waardoor een groot deel van de strijd tussen de verschillende literaire velden verloren gaat. Vertalingen werken als een consecrerend middel en dit moet volgens haar blijven voortbestaan om de internationale literaire ruimte dynamisch te houden (Casanova 2016: 15-16). Charles Forsdick omschrijft in 'World-literature in French: monolingualism, Francopolyphonie and the dynamics of translation' dat volgens Casanova het proces van vertaling als het ware de reproductie en representatie is van de machtsstrijd en dynamiek die woedt in de internationale literaire ruimte (Forsdick 2018: 52).

In dit geval zijn CELA en Casanova het eens over het gevaar van een overheersende taal. Zowel CELA als Casanova hebben een internationale literaire ruimte voor ogen waarbinnen handel en strijd plaatsvindt. CELA wijst net als Casanova het de productie van vertalingen aan als een noodzakelijk goed voor de internationale handel in literatuur (CELA 2017: 22). Vanuit het project wordt dan ook evenveel geïnvesteerd in opkomende literaire vertalers, als in schrijvers, om zo een poging te doen een meer gelijkwaardige internationale literaire ruimte te creëren. Waar Casanova vooral gefocust is op het stimuleren van de marktwerking in de internationale literaire ruimte, wordt vanuit CELA vooral ook het belang van het behoud van de individuele waarde van kleine Europese talen erkend. CELA gebruikt vertalingen in alle deelnemende talen om de talenten van het project te representeren binnen de verschillende literaire velden. Door vertaalde teksten te produceren kunnen actoren van de literaire velden zich verzekeren van de kwaliteit van de opkomende talenten. Hier dient de vertaling dus niet als consecratie, maar meer als middel tot eventuele consecratie. Daarnaast benadrukt CELA dat het van belang is dat het publiek uit de verschillende literaire velden in contact kan komen met de ideeën en werken van opkomend literair talent uit het buitenland. Vertalingen vervullen hierbij een sleutelrol.

## 5.6. Inclusie en exclusie

Uit het interview met Noortje Kessels blijkt dat de selectie van de deelnemende CELA-landen in deze eerste versie van het project voornamelijk afhankelijk was van de partners waar De Nieuwe Oost | Wintertuin in contact mee kon komen. Er is voorafgaand aan het opstartproces niet vastgelegd welke landen per definitie deel zouden nemen aan het project. Kessels geeft aan dat er een in eerdere versie van het project een grote focus lag op het belang Zuid-Europese taalgebieden en dat pas later in het

proces wijzigde zodat er een meer algemene Europese instelling was. Deze ontwikkelingen hebben waarschijnlijk invloed gehad op de selectie van de deelnemende partners, volgens Kessels. Welke kleine Europese taalgebieden er echter uiteindelijk betrokken zijn, is volgens Kessels geheel afhankelijk van connecties tussen de verschillende partners en van toeval. De partners hebben vervolgens de deelnemende schrijvers, vertalers en literaire professionals uit hun land geselecteerd aan de hand van de selectiecriteria die zijn opgenomen in de bijlage van de CELA-projectomschrijving. Alle keuzes die zijn gemaakt met betrekking tot selectie en inclusie zijn voortgekomen van binnenuit het project en gebaseerd op contacten en connecties onderling.<sup>8</sup> Vanuit de connecties en zoektocht van Wintertuin zijn de partners geselecteerd – en de deelnemers zijn geselecteerd vanuit de partners, onder voorbehoud van de criteria.

Het uiteindelijke doel achter CELA is om een meer gelijkwaardige internationale literaire ruimte te creëren waarin ook kleine Europese taalgebieden beter kunnen participeren. De focus van CELA ligt bij de deelnemende kleine taalgebieden en deelnemende, opkomende talenten en op de uitwisseling onderling. Door circulatie en uitwisseling tussen deze taalgebieden vergaren deze landen een betere positie binnen de internationale literaire ruimte. Dit is op lange termijn profijtelijk voor alle kleine literaire taalgebieden in Europa. Op korte termijn is het echter voornamelijk profijtelijk voor de deelnemende landen en talenten. Met de huidige vorm en middelen van CELA kan worden gesteld dat het onmogelijk is om alle, of meer, kleine Europese taalgebieden in het project op te nemen. Het zou dus niet terecht zijn om dit te verwachten. Wel moet expliciet worden opgemerkt dat een focus op deze specifieke landen gevolgen kan hebben. Samenwerkingsverbanden en connecties tussen deze landen maken dat deze literaire velden dichter naar elkaar toe kunnen groeien, wat wel degelijk nadelig is voor landen die niet deelnemen aan het project. Vanuit de theorie van Casanova is strijd en uitwisseling altijd noodzakelijk en kan niet elke deelnemer in de internationale literaire ruimte gelijk zijn, omdat deze is gebaseerd op strijd en hiërarchie (Casanova 2004: 12). Het is onmogelijk voor CELA om te voorkomen dat er ongelijkheid blijft. Het is wel mogelijk om in een volgende editie te overwegen welke literaire velden nu echt bijzonder groot belang hebben bij participatie in een dergelijk project. Daarnaast kan er met de selectie van de opkomende talenten eventueel worden overwogen om een open inschrijving te laten plaatsvinden. Zo zijn er meer mogelijkheden voor geïnteresseerden, die geen directe connecties hebben met de partners van het project, om ook te kunnen participeren aan CELA.

---

<sup>8</sup> Een kleine nuance moet worden aangebracht op deze uitspraak. Aangezien dit de eerste editie van het project was, kende CELA nog geen naamsbekendheid en uit het interview met Noortje Kessels blijkt dat het al moeilijk genoeg was om de huidige zeven partners bij elkaar te krijgen, waardoor een open aanmeldingssysteem wat betreft partners hoogstwaarschijnlijk weinig resultaten zou hebben opgeleverd.

## 5.7. Een unieke positie

CELA neemt een unieke positie in binnen de internationale ruimte doordat het als project niet gedwongen is om op dezelfde wijze deel te nemen aan de machtsstrijd die volgens Casanova constant gaande is in de internationale literaire ruimte. De verschillende kleine Europese taalgebieden zijn individueel allemaal gedwongen om zich te richten op de concurrentie met de grote literaire velden. Ze zijn afhankelijk van deze dominante velden omdat deze meer literaire productiemiddelen hebben en meer literair kapitaal, waardoor zij de mogelijkheden tot consecratie in bezitten. CELA maakt dus niet de internaliserende beweging die Casanova beschrijft maar richt zich op de kleine literaire velden in de periferie van de internationale literaire ruimte. CELA stimuleert opkomend talent uit deze verschillende literaire velden om zichzelf te ontwikkelen op artistiek en professioneel niveau en biedt ze de middelen om zichzelf te presenteren in de andere deelnemende kleine literaire velden. Op deze manier stimuleert het project niet alleen de opkomende talenten, maar ook de handel tussen de verschillende kleine literaire velden. Zo kunnen de kleine literaire velden potentieel meer literair kapitaal vergaren en gezamenlijk een betere positie voor zichzelf binnen de internationale literaire ruimte claimen. Zowel CELA en Casanova erkennen namelijk het gevaar van de van een te sterk overheersende taal en aldus een te sterk overheersend taalgebied. Met het verlies van de verschillende talen ontbreekt er een middel tot consecratie en daarmee raakt de onderlinge handel- en machtsdynamiek verloren.

CELA poogt vertaling in te zetten om meer handel tussen de kleine taalgebieden te creëren en meer connecties tussen het literair publiek uit kleine Europese taalgebieden en het opkomend talent uit het buitenland te laten ontstaan. Volgens Casanova is moderniteit het middel om het tij te keren voor de kleine literaire velden. De opkomst van nieuwe technologie en nieuwe ontwikkelingen maken dat het hele internationale literaire veld zich moet heroriënteren en wanneer een klein literair veld zich meester maakt van deze ontwikkeling, alleen dan kan het zichzelf naar de voorgrond schuiven.

CELA als project wordt ingezet om opkomende talenten kennis en vaardigheden te bieden omtrent moderne technologie en trends. De keuze om een talentontwikkelingstraject te initiëren is echter al net zo sterk een keuze voor moderne, nieuwe ontwikkelingen als de keuze om hierin te onderwijzen. Volgens CELA belichaamt de nieuwe generatie makers deze moderniteit en moeten de actoren in het veld zich veel meer aanpassen dan de talenten zelf. Een nieuwe generatie opkomend talent krijgt door hun participatie in CELA kansen en mogelijkheden om zichzelf te profileren binnen de internationale literaire ruimte. Hun ontwikkelingen en successen reflecteren weer op de groei van de kleine literaire velden waar ze vandaan komen. Deze literaire velden floreren dan beter in de internationale literaire ruimte en dit biedt weer meer mogelijkheden voor de daaropvolgende generatie opkomend talent. Dit is de cyclus die CELA hoopt in gang te zetten, zodat kleine Europese taalgebieden een betere positie kunnen vergaren binnen de internationale literaire ruimte. CELA als project is op dit

moment gesloten; deelname van talenten en partners wordt van binnenuit vastgelegd. Het onmogelijk is om ieder literair veld te laten deelnemen in het project maar er kan wel gekozen worden om in de toekomst specifiek te kijken naar welke landen worden toegelaten. Daarnaast zou het programma wel eens beter een vrijere markt kunnen stimuleren door een vrijere toegang tot deelname aan het project toe te staan.

## 6. Impact: het overbruggen van kloven

Zoals besproken in het hoofdstuk 'Context: CELA' is CELA als project erop gericht om de zes, door de partners aangewezen, kloven te overbruggen om de internationale literaire ruimte meer toegankelijk te maken voor opkomende talenten uit kleine Europese taalggebieden. In dit hoofdstuk wordt de impact van het project onderzocht door te achterhalen in hoeverre het CELA is gelukt om deze kloven daadwerkelijk te overbruggen. CELA heeft directe impact op de deelnemers en op het literair publiek. Onder deze groep zijn daarom enquêtes en interviews afgenomen. Er wordt in dit hoofdstuk per kloof naar de resultaten van het project kijken. Dit doen we door voor iedere kloof een hoofdvraag op te stellen en deze te beantwoorden aan de hand van deelvragen.

Per kloof is de volgende hoofdvraag gesteld:

- A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie:** Hebben de talenten duurzame relaties opgebouwd met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende nationale literaire velden van de participerende landen?
- B) De kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk:** Hebben de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden opgedaan om op een diverse wijze beter aan de slag te kunnen binnen de beroepspraktijk van hun vak?
- C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt:** Heeft CELA meer mogelijkheden gecreëerd voor de talenten om op internationaal niveau te participeren in de literaire markt?
- D) Een gebrek aan een internationaal netwerk:** Hebben talenten hun professionele netwerk uitgebreid over lands-/discipline-/taalgrenzen heen?
- E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek:** Heeft CELA ervoor gezorgd dat er betere/meer connecties zijn tussen de artiesten en het internationale literaire publiek?
- F) Van productieketting naar productiecycclus:** Welke kennis, vaardigheden, kansen, connecties en ervaringen hebben de talenten verkregen als onderdeel van CELA waardoor ze beter kunnen anticiperen op en participeren in de veranderende internationale literaire ruimte?

De informatie waar dit onderzoek op berust, is voortgekomen uit enquêtes en interviews. De enquête is verstuurd naar de achttien deelnemende schrijvers van CELA waarvan veertien de enquête hebben ingevuld. Van de vierentwintig participerende vertalers hebben veertien de enquête ingevuld. Van de zes literaire professionals hebben vier de enquête ingevuld en van de zeven partners hebben ook vier de enquête ingevuld. De publieksenquête was openlijk toegankelijk en is door achttien personen ingevuld, van deze groep is minstens één persoon afkomstig uit ieder



van de CELA-landen.<sup>9</sup> De informatie uit deze enquêtes is vervolgens verwerkt in een uitgebreid verslag 'Overbruggen: Een praktisch onderzoek naar de resultaten en impact van CELA' dat is opgenomen in de bijlage. Dit hoofdstuk is een samenvatting van het verslag dat in de bijlage gevonden kan worden. Het verslag onderzoekt exact dezelfde kloven en stelt dezelfde vragen, maar de antwoorden zijn uitgebreider en er wordt een breder scala aan onderwerpen besproken. Verwijzingen naar, en voetnoten over, de exacte antwoorden die zijn gegeven in de enquête, kunnen worden nageslagen in de bijlage en zullen niet genoemd worden in deze samenvatting. Deze samenvatting geeft alleen de resultaten weer die specifiek van belang zijn voor dit onderzoek. Deelhoofdstuk F heeft in het verslag een samenvattende functie. In dit hoofdstuk zal deelhoofdstuk F dus ook dienen als samenvatting en conclusie.

#### A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie.

Binnen de verschillende literaire velden heeft zich een trend ontwikkeld waardoor verschillende instituties, met name uitgevers, het niet aandurven om met onbekend, opkomend talent uit andere landen in zee te gaan, laat staan deze te publiceren, zie het hoofdstuk 'Context: CELA' voor een beschrijving van deze ontwikkelingen. CELA wil proberen om deze trend tegen te gaan door opkomende talenten uit verschillende kleine Europese taalgebieden te introduceren in de participerende literaire velden zodat ze naamsbekendheid vergaren en er een minder groot risico wordt ervaren door de verschillende instituties in deze velden. In dit deelhoofdstuk wordt geprobeerd om te achterhalen of de opkomende CELA-talenten duurzame relaties hebben opgebouwd met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende nationale literaire velden die participeren in CELA. Dit wordt gedaan door te onderzoeken of de talenten meer contacten hebben vergaard binnen het literaire veld van andere deelnemende landen, voornamelijk binnen de uitgeefindustrie. Daarnaast wordt er bekeken of CELA het investeren in internationaal opkomend talent meer toegankelijk heeft gemaakt voor uitgevers. Hierbij is ook oog voor het duurzame aspect, dat wordt onderzocht met de vraag of er al concrete, duurzame resultaten zijn voortgekomen uit het door CELA opgebouwde contact tussen de talenten in de verschillende velden.

#### Nieuwe contacten:

---

<sup>9</sup> In het verslag in de bijlage wordt een toelichting gegeven over de nationaliteiten van de verschillende participanten van de publieksenquête.

CELA is ingericht om verschillende momenten te creëren waarop de talenten kennis konden maken met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende literaire velden. De voornaamste daarvan waren de *Festival Tour* voor alle deelnemers en de specialisatiecursussen (voor schrijvers), de *masterclasses* (voor vertalers) en de schaduwweek (voor literaire professionals). Zowel de schrijvers, vertalers, als literaire professionals lijken er niet echt van overtuigd dat de *Festival Tour* het juiste moment was om contacten te verkrijgen binnen het literaire veld. Van de schrijvers geeft 35,7% aan ervan overtuigd te zijn dat ze door de *Festival Tour* meer zichtbaar zijn geworden binnen het literaire veld van de betreffende landen. 42,9% is neutraal en de rest, 21,4%, is negatief. Uit de toelichting bleek dat deze ervaring echter sterk verschilde per festival en dat de talenten veelal vooral publiek hebben gesproken. De literaire professionals die ze ontmoet hebben bleken daarnaast voornamelijk onderdeel te zijn van de festivalproductie. De vertalers geven exact dezelfde toelichting en slechts 15,4% van hen is overtuigd dat ze door de festivaltour meer zichtbaarheid hebben vergaard binnen het literaire veld. Van de 4 literaire professionals is er slecht 1 die aangeeft tijdens de festivaltour nieuwe contacten te hebben opgedaan. Deze persoon geeft echter wel gelijk aan meer dan 20 nieuwe professionals te hebben ontmoet, voornamelijk Spaanse schrijvers en journalisten.

De schrijvers hebben verschillende specialisatiecursussen gevolgd en de professionele contacten die daaraan zijn overgehouden verschillen per cursus. De deelnemers van de specialisatiecursus *Writing Didactics* geven aan geen professionals uit het literaire veld te hebben ontmoet, zeker geen uitgevers, wel enkele beroepsdocenten en een aantal studenten. De deelnemers van de cursus *Screenwriting* hebben slechts enkele lokale professionals uit de filmindustrie ontmoet, de deelnemers van de cursus *Transmedia Storytelling* geven aan wel literaire professionals te hebben ontmoet, maar deze behoren grotendeels tot de partnerorganisatie De Nieuwe Oost | Wintertuin. Zowel deelnemers van de specialisatiecursus *Visibility* als die van *Personal Marketing* geven aan dat zij wel verschillende uitgevers en literaire professionals hebben ontmoet.

De vertalers geven aan dat ze tijdens hun eerste masterclass kennis hebben gemaakt met de vertegenwoordigers van *Babel: Review of Translation* en enkele andere literaire professionals. Tijdens de tweede masterclass hebben ze verschillende literaire professionals ontmoet, sommigen waren hun docenten en sommigen waren onderdeel van De Nieuwe Oost | Wintertuin. Hierbij moet onthouden worden dat het voor vertalers alleen interessant is om een netwerk op te bouwen in de literaire velden van hun bron/doeltalen. De eerste masterclass vond plaats in Pisa en de tweede in Utrecht. Omtrent het vergaren van contacten was dat dus meer interessant voor vertalers met connecties met deze landen. In de vraag om hun nieuwe netwerk te omschrijven, geven de vertalers expliciet aan dat ze graag meer contact hadden gelegd met uitgevers binnen de literaire velden die voor hen relevant zijn.

De literaire professionals hebben gemiddeld 15 nieuwe contacten opgedaan tijdens hun schaduwweek, maar het aantal contacten verschilt per ervaring van 2 tot 35. Van de literaire professionals geeft 75% aan dat ze niet alleen werknemers van de partnerorganisatie hebben ontmoet, maar ook literaire professionals van andere instituties zoals uitgevers en editors.

#### Mogelijkheden tot investeren in internationaal opkomend talent:

Als onderdeel van hun deelname aan CELA hebben de participerende schrijvers drie teksten geschreven die in alle talen van de betrokken landen zijn vertaald door de deelnemende vertalers. Roos Muis omschrijft in haar interview dat een tekst per schrijver de vorm heeft gekregen van een brochure. Zoals Muis het omschrijft dient de brochure als een soort proeftekst. De tekst is in alle deelnemende talen vertaald door een vertaler uit het project stelt daarmee dus zo. Doordat het in alle deelnemende talen leesbaar is, kunnen de uitgevers en andere literaire professionals zich op deze manier verzekeren van de kwaliteit en potentie van de talenten. Procentueel gezien ziet 78,6% van de schrijvers deze brochure als nuttig promotiemateriaal, de rest is neutraal. Bij de vertalers ziet 75,9% de brochures als een goed promotiemiddel, maar sommigen noemen in de toelichting dat meer van de brochures daadwerkelijk bij uitgevers terecht zouden moeten komen dan tot dusver het geval is geweest. In verband met deze uitspraak is het interessant dat slechts 50% van de partners aangeeft de brochures actief in te hebben gezet, of van plan is om in te gaan zetten, en op deze wijze CELA-deelnemers te promoten binnen hun literaire veld. Slechts 50% van de partners is dan ook tevreden over het eindproduct van de brochures. In de toelichting wordt aangegeven dat ze nuttig zijn, maar tegelijkertijd hun doel voorbijschieten. Dit zit vooral in de verhouding tussen de hoeveelheid brochures en de kosten die zijn gemaakt, of dat ze kleine typografische fouten bevatten.

#### Concrete, duurzame resultaten:

Uit de professionele contacten die zijn opgebouwd door middel van CELA zijn tot dusver twee uitgeef- en vertaalcontracten gekomen. Noortje Kessels noemt in haar interview dat Lotte Lentjes in Spanje een uitgeefcontract heeft gekregen bij Lengua de Trapo voor *De jongen, het stof* en dat de CELA-vertaler Irene de la Torre, die haar werk voor de brochures had vertaald, de vertaalrechten heeft gekregen. Daarnaast heeft Joost Oomen in Italië een contract gekregen bij Tunué voor *De zon als hij valt* en de vertaalrechten gaan naar Antonio de Sortis. Kessels geeft aan dat er meerdere processen lopen over eventuele uitgeefcontracten. Zolang deze echter nog niet bevestigd zijn, worden de deelnemers niet bij

naam genoemd. Wel kan bevestigd worden dat uit de enquête tweemaal naar voren komt dat een schrijver actief bezig met overleg rondom een uitgeefcontract.

Naast uitgeefdeals noemen de schrijvers nog andere opdrachten en kansen die zijn ontstaan binnen het literaire veld van andere landen door hun deelnemen aan CELA: een schrijver mag een workshop gaan geven, een andere schrijver is ingeschakeld voor het geven van lezingen en weer een ander mag deelnemen aan een literair festival. De vertalers geven ook aan dat er verschillende opdrachten en kansen zijn aangeboden naar aanleiding van hun deelname aan CELA: tweemaal wordt de mogelijkheid tot vertaalrechten van een literair werk genoemd, vier vertalers hebben hun werk kunnen publiceren in een relevant tijdschrift en een vertaler geeft aan deel te mogen nemen aan een vertaalproject bij een gerenommeerde uitgever.

Deze concrete resultaten lijken goede hoop te bieden voor duurzame relatie tussen enkele CELA-talenten bij bepaalde instanties uit andere literaire velden, maar bieden geen garantie. Verder onderzoek is nodig om daadwerkelijk de duurzaamheid van deze opkomende relaties te bevestigen. Een relevante toevoeging is wel dat zowel 75% van de partners, als 75% van de literaire professionals zichzelf in de positie acht om in de toekomst een aantal CELA-talenten verder te helpen in hun carrière en hen verder te introduceren binnen hun literaire veld.

#### Conclusie deelhoofdstuk A:

Het is CELA's doel om de opkomende talenten duurzame relaties te laten opbouwen met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende nationale literaire velden die participeren in CELA. Het lijkt erop dat alle talenten contacten hebben opgedaan binnen de verschillende literaire velden die ze hebben bezocht, maar dat de *Festival Tour* niet voor dit doeleinde geschikt is. De schaduwweken voor de literaire professionals hebben, op een enkeling daargelaten, veel contacten opgeleverd die relevant en interessant zijn in het desbetreffende veld en juist deze groep literaire professionals denkt in de toekomst andere talenten nog te kunnen ondersteunen in het leggen van contacten. De vertalers hebben wel nieuwe contacten opgedaan binnen het literaire veld dat ze bezochten, maar niet voor alle vertalers waren deze contacten relevant. Alle vertalers geven aan graag meer contacten op te doen binnen het literaire veld van hun bron- of doeltaal op te doen. Bij de schrijvers is het aantal contacten dat ze hebben opgedaan in het literaire veld erg afhankelijk van de specialisatiecursus die ze hebben gevolgd. Alle talenten vinden de brochures een goed promotiemiddel binnen de literaire industrie hoewel sommige vertalers graag meer gerichte verspreiding van de brochures onder uitgevers wensen. De literaire professionals verschillen van mening en ze zijn niet allemaal tevreden. Qua directe resultaten

van de CELA-activiteiten zijn er twee uitgeef- en vertaalcontracten voortgekomen, aangevuld door relevante opdrachten in het literaire veld en kansen.

## B) Kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk.

Om de kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk te overbruggen probeert CELA de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden te laten opdoen om beter aan de slag te kunnen binnen de beroepspraktijk van hun vak. Om te onderzoeken of dit gelukt is, wordt gekeken of de talenten meer vaardigheden hebben opgedaan om op een veelzijdige wijze aan de slag te kunnen in hun beroepspraktijk. Daarnaast wordt onderzocht of CELA een toevoeging is op het onderwijs dat ze (eventueel) eerder al hebben ontvangen en of de talenten nu het gevoel dat ze beter voorbereid zijn op de arbeidsmarkt.

### Vaardigheden voor een meer veelzijdige beroepspraktijk:

Tijdens het eerste jaar hadden de schrijvers keuze uit verschillende specialisatiecursussen. Tijdens de specialisatiecursus hebben ze geleerd over en geoefend met vaardigheden die als toevoeging op hun beroepspraktijk kunnen. Uit de enquête blijkt dat er onder de schrijvers zeer verschillende perspectieven heersen over of de specialisatiecursus daarin effectief was of niet. Van de respondenten is 35,7% positief, 35,7% is neutraal en 28,6% is negatief. In het verslag in de bijlage wordt verband gelegd tussen deze uiteenlopende antwoorden en de verschillende specialisatiecursussen. Alle deelnemers aan de specialisatiecursus *Writing Didactics* geven aan veel geleerd te hebben over lesgeven en docentschap en, hierdoor voelen ze zich meer divers inzetbaar in hun beroepspraktijk. De deelnemers van *Transmedia Storytelling* benoemen zichzelf als redelijk meer divers. Onder hen is 50% positief en 50% is neutraal. Ze geven aan veel geleerd te hebben over *transmedia storytelling* en hierdoor breder en veelzijdiger te zijn geworden op artistiek gebied, maar ze zijn terughoudend over hun eigen inzetbaarheid in de beroepspraktijk. Dit wegens een gebrek aan geld, of omdat hun literaire veld daar nog minder voor open staat. De deelnemers aan de specialisatiecursus *Visibility* zijn van verdeeld in hun meningen: 33,3% is positief, 33,3% is neutraal en 33,3% is negatief. In de toelichting geven ze aan geen nieuwe elementen van hun beroepspraktijk te hebben geleerd, maar wel beter te zijn geworden in het bereiken van hun publiek met middelen waar ze al bekend mee waren. Dit wordt wel degelijk als een nuttige toevoeging ervaren. Over de specialisatiecursus *Screenwriting* zijn de deelnemers op dit gebied redelijk negatief: 50% is neutraal en 50% negatief. De deelnemers van deze specialisatiecursus zeggen tot op zekere hoogte wel iets geleerd te hebben over *screenwriting* maar lang niet genoeg om daar in de

beroepspraktijk mee aan de slag te gaan. Bij *Personal Marketing* is 75% positief en geven de schrijvers aan dat ze veel geleerd hebben over de werking van het literaire veld, geldstromen en hoe ze zichzelf binnen het netwerk meer als een professional kunnen presenteren.

De vertalers reageerden overwegend neutraal en negatief op de vraag of ze nieuwe strategieën hebben ontwikkeld voor het toepassen van andere aspecten van hun beroepspraktijk; 46,2% is negatief, 46,2% is neutraal en maar 7,8% is positief. Ze noemen de optie om literair scout te worden, maar zien daar geen bron van inkomen in. De mogelijkheid om lezingen en workshops te geven wordt door een enkeling nog gesuggereerd, maar over het algemeen geven ze aan niet zeker te zijn over andere opties binnen hun eigen beroepspraktijk. Sommigen noemen wel ideeën te hebben, maar weten niet goed hoe ze deze dan daadwerkelijk zouden moeten uitvoeren.

#### Toevoeging op eerdere educatieprogramma's:

Van de 9 schrijvers die aangaven vooraf een vorm van literair onderwijs te hebben ontvangen, geven er 5 aan daarbij in zekere mate te zijn voorbereid op de beroepspraktijk van het schrijverschap. De vertalers geven eensgezind aan dat het in hun land heel moeilijk is om een carrière op te starten in literair vertalen. Ook wordt er consequent genoemd dat, als er al onderwijs is, dit niet voldoende aandacht besteed aan de beroepspraktijk van literair vertalen en dat het ontzettend moeilijk is om onder de aandacht te komen van uitgeverij en andere partijen die behoefte kunnen hebben aan literair vertalers. Uit de toelichting komt vooral een grote behoefte naar voren aan zichtbaarheid en aan kansen krijgen binnen hun literaire markt. Sommige vertalers geven aan dat ze daarin graag nog meer handvaten aangeboden hadden gekregen, maar allemaal geven ze aan stappen te hebben gezet ten opzichte van waar ze begonnen.

#### Beter voorbereid op arbeidsmarkt:

Op de vraag of ze nu beter zijn voorbereid om aan de slag te kunnen binnen de arbeidsmarkt reageren de schrijvers terughoudend en verdeeld; 42,8% is positief, 35,7% is neutraal en 21,4% is negatief. Hun toelichting bij deze vraag is bovendien zeer uiteenlopend en er valt niet duidelijk een oorzaak af te leiden. De vraag of CELA de schrijvers van de juiste vaardigheden heeft voorzien, is echter wel positief beantwoord; 42,9% is positief en 57,1% neutraal. Ze noemen daarbij dat ze meer zelfvertrouwen hebben opgedaan en meer kennis over het internationale literaire veld hebben vergaard, met daarnaast een netwerk om op terug te vallen. Ze reageren ook overwegend positief op de vraag of ze nu meer kennis

hebben opgedaan over de mogelijkheden van hun beroepspraktijk binnen de arbeidsmarkt; 75,8% is positief, 7,1% is neutraal en 7,1% is negatief. Deze opvallende contradictie lijkt aan te duiden dat hoewel er stappen zijn gezet, de schrijvers nog niet in volle overtuiging durven te zeggen dat ze daadwerkelijk beter voorbereid zijn op de arbeidsmarkt.

Bij de vertalers zegt 61,4% het gevoel te hebben dat ze nu beter in staat zijn om aan de slag te gaan binnen hun beroepspraktijk, 23,1% is neutraal en 15,5% negatief. In de toelichting noemen ze dat CELA een goede toevoeging aan hun CV is, waardoor ze meer kans maken op vertaalklassen. Daarnaast hebben ze nu een professioneel netwerk waar ze zich op kunnen beroepen. Een meerderheid van 84.4% voelt zich geëmancipeerd en beter in staat zijn werk te vertegenwoordigen. De ondervraagde vertalers hebben alleen nog meer behoefte aan kennis over de werking van het literaire veld in hun eigen land, aangevuld met contacten binnen dit veld om praktisch aan de slag te kunnen.

#### Conclusie deelhoofdstuk B:

CELA wil de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden laten opdoen om veelzijdiger en beter aan de slag te kunnen binnen de beroepspraktijk van hun vak. De schrijvers vinden zichzelf wel meer divers in hun beroepspraktijk, maar of ze zich nu beter voorbereid voelen op de arbeidsmarkt verschilt. Dit is vooral afhankelijk van de specialisatiecursus die ze hebben gevolgd. De vertalers zien wel de potentie om veelzijdiger te worden, maar weten niet hoe ze dit moeten aanpakken. Wel vinden zowel de schrijvers als de vertalers dat hun deelname aan CELA een grote toevoeging op de beroepspraktijk is in vergelijking met waar ze begonnen. Dit geldt zeker voor de vertalers waarvan driekwart ook het gevoel heeft zichzelf en hun werk nu beter te kunnen representeren. De schrijvers zijn meer terughoudend, alhoewel ze wel aangeven kennis en vaardigheden te hebben opgedaan in voorbereiding op de beroepspraktijk van hun vak.

### **C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt**

Het is moeilijk voor opkomend talent uit kleine Europese taalgebieden om deel te nemen aan de internationale literaire markt omdat ze te maken hebben met een taalbarrière. Er wordt nu eenmaal weinig vertaald van en naar kleine talen. Hierdoor is er ook minder infrastructuur waar talenten en instituties gebruik van kunnen maken om positie voor zichzelf te vergaren. Kortom, er kan worden gesteld dat landen met kleine Europese talen een kloof ervaren tussen de nationale en internationale literaire markt. In dit deelhoofdstuk wordt onderzocht of CELA meer mogelijkheden heeft gecreëerd voor de opkomende talenten om op internationaal niveau te participeren in de literaire markt. Deze vraag zal

beantwoord worden door allereerst te controleren of de talenten door hun deelname aan CELA meer kennis hebben van verschillende literaire velden, waardoor ze hierin makkelijker kunnen participeren. Vervolgens zullen we kijken naar de mogelijkheden en potentie van CELA om een gelijkwaardiger literair speelveld te creëren.

#### Kennis van literaire velden:

Van de schrijvers geeft 78,6% aan dat hun kennis over het literaire veld uit het land van hun specialisatie cursus is toegenomen naar aanleiding van dit bezoek. Alleen de schrijvers die naar Roemenië zijn geweest voor hun specialisatiecursus geven aan dat hun kennis van het Roemeense literaire veld niet is toegenomen. Een meerderheid van 78,6% van de schrijvers geeft daarnaast ook aan meer te hebben geleerd over de literaire velden van alle andere participerende landen, maar niet van alle landen in even grote mate. Daarbij spreken ze een vermoeden uit, dat dit aan de betrokkenheid van desbetreffende partners ligt. Van de vertalers geeft 53,9% aan dat ze geleerd hebben over het literaire veld van de landen die ze bezochten voor hun masterclasses, 38,5% is neutraal. Ook geeft 69,2% aan in het algemeen meer geleerd te hebben over de werkingen van literaire velden en 23,1% is neutraal. In de toelichting op beide vragen benadrukken de vertalers dat, hoewel ze over verschillende literaire velden geleerd hebben, ze het meeste baat hebben bij leren over hun eigen literaire veld. De literaire professionals geven aan dat ze beslist meer hebben geleerd over het literaire veld van het land dat ze bezochten als onderdeel van hun schaduwweek. Ze kunnen daarnaast ook hele duidelijke verschillen noemen tussen hun eigen literaire veld en het literaire veld dat ze bezochten. Van de partners is 75% ervan overtuigd dat de CELA-talenten die hun land bezochten, na afloop een betere kennis hebben van het literaire veld van het land. Allemaal geven ze aan dat hun eigen inzicht van het internationale literaire veld is veranderd/uitgebreid. Ze hebben kennisgemaakt met samenwerkingsmogelijkheden op internationaal niveau en met elkaars strategieën en methodes.

#### Mogelijkheden tot een gelijkwaardig internationaal speelveld:

CELA probeert op een breed scala van manieren de positie van kleine talen in het internationale literaire veld te verbeteren. Het netwerk, het contact met uitgevers, de brochures en de podiumpresentaties zijn allemaal onderdeel van deze poging, maar worden verder besproken in de betreffende deelhoofdstukken. Al deze onderdelen vormen een optelsom die leidt tot de algemene vraag of CELA de positie van kleine Europese taalgebieden kan verbeteren. Een nipte meerderheid van de deelnemers denkt dat CELA de positie van kleine Europese taalgebieden kan verbeteren. Deze meerderheid bestaat



uit 78,6% van de schrijvers, 61,6% van de vertalers, 75% van de literaire professionals en 50% van de partners. Zowel door de schrijvers, vertalers, als door de partners wordt de hoop daarbij voornamelijk op de toekomst gevestigd, op de lange termijnresultaten en op volgende, meer substantiële edities van CELA. Eén van de literaire professionals oppert dat het misschien toch verstandig is om nog meer Engelstalige accenten toe te voegen aan het project en toch ook meer op de Anglicaanse literaire markt te concentreren. Enkele schrijvers noemen dit punt ook, maar dan in de vraag wat voor hen het grootste nadeel aan CELA's focus op kleine landen. Desondanks vindt een heel groot deel van de deelnemers het wel heel belangrijk dat CELA de focus op de positie van de kleine Europese taalgebieden heeft: 100% van de schrijvers, 92,9% van de vertalers, 75% van de literaire professionals en 75% van de partners.

#### Conclusie deelhoofdstuk C:

De deelnemers geven voornamelijk aan dat ze meer kennis hebben opgedaan over het literaire veld van de landen die ze hebben bezocht en gedeeltelijk ook van de andere participerende landen. De vertalers noemen daarbij expliciet dat het voor hen voornamelijk interessant is om meer te weten over het literaire veld in hun eigen land. Een kleine meerderheid van de deelnemers denkt dat de optelsom van alle aspecten van CELA uiteindelijk leidt tot een verbetering van de positie van kleine Europese taalgebieden binnen de internationale literaire ruimte. Ze hebben daarbij vooral de hoop op de toekomst gevestigd. Sommige schrijvers noemen dat het eventueel interessant is om toch ook de mogelijkheden te bekijken om connecties te vinden met het Engelstalige literaire veld.

#### D) Een gebrek aan een internationaal netwerk

Om samenwerking tussen opkomende talenten uit verschillende kleine Europese taalgebieden te bevorderen en om de talenten meer internationale kansen en connecties te bieden, heeft CELA geprobeerd om de talenten hun netwerk uit te laten breiden over lands-, discipline- en taalgrenzen heen. We zullen onderzoeken hoe groot het netwerk van de deelnemers is geworden en uit welke contacten het netwerk bestaat. Daarnaast zullen we controleren of dit netwerk wel als nuttig wordt ervaren.

#### Grootte en deelnemers van het netwerk:

De introductieweek was het eerste kennismakingsmoment voor alle deelnemers en partners en er waren meer dan 50 personen aanwezig. Op de vraag hoeveel echte contacten<sup>10</sup> de deelnemers bij de introductieweek hebben opgedaan komen de schrijvers gemiddeld uit op 12,8 contacten, de vertalers op 18,5 en de literaire professionals op 41,5. Interessant is dat de literaire professionals een dusdanig hoger aantal noemen dan de andere twee groepen. Dit duidt mogelijk op het feit dat ze toch met een meer professionele instelling de activiteit ingingen dan de schrijvers en vertalers.

In de montageweek blijken de schrijvers gemiddeld 5,4 nieuwe contacten te hebben gelegd, de vertalers hebben hun netwerk uitgebreid met 3,5 nieuwe contacten en de literaire professionals met 4,75. Tijdens de specialisatiecursus hebben de schrijvers gemiddeld 6,7 contacten opgedaan. Hierbij schiet de *Writing Didactics* naar boven uit met het aantal contacten en de specialisatiecursus *Screenwriting* blijft erg achter. Daarnaast hebben de schrijvers op de twee festivals die ze bezochten samen gemiddeld nog 11,8 nieuwe contacten ontmoet. Deze contacten komen uit het land waarin de specialisatiecursus of het festival plaatsvond, en het gaat om verschillende soorten mensen, waaronder medeschrijvers, docenten, literaire professionals, editors en uitgevers, in het geval van de festivals ook journalisten, fotografen en literatuurlijfhebbers. De vertalers hebben tijdens hun eerste masterclass gemiddeld 1,5 nieuwe contacten opgedaan en tijdens de tweede 3,9. Op het festival waar ze aanwezig waren, hebben ze gemiddeld 2,7 nieuwe contacten opgedaan, wat toch wel opvallend minder is dan de schrijvers. Bij al deze gelegenheden waren het voornamelijk literaire professionals uit het land dat ze bezochten en die deelnamen aan de organisatie van hun lesprogramma of van de festivalorganisatie.

De literaire professionals hebben tijdens hun schaduwweek gemiddeld 15 nieuwe contacten opgedaan, voornamelijk professionals van de organisatie waar ze meeliepen, maar ook van enkele andere lokale literaire instellingen. Er is hen niet gevraagd naar de festivals omdat niet ieder van hen daar actief bij betrokken was.

Van de schrijvers bekrachtigt 85,7% de stelling dat CELA hen de kans heeft gegeven om een internationaal netwerk op te bouwen en 14,3% is neutraal. Van de vertalers is 84,4% het eens met deze stelling, maar ze geven daarbij wel aan dat ze graag meer uitgevers hadden willen ontmoeten. Van de literaire professionals is 100% het eens met deze stelling. In de omschrijving van hun CELA-netwerk beschrijven ze een sterke kern van deelnemers: schrijvers, vertalers en andere literaire professionals met daarnaast nog een aantal nieuwe literaire professionals, voornamelijk van partnerorganisaties, maar ook van enkele andere instituten.

---

<sup>10</sup> Contacten zijn in alle enquêtes gedefinieerd als iemand binnen je professionele netwerk waar je in de toekomst een beroep op kunt doen.

### Nut van het netwerk:

De schrijvers, vertalers, literaire professionals en de partners is gevraagd naar het nut van hun nieuwe netwerk; 85,7% van de schrijvers, 76,9% van de vertalers, 100% van de literaire professionals en 75% van de partners geeft aan dat ze hun netwerk nuttig vinden. Er is niemand, in alle genoemde groepen, die het netwerk niet als nuttig ervaarde, de overige personen zijn allemaal neutraal. In de toelichting worden gepassioneerde uitspraken over het nieuwe netwerk gedaan. Bijna iedereen is enthousiast en ziet potentie in de toekomst wat betreft samenwerkingen en mogelijke opdrachten binnen dit netwerk.

Het lijkt er zelfs op dat veel deelnemers vinden dat dit netwerk het professionele nut overstijgt en dat er onderling een zeer hechte samenhang is ontstaan. De sociale binding is volgens 100% van de schrijvers een belangrijk, of het meest belangrijke, aspect. In de toelichting kwamen woorden zoals “vriendschap” en “familie” ter sprake. Van de vertalers vindt ook 100% dit een belangrijk, of het belangrijkste, aspect. Ze noemen daarbij dat vertalers zelden of nooit de kans krijgen om zoveel met elkaar of andere talenten te werken en ze noemen ook een gevoel van gemeenschap rondom gedeelde ervaringen. Alle literaire professionals zijn het hier mee eens. In hun toelichting wijzen ze allemaal op de kansen die een dergelijk netwerk biedt. De partners benadrukken dit aspect ook en van hen is 75%<sup>11</sup> overtuigd dat de sociale binding het meest belangrijke onderdeel van het project is.

### Conclusie deelhoofdstuk D:

De deelnemers hebben inderdaad een netwerk vergaard dat over lands-, taal- en discipline grenzen heen strekt. Onderling zijn veel contacten gelegd en iedere deelnemer blijkt ook contacten te hebben gelegd in het land dat hij of zij heeft bezocht. Bijna allemaal ervaren de deelnemers dit netwerk als nuttig en voelen ze zich onderling vooral sterk verbonden met elkaar als CELA-deelnemers.

### E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek

Het literaire publiek heeft vaak geen enkele kennis van de opkomende talenten in andere landen en mist hierdoor de kans om te ervaren wat er omgaat in de jongere generaties van deze landen. CELA wil ervoor zorgen dat er betere, of meer, connecties ontstaan tussen opkomende artiesten en het internationale

---

<sup>11</sup> 25% van de partners is neutraal. Daar moet bij worden opgemerkt dat deze persoon op de laatste pagina van de enquête alle vragen neutraal heeft ingevuld en dat hij/zij geen commentaar heeft gegeven bij de mogelijkheden tot opmerkingen. Het is mogelijk dat deze persoon de enquête op dit punt niet meer serieus heeft ingevuld maar heeft afgeraffeld.

literaire publiek. Ze willen dit bereiken door ervoor te zorgen dat de artiesten zichzelf betere kunnen presenteren aan het literaire publiek en door de artiesten te promoten in de deelnemende landen en hen aldus meer naamsbekendheid te geven.

#### Presentatie middelen voor de talenten:

Concrete middelen die CELA de artiesten heeft willen aanreiken om zichzelf beter te kunnen presenteren aan het literair publiek zijn onder andere podiumervaring, de brochures, de filmpjes en ervaring met social media promotie. Een meerderheid van 70,3% van de schrijvers is het eens met de stelling dat ze door CELA meer middelen hebben gekregen om zichzelf te presenteren. Bij de vertalers is 68,2% die het ook eens, of zeer eens, is met deze stelling. De *Festival Tour* dient zowel om de artiesten aan het literaire publiek te introduceren, als om ze te leren zichzelf te presenteren. Van de schrijvers geeft 82,9% aan hun podiumervaring tijdens de *Festival Tour* als nuttig en leerzaam te hebben ervaren en 57,1% vindt zichzelf nu meer een performer. Een wat krappere meerderheid, 68,2%, van de vertalers vond de podiumervaring nuttig. Daarnaast hebben de vertalers een workshop podiumpresentatie gekregen in hun tweede masterclass die 77% als positief ervaarde.

De brochures worden door 78,6% van de schrijvers en 75,9% van de vertalers beschouwd als nuttig promotiemateriaal voor het literair publiek, de rest is neutraal. Bij de vertalers wordt in de toelichting een aantal keer genoemd dat ze dit eigenlijk de brochures het beste promotiemateriaal voor uitgevers vinden in plaats van voor het publiek. 78,6% van de schrijvers en 69,3 van de vertalers blijkt tevreden te zijn over het eindproduct van de brochures. Communicatiespecialist Roos Muis geeft in haar interview aan dat de brochures naar haar idee erg goed bevielen onder het literair publiek en dat sommige mensen ze bijna als een verzamelwerk beschouwde. Minder enthousiasme kwam naar voren bij de ondervraging over de de promotievideo's; 42% van de schrijvers vindt niet dat deze filmpjes hen helpen om zich te presenteren als schrijver. Een minderheid van 21,4% vindt van wel en de rest geeft twijfelende antwoorden. Uit de toelichting blijkt dat 35,7% van de schrijvers zich ongemakkelijk voelt bij een dergelijk medium. De vertalers lijken veel positiever tegenover de filmpjes te staan: 69,2% vindt het een nuttig middel om zichzelf mee te presenteren. Meerdere vertalers geven aan dat ze zenuwachtig waren en dat het filmpje beter had kunnen zijn dan het nu is, maar toch zijn ze tevreden met het resultaat. Mogelijk komt dit verschil doordat de vertalers nog nooit eerder zichzelf op een dergelijke manier hebben gepresenteerd. Onder de schrijvers zijn de meningen verdeeld over of ze door CELA beter in staat om zichzelf online te promoten. 42,9% is neutraal, 34,7% is positief en 21,4% is negatief. Uit de toelichting komt naar voren dat de schrijvers over dit onderwerp wel iets hebben geleerd, maar

niet heel veel meer dan ze al wisten en niet iedereen hecht er even veel waarde aan. Van de vertalers blijkt 46,2% van zichzelf nu beter online te kunnen presenteren en 38,5% is neutraal.

#### Promotie van artiesten onder het literaire publiek:

Zowel de schrijvers als de vertalers hebben niet het idee dat ze meer zichtbaar zijn geworden voor het internationaal literair publiek door hun participatie in de *Festival Tour*. Van de schrijvers is 42,9% neutraal en 42,8% is gematigd positief, een klein deel is uitgesproken negatief. Van de vertalers is 35,7% gematigd positief en 36,2% neutraal. Uit de opmerkingen van beide groepen komt naar voren dat dat er weinig publiek aanwezig was op de festivals of dat de schrijvers het idee hebben dat ze misschien wel gezien zijn, maar ook gelijk weer vergeten zullen worden.

Uit de publieksenquête kwam echter naar voren dat toch zeker 55,6% van de ondervraagden voor het eerst in aanraking kwam met CELA tijdens een festival uit de *Festival Tour*. Gemiddeld heeft het publiek dankzij CELA kennisgemaakt met 4,9 schrijvers en 1,8 vertalers. Van de ondervraagde blijkt 44,4% iets geleerd te hebben over de cultuur of taal van de CELA-deelnemers. Daarnaast noemt 57,9% dat CELA volgens hen kan bijdragen aan het creëren van een meer cultureel variërend aanbod van literatuur in hun land. Onder de respondenten heeft 52,6% een of meerdere van de brochures gelezen en 78,9% vindt het ontzettend belangrijk dat teksten worden vertaald naar hun eigen taal. 68,4% denkt dat CELA binnen hun land nog niet erg bekend is en 26,3% is daarover neutraal. Verder denkt iedereen dat CELA geen invloed uitoefent op de literaire markt van hun land, een enkeling spreekt de hoop uit dat dit nog gaat komen in de toekomst. Facebook en de nieuwsbrief zijn de promotiekanalen die de meeste personen bereiken maar Instagram is ook een favoriet. 84,2% van de ondervraagde geeft aan op de hoogte te willen blijven van een tweede editie van CELA.

#### Conclusie deelhoofdstuk E:

De schrijvers en vertalers hebben middelen aangeboden gekregen om zichzelf beter te kunnen presenteren aan het publiek. De podiumervaring en de brochures worden als nuttig beschouwd terwijl vooral de schrijvers negatief zijn over de video's. Het literaire publiek dat de enquête heeft ingevuld, heeft afgerond 5 schrijvers uit het buitenland ontdekt en 2 vertalers. Minstens de helft van het publiek is aanwezig geweest op een festival uit de *Festival Tour* en ook minstens de helft heeft een brochure gelezen. Facebook, de online nieuwsbrief en Instagram zijn de meest gebruikte kanalen. Het publiek ziet enorm het belang in van een literaire vertaling naar hun eigen taal en een groot deel wil op de hoogte blijven van toekomstige ontwikkelingen van CELA.

## F) Van productieketting naar productiecyclus

CELA heeft als doel om de kloven te overbruggen die het voor opkomende literaire talenten lastig maken om te participeren in de internationale literaire ruimte, door de talenten zoveel mogelijk internationale kennis, vaardigheden, kansen, connecties en ervaringen mee te geven. De kloven zijn in meer of mindere mate overbrugd, afhankelijk van of de deelnemers van het project meer of minder waardevolle lessen en ervaringen hebben opgedaan.

Een groot gemis dat terugkomt in alle kloven is dat de vertalers graag meer kennis en contacten hadden opgedaan rondom het literaire veld van hun bron/doel taal. De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie is daardoor maar tot op zekere hoogte overbrugd. Er zijn echter wel degelijk ook waardevolle resultaten uit voort gekomen. De talenten hebben dankzij CELA contacten opgedaan binnen de verschillende literaire velden die ze hebben bezocht. Het bleek afhankelijk van de exacte locatie/cursus/land hoeveel en wat voor soort contacten dit waren. De Festival Tour bleek echter in het algemeen geen geschikt moment voor dit doeleinde. Alle talenten vinden de brochures een goed promotiemiddel met oog op de actoren binnen het literaire veld, maar doordat de partners het hier echter niet mee eens waren is dit middel niet ten volste benut.

De kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk is zeker overbrugd doordat alle talenten dankzij CELA meer kennis en vaardigheden hebben opgedaan voor hun beroepspraktijk dan daarvoor. Er valt hier echter nog winst mee te behalen omdat vooral de vertalers niet goed weten hoe ze meer divers inzetbaar kunnen zijn worden in hun praktijk, en de schrijvers nog terughoudend zijn in de uitspraak dat ze nu echt klaar zijn voor de beroepspraktijk.

Alle deelnemers hebben kennis vergaard over een aantal van de participerende literaire velden die ze nu in praktijk kunnen inzetten. De vertalers hadden echter graag nog meer geleerd over het literaire veld van hun bron/doel taal. Een kleine meerderheid van de deelnemers denkt dat de optelsom van alle aspecten van CELA uiteindelijk leidt tot een verbetering van de positie van kleine Europese landen binnen de internationale literaire ruimte. Ze hebben daarbij vooral de hoop op de toekomst gevestigd.

Het netwerk van de deelnemers is zeer succesvol vergroot, vooral binnen CELA maar ook daarbuiten. De contacten die de talenten buiten het project hebben vergaard verschillen sterk per talent. Dit nieuwe netwerk strekt inderdaad over lands-, taal- en discipline grenzen heen. Alle deelnemers ervaren dit netwerk als erg nuttig. Bovendien voelen ze zich onderling sterk verbonden met elkaar.

Zelf hebben de talenten niet echt het idee dat ze nu meer connecties hebben met het literaire publiek van de verschillende deelnemende landen. De podiumervaring en de brochures worden als nuttig beschouwd terwijl vooral de schrijvers negatief zijn over de video's die zijn opgenomen. Het literaire publiek dat de enquête heeft ingevuld, heeft afgerond 5 nieuwe schrijvers uit het buitenland ontdekt en 2 vertalers dankzij CELA. Minstens de helft van het publiek is aanwezig geweest op een tour en ook minstens de helft heeft een brochure gelezen. Het publiek denkt echter niet dat CELA binnen hun land erg bekend is.

## 7. Conclusie: CELA is vernieuwend, afwijkend, indirect en decentraal

Het is nooit de bedoeling van dit onderzoek geweest om te achterhalen in hoeverre CELA erin is geslaagd om een meer dynamisch en toegankelijk speelveld te maken van de internationale literaire ruimte. De internationale literaire ruimte is simpelweg te groot en CELA is als project te klein om dit nu al te kunnen realiseren. Tijdens dit onderzoek naar het functioneren en de impact van CELA in de internationale literaire ruimte keerde dit onderwerp echter meerdere malen terug omdat dit het motief, de drijfveer, achter het project is. In de loop van dit onderzoek werd aangekondigd dat er een tweede en meer grootschalige editie van CELA zal plaatsvinden, waardoor het overkoepelende doel van CELA meer relevant werd. In dit concluderende hoofdstuk wordt de positie van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte omschreven. Aan het eind van dit hoofdstuk zal door deze ontwikkelingen echter kort stil worden gestaan bij de deze tweede editie van CELA. De positionering van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte, ten slotte het onderwerp van dit onderzoek, zal als uitgangspunt worden gebruikt voor een simpele reflectie op de potentie van de tweede editie van CELA.

### 7.1. De positie van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte

Tot zover zijn er verschillende stappen ondernomen om de positie van CELA ten opzichte van de internationale literaire ruimte te onderzoeken. Allereerst is CELA voor het doeleinde van dit onderzoek gedefinieerd als een internationaal talent ontwikkelingsprogramma dat probeert om de internationale literaire ruimte toegankelijker te maken voor opkomend literair talent. Het project onderscheidt zes kloven die het probeert te overbruggen door te investeren in de opkomende schrijvers, vertalers en literaire professionals. Vervolgens is theorie van Casanova in *The World Republic of Letters* uiteengezet. Casanova beschrijft in dit werk dat de internationale literaire ruimte een onafhankelijk veld is dat functioneert op basis van strijd en machtsrelaties. Er bestaat een hiërarchie waarbij de grootste, meest dominante literaire velden zich in het centrum van de internationale ruimte bevinden en de kleinere literaire velden zich daar omheen verzamelen in de periferie. Casanova plaatst Parijs in het hart van dit centrum als de literaire hoofdstad. De theorie van Casanova is vervolgens toegepast op CELA om te achterhalen op welke manier CELA functioneert binnen de internationale literaire ruimte. Er is uitgelicht op welke manier CELA opereert volgens de regels van de internationale literaire ruimte en op welke manier het project hiervan afwijkt. Als laatste is de impact van CELA geanalyseerd door middel van een enquête onderzoek. De impact van het project is gemeten door te achterhalen in hoeverre CELA stappen heeft kunnen maken om de kloven die het project onderscheid te overbruggen. Samengevoegd bieden het functioneren en de impact van CELA een antwoord op de vraag hoe CELA zich positioneert ten



opzichte van de internationale literaire ruimte, zoals deze omschreven is door Pascale Casanova in *The World Republic of Letters*.

Alle bevindingen van de vorige hoofdstukken samengevoegd bieden een antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek. Dat antwoord luidt als volgt: de positie van CELA binnen de internationale literaire ruimte is vernieuwend, afwijkend, indirect en decentraal. Deze uitspraak is voor het gemak op te delen in drie verschillende onderdelen. Ten eerste is CELA een nieuw en vernieuwend binnen de internationale literaire ruimte. Daarnaast functioneert CELA niet altijd volgens dezelfde spelregels als de rest van de internationale literaire ruimte en is het project daarmee afwijkend. Tot slot is CELA indirect en decentraal gepositioneerd in de periferie van de internationale literaire ruimte. Elk van deze drie onderdelen verdient een korte toelichting.

### CELA is vernieuwend

CELA heeft in 2017 zijn intrede gemaakt in de internationale literaire ruimte en kan daarmee gezien worden als een nieuwkomer binnen dit veld. Tijdens de analyse van CELA's functioneren binnen de internationale literaire ruimte kwam naar voren dat ook de intentie van CELA, het creëren van een meer dynamisch speelveld, waar kleine taalgebieden en opkomend talent beter in kunnen participeren, nieuw is binnen dit gebied. De verschillende kleinere taalgebieden streven wel naar een beter positie voor zichzelf maar richten zich daarbij ieder voor zich op hun verhouding ten opzichte van de dominante velden. Zoals Casanova dat omschrijft zoeken ze consecratie in het centrum van de internationale literaire ruimte en niet bij elkaar in de periferie. CELA is gericht op de verschillende kleine taalgebieden in de periferie en probeert onderlinge uitwisseling te stimuleren. Daarmee heeft dit project een andere en nieuwe focus dan de meeste spelers binnen de internationale literaire ruimte.

Daarnaast zijn verschillende aspecten van CELA ingericht op het leren inspelen op nieuwe trends en (technologische) ontwikkelingen. Uit het impactonderzoek is naar voren gekomen dat CELA de opkomende talenten heeft geholpen om stappen te maken op het gebied van nieuwe media, zoals sociale media maar ook transmedia storytelling. De talenten hebben ook verschillende vaardigheden opgedaan die relevant zijn voor de huidige ontwikkeling van de literaire markt. Zo heeft CELA de talenten podiumervaring geboden; dit is een steeds belangrijker wordende vaardigheid in de 21<sup>ste</sup> eeuw. Sommige schrijvers hebben kennisgemaakt met didactiek en screenwriting en vertalers hebben geleerd over het idee om literair scout te worden. In verschillende van deze aspecten schiet het project echter nog tekort. De specialisatiecursus screenwriting is door de deelnemers niet als een succes ervaren en transmedia storytelling vonden de schrijvers heel interessant, maar ze weten niet hoe ze het moeten toepassen in hun alledaagse praktijk. Juist dergelijke vaardigheden, die inspelen op nieuwe trends, zijn volgens

Casanova ongelofelijk belangrijk. Ze wijst moderniteit en vernieuwing namelijk aan als de enige middelen waarmee kleinste taalgebieden een betere positie kunnen vergaren in de hiërarchie van de internationale literaire ruimte.

De keus vanuit CELA voor het ondersteunen van een opkomende generatie talenten kan gezien worden als een impliciete keus voor moderniteit en vernieuwing:

Training and connecting talented writers, translators and upcoming mediators/literary programmers with each other and the international field is not only a novel project, but also one necessary to maintaining a prosperous literary network that brings new, diverse literary works to European audiences. In becoming connected, these talents' work takes on European significance. (CELA 2017: 16)

De opkomende talenten vormen de toekomst van het internationale literaire veld. De impact die het project heeft op hen zal op lange termijn zichtbaar zijn in het de internationale literaire ruimte. In het succes van de deelnemers ligt het succes van hun literair veld verscholen. Zoals blijkt uit het hoofdstuk 'Impact: het overbruggen van kloven' kunnen verschillende aspecten van het project nog verbeterd en verfijnd worden om meer impact te bewerkstelligen en de talenten nog beter te bewapenen. Zo bleek dat veel deelnemers nog niet het idee hebben nu klaar te zijn voor de arbeidsmarkt. Toch zijn er ook aspecten die CELA de deelnemers wel al heeft kunnen meegeven en waarvan de kans groot is dat ze de carrière van de talenten zullen beïnvloeden. Zo bleek bijvoorbeeld dat alle deelnemers er in zijn geslaagd om onderling veel contacten te vergaren en een interdisciplinair netwerk op te bouwen dat aan land en taalgrenzen voorbijgaat. Dit netwerk heeft veel impact op mogelijkheden, kansen, inspiratie en contacten van de deelnemers in de toekomst. In hoeverre, en de manier waarop, de deelnemers op hun beurt impact hebben op hun omgeving, is lastig vast te stellen naar aanleiding van dit onderzoek. CELA's focus op opkomende talenten kan als een keuze voor vernieuwing en voor de toekomst beschouwd worden. Zoals Casanova dat zo mooi omschrijft, is de claim van vernieuwing, die opkomende talenten inherent in zich dragen, een open uitdaging naar de huidige traditie en daarmee een kans voor nieuwkomers om een positie voor zichzelf te verwerven.

### CELA is afwijkend

CELA neemt een afwijkende positie in binnen de internationale literaire ruimte omdat het project op een andere manier functioneert dan de meeste spelers in het veld. CELA is niet gericht op het centrum van de literaire ruimte waar de dominante velden zich bevinden, maar concentreert zich op circulatie tussen de velden in de periferie. Het project verzet zich daarmee tegen de internaliserende beweging die

Casanova beschrijft, waarbij elk individueel veld zich automatisch richt op het centrum van de internationale literaire ruimte. CELA maakt daarin letterlijk een tegenbeweging in de hoop dat meer onderlinge handel en interactie een vrijer en meer toegankelijk literair veld tot gevolg hebben.

Deze afwijkende positie kan soms echter spanningen creëren. Het bleek bijvoorbeeld dat CELA als project niet tot zijn recht kwam op de Frankfurter Buchmesse omdat CELA geen rechten kwam inkopen/verkoopen zoals de andere aanwezigen. CELA moet daarnaast in sommige gevallen ook de afweging maken om middelen te gebruiken die misschien gedeeltelijk tegen de principes van het project ingaan om toch resultaten te behalen. De afweging om de Engelse taal te gebruiken in de promotie van het project of niet is daar een voorbeeld van. Op dit soort momenten vraagt CELA's afwijkende positie om een aanpak die niet aansluit bij de heersende gewoontes binnen het veld.

### CELA is indirect en decentraal

CELA richt zich als project op de periferie van de internationale literaire ruimte en doet geen directe poging tot interactie met de meer dominante literaire velden. Uit het impactonderzoek blijkt dat sommige schrijvers en een enkele literaire professional dit als een gemiste kans ervaren. Vanuit het perspectief van Casanova is dat niet zo gek. Zoals Casanova het omschrijft ligt bij de dominante velden de verleidelijke belofte van consecratie. Deze verleiding is voornamelijk interessant van voor de opkomende schrijvers van CELA want de vertalers hebben alleen maar interesse in consecratie binnen hun bron en doeltaal, die in het geval van CELA toch al in de periferie liggen. De keus om de dominante velden echter helemaal niet bij CELA te betrekken is een directe keus om het belang van de gehele periferie voorop te stellen. 'Echte' consecratie is, ook voor een literair project, alleen te vinden in de dominante velden, mits er niet wordt gestreefd naar een claim op avant-garde rol. Daarnaast is er in de periferie minder literair kapitaal en zijn er ook minder literaire productiemiddelen, waardoor het project moet werken in kleinere stappen dan wanneer er dominante velden bij betrokken zouden worden. Het leidt ertoe dat het project op dit moment alleen gunstig is voor de deelnemende landen in de periferie. Op lange termijn is een meer interactieve internationale literaire markt mogelijk profijtelijk voor andere velden in de periferie en uiteindelijk voor het hele veld.

Binnen de periferie profileert CELA zich voornamelijk op indirecte wijze. CELA is een talentontwikkelingsproject en het zijn de talenten die uiteindelijk het verschil moeten maken in de internationale literaire ruimte. CELA is het middel dat de talenten kansen, mogelijkheden en ervaring biedt om hen te helpen zichzelf beter te profileren in de internationale literaire ruimte en daarmee tevens hun eigen literaire veld een betere positie te verschaffen. Daarnaast blijkt uit het impactonderzoek dat de respondenten uit het literaire publiek er niet van overtuigd zijn dat CELA bekend is in

de rest van hun land. CELA heeft zich gericht op om de talenten meer naamsbekendheid te verschaffen door middel van podiumpresentaties en de Digital Tour en heeft hen daarmee op de voorgrond geplaatst.

## 7.2. CELA: de tweede editie

Gedurende het half jaar dat dit onderzoek plaatsvond is bekendgemaakt dat een tweede editie van CELA daadwerkelijk zal plaatsvinden. Deze nieuwe editie zal starten in 2019 en doorgaan tot 2023. Het project zal dit keer dus vier jaar duren in plaats van twee jaar. Daarnaast zullen maar liefst tien kleine Europese taalgebieden participeren in het project en zullen er dus ook meer schrijvers en vertalers deelnemen. Op deze uitbreiding en enkele kleine wijzigingen na, zal het project praktisch dezelfde vorm aanhouden, maar dan op grotere schaal. De tweede editie zal opnieuw een poging doen om de kloven die ook in de eerste editie zijn opgemerkt te overbruggen voor opkomende talenten, in de hoop een meer dynamische internationale literaire ruimte te creëren waar kleine taalgebieden beter in kunnen participeren (CELA 2019: 1-7). Dit onderzoek is daarmee niet slechts een reflectie op een tot dusver nieuwe ontwikkeling, maar ook een voorbode voor mogelijke impact van de tweede editie van dit project.

Zoals al bleek uit de inleiding van dit onderzoek zijn er naast CELA steeds meer verschillende andere instanties, initiatieven en processen gericht op het belang van vertalingen, in ieder geval in Nederland. Het is daarom heel goed mogelijk dat een tweede editie van CELA een hele andere positie ten opzichte van de internationale literaire ruimte aanneemt dan de eerste editie. Het vernieuwende element aan CELA dat gericht is op innovatie en ontwikkeling van de markt lijkt in de structuur en opzet van de tweede editie op dezelfde manier terug te komen als in de eerste editie. Vanuit het gedachtegoed van Casanova is dit raadzaam, aangezien zij moderniteit aanwijst als kantelpunt voor kleine literaire velden en opkomende talenten. Daarbij moet echter rekening worden gehouden met het feit dat Casanova moderniteit als begrip definieert in *The World Republic of Letters*, dat is gepubliceerd in 2004. Dit betekent dat haar exacte invulling van wat moderniteit behelst mogelijk is verouderd. Zoals Casanova echter al aanwees is de kern van moderniteit het inspelen en accepteren van nieuwe ontwikkelingen, nog voor anderen dat doen. Dit achterliggende gedachtegoed is nog steeds geldig. Uit het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat verschillende vaardigheden en activiteiten rondom vernieuwing nog beter aangeleerd/uitgevoerd kunnen worden. Voor een tweede editie van CELA is het mogelijk interessant om hier extra aandacht aan te besteden. Of de positie van CELA in de loop van de komende vier jaar een afwijkend blijft ten opzichte van de rest van de internationale literaire ruimte is lastig te voorspellen. Zeker is wel dat ook deze nieuwe editie anders te werk gaat dan de meeste spelers in de internationale literaire ruimte. CELA blijft gericht op kleine literaire taalgebieden maar omdat het project

een veel grotere vorm aanneemt en op langere termijn investeert, is het mogelijk dat het project een meer prominente plaats binnen de internationale literaire ruimte gaat innemen en dus zijn decentrale aspect verliest. Dit zou ertoe kunnen leiden dat CELA ook een meer directere houding aanneemt om invloed uit te oefenen. CELA zou meer de positie van een actor of een merk kunnen innemen. De kern van het project blijft in de tweede editie echter talentontwikkeling en daarmee zal er altijd een indirecte dimensie blijven bestaan aan de manier waarop CELA invloed uitoefent.

De eerste editie van CELA positioneert zich als vernieuwend, afwijkend, indirect en decentraal ten opzichte van de internationale literaire ruimte. Het moet worden genoemd dat deze definitie van CELA's positie enkel is gebaseerd op intern onderzoek. De impact van het project is onderzocht aan de hand van enquêtes onder de deelnemende schrijvers, vertalers en literaire professionals. De enige externe die zijn ondervraagd waren subjecten die onderdeel uitmaakte van het literaire publiek en die direct in aanraking zijn gekomen met CELA. Voor dit onderzoek is bewust de keus gemaakt om alleen de positie van CELA binnen de interne nationale literaire ruimte te onderzoeken vanuit een intern perspectief. Voordat er onderzoek gedaan wordt naar een tweede editie van het project zou het boeiend kunnen zijn om het externe perspectief ten opzichte van CELA te onderzoeken. De resultaten kunnen dan eventueel worden vergeleken met de uitkomsten van dit onderzoek.

Deze eerste editie biedt geen zekerheid over de resultaten van een tweede editie van CELA. Daarvoor zijn te veel factoren simpelweg te onzeker. Wel kan geconcludeerd worden dat de eerste editie van CELA enkele kleine stappen heeft gemaakt om de kloven te overbruggen en een meer interactieve internationale literaire ruimte te creëren waarin ook kleine Europese taalgebieden beter kunnen participeren. Om CELA's doel daadwerkelijk te realiseren is er nog een lange weg te gaan, maar de positionering van deze eerste editie ten opzichte van het internationale literaire veld, zoals omschreven door Pascale Casanova, biedt in ieder geval hoop voor de potentie en mogelijkheden van een tweede, grotere editie van CELA.

## Bibliografie

Agnani, Sunil. (2006) 'On the purported death of Paris.' in *Postcolonial Studies* 9.3: 329-335.

Anderson, Porter (28 maart 2019). 'Frankfurt's Juergen Boos on the International Book Industry: 'It's Always Changing'' Web. Publishing Perspectives,  
<https://publishingperspectives.com/2019/03/frankfurt-book-fair-juergen-boos-interview-2019-international-perspective-always-changing/> (23 juni 2019)

Aseguinolaza, Fernando Cabo. (2006) 'Dead, or a Picture of Good Health? Comparatism, Europe, and World Literature.' *Comparative Literature* 58.4: 418-435.

Bennis, Hans & Pröpper Henk. (2019) 'verTALEN voor de toekomst: een nieuw vertaalpleidooi' Utrecht: Expertisecentrum Literair Vertalen.

Bourdieu, Pierre, and Richard Nice. (1980) 'The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods.'" *Media, culture & society* 2.3: 261-293.

Braudel, Fernand. (1992) *Civilization and capitalism, 15th-18th century, vol. III: The perspective of the world*. Vol. 3. Univ of California Press.

Broomans, Petra. (2006) *Object:Nederlandse literatuur in het buitenland. Methode: onbekend*. S. Linn, M. Vogel, S. Van Voorst & A. Bay (red.), Groningen: Barkhuis.

Casanova, Pascale. (2004) *The world republic of letters*. Harvard University Press.

Casanova, Pascale. (2016) *La Langue mondiale. Traduction et domination: Traduction et domination*. Le Seuil.

CELA. (2017) 'Connecting Emerging Literary Artists: Detailed description of the project' Noortje Kessels en Roos Muis (eds.), z.p. CELA.

CELA. (2019) 'Connecting Emerging Literary Artists: Detailed description of the project' Kim van Kaam en Roos Muis (eds.), z.p. CELA

Cleary, Joe. (19 april 2019) 'Pascale Casanova: A French champion of Irish literature' The Irish Times. Web. The Irish Times Online.

<https://www.irishtimes.com/culture/books/pascale-casanova-a-french-champion-of-irish-literature-1.3739233> (20 april 2019)

Collins, Jim (2010) *Bring on the books for everybody: How literary culture became popular culture*. Duke University Press.

Dessing, Maarten. (5 juli 2019) 'Tweede Kamer: twee ton per jaar voor vertalers', in *BOEKBLAD: Vaktijdschrift voor boekhandel, uitgeverij, auteurs en bibliotheek*. Web. Boekblad Nieuws.

<https://boekblad.nl/Nieuws/Item/tweede-kamer-twee-ton-per-jaar-voor-vertalers> (17 juli 2019)

D'haen, Theo. (2013) *The Routledge concise history of world literature*. Londen: Routledge.

Forsdick, Charles. (2018) 'World-literature in French: monolingualism, Francopolyphonie and the dynamics of translation.' *Translation and World Literature*. Londen: Routledge.

Leyppoldt, Günter. (2015) 'Shifting Meridians: US Authorship in World Literary Space.' *American Literary History* 27.4: 768-787.

McNeill, William H. (2001) 'Fernand Braudel, Historian.' *The Journal of Modern History* 73.1: 133-146.

Porte de la, Xavier. (1 oktober 2018) 'Pascale Casanova, citoyenne mondiale des lettres, est morte à 59 ans' L'obs. Web. Bibliobs.

<https://bibliobs.nouvelobs.com/actualites/20181001.OBS3208/pascale-casanova-citoyenne-mondiale-des-lettres-est-morte-a-59-ans.html> (25 april 2019)

Prendergast, Christopher. Ed. (2004) 'Debating World Literature.' London: Verso.

McMartin, Jack. (2019) *Boek to Book: Flanders in the Transnational literary field*. Leuven: KU Leuven.

Mulrooney, David. (2005) 'Casanova, Pascale. The World Republic of Letters. Cambridge, Mass.' Harvard Univ. Pr. 42 *College & Research Libraries* 66.6: 552-553.

Pels, Dick. 'Inleiding: naar een reflexieve sociale wetenschap.' In: Pierre Bourdieu, *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. Amsterdam: Van Gennep 1992.

Rees van, C. J. & Gillis J. Dorleijn. (2006) 'Het Nederlandse literaire veld 1800-2000.' *De productie van literatuur*: 15-37.

Sapiro, Gisèle. (2016) How do literary works cross borders (or not)?: a sociological approach to world literature.', in *Journal of World Literature* 1.1: 81-96.

Sapiro, Gisèle. (30 september 2018) 'Major French literary critic Pascale Casanova dies at 59' Harvard University Press. Web. *Harvard.edu*.

<https://iwl.fas.harvard.edu/news/major-french-literary-critic-pascale-casanova-dies-59> (22 april 2019).



Valéry, Paul. (1987) 'Oeuvres, ed. Jean Hytier, 2 vols.' Paris: Gallimard 60, no. 1 (1957): 253.

Wallerstein, Immanuel. (1997) "World-systems analysis." In *Encyclopedia of life support systems* ed George Modelski and Robert A. Oxford: Eolls Publishers Co.

Bijlage

# Overbruggen

Een praktisch onderzoek naar de resultaten  
en impact van CELA

**CELA** EU

Connecting Emerging Literary Artists

Een stageonderzoek door Sanne Kamphorst  
De Nieuwe Oost Wintertuin  
CELA editie 2017-2019  
Onderzoekperiode februari tot juli 2019

# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b>	67De kloven 68Het onderzoek 71 <b>Resultaten</b> 6
Resultaten eerste jaar	72Resultaten tweede jaar 74 <b>Impact</b> 12
Deelhoofdstuk A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie	
78Deelhoofdstuk B) Kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk.	
84Deelhoofdstuk C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt	
89Deelhoofdstuk D) Een gebrek aan een internationaal netwerk	
93Deelhoofdstuk E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek	
99Deelhoofdstuk F) Van productieketting naar productiecyclus	
104Deelhoofdstuk G) Overige impact	
	106 <b>Verder onderzoek</b> 47
<b>Bijlagen</b>	111Bijlage overzicht: 111Bijlage A 112Bijlage B 53
Bijlage C	122Bijlage D 64
Bijlage E	126Bijlage F 126Bijlage G 126Bijlage H 126

# Inleiding

CELA (Connecting Emerging Literaire Artists) heeft zichzelf ten doel gesteld om een nieuwe generatie van opkomende literaire makers uit kleine Europese taalgebieden te helpen om hun capaciteit tot samenwerking op een internationaal level en voor een internationaal publiek te vergroten (CELA 2017: 8). De noodzaak voor dit programma komt volgens de participerende partners voort uit:

“their shared concerns about the growing gaps in the literary sector: between literary talents, the industry and the European public. They share the need to build a sustainable talent development infrastructure to maintain diversity in European literature and give literary talents the professional boost they need to become successful in the world of tomorrow” (CELA 2017: 8).

## De kloven:

De partners van CELA onderscheiden verschillende problemen en kloven die voortkomen uit de ontwikkelingen binnen de Europese literaire sector. Deze kloven dienen volgens hen overbrugd te worden om de Europese literaire sector een gelijkwaardig speelveld te maken waar talenten uit kleinere Europese taalgebieden beter in kunnen floreren. De partners hebben de volgende zes kloven aangewezen:

**A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie:** In heel Europa heeft de literaire industrie te maken met de stagnatie van boekverkoop en de opkomst van digitalisering. Door deze ontwikkelingen zijn uitgeverijen minder geneigd om risico's te nemen. Werken uit kleine Europese taalgebieden maken minder kans om uitgegeven te worden dan werken uit grotere taalgebieden, zoals Engeland of Duitsland. Een deel van dit probleem bestaat simpelweg uit een gebrek aan vertalingen en vertalers. Een uitgever is genoodzaakt om een proefvertaling te laten maken van een werk uit een taalgebied dat hem niet bekend is. Hier moet meer moeite voor worden gedaan: er moeten extra kosten in worden gestoken en bovendien is er een vertaler nodig waarbij de uitgever ervan uit kan gaan dat deze goed werk levert. Er zijn echter niet veel erkende vertalers voor kleine Europese taalgebieden, omdat daar weinig vraag naar is. De uitgever moet dus meer moeite doen om een werk uit te gaan geven en loopt daarnaast een groter risico omdat het resultaat onzeker is. Het gebrek aan vertalers is een zichzelf instandhoudende cirkel omdat geen enkele uitgeverij een vertaling uit een klein taalgebied aandurft. Een ander deel van het probleem is het feit dat uitgeverijen geen risico durven te nemen met opkomende talenten. Opkomende literaire talenten zijn vaak nog helemaal niet bekend in het buitenland, omdat hun werk nooit eerder is vertaald en omdat ze geen internationale naamsbekendheid hebben. Opnieuw bestaat er voor de uitgever, door een gebrek aan informatie, een groter risico dan wanneer hij een werk uitgeeft van een buitenlands talent dat al geconsecreerd en erkend is in diens eigen land. Vanuit de uitgever wordt ook minder begeleiding en ondersteuning geboden aan literaire talenten. In plaats van te investeren in enkele talenten, proberen ze binnen hun perken zoveel mogelijk werken uit te geven in de hoop die ene bestseller te verkopen. Hierdoor wordt vanuit de uitgever minder aandacht besteed aan het literaire talent en worden er minder kosten gestoken in de ontwikkelingen van het talent onder hun hoede (CELA 2017: 11-12).

**B) De kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk:** Engelssprekende landen bestaat er veel meer scholing en educatie voor opkomende literaire talenten dan in de rest van Europa, Frankrijk en Duitsland zijn daarop misschien de uitzondering. In veel Europese landen zijn opleidingen in Creative Writing of literair vertalen beperkt en in het Oosten van Europa zijn deze mogelijkheden bijna volledig afwezig. Door een gebrek aan opleiding en ondersteuning is de weg voor opkomende literaire talenten uit kleine Europese taalgebieden moeilijker, langer en onduidelijker dan voor opkomende talenten uit grotere Europese taalgebieden. Daarnaast is de scholing die wel wordt geboden in kleine Europese taalgebieden vaak alleen vakgericht. Dat wil zeggen dat ze gericht zijn op het aanleren van schrijfvaardigheid of vertaalvaardigheid en dat ze weinig tot geen aandacht besteden aan vaardigheden die nodig zijn in de beroepspraktijk, zoals jezelf presenteren of een netwerk opbouwen. Na hun educatie vallen talenten in een gat omdat ze eigenlijk niet voldoende zijn opgeleid voor de praktijk. De beroepspraktijk van een schrijver houdt niet alleen het schrijven of vertalen in, maar ook je eigen marketing regelen, het geven van workshops of presentaties, etc. De vaardigheden die hiervoor nodig zijn, worden tijdens de scholing niet voldoende aangeleerd. Er is ook niet voldoende begeleiding na het afstuderen, wanneer het talent zelfstandig de eerste stappen moet maken om toe te treden tot de arbeidsmarkt. Er moet direct na het afronden van de opleiding meer ondersteuning en handvatten worden geboden voor startende literaire talenten en professionals (CELA 2017: 12-14).

**C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt:** We leven in een globaliserende wereld. Digitale ontwikkeling en nieuwe media maken het voor artiesten over de hele wereld mogelijk om elkaar te inspireren met hun stijl en thema's. Literaire talenten zijn daarin echter beperkt vanwege een taalbarrière die automatisch verbonden is aan het medium van de literatuur. Literaire talenten uit landen met kleine Europese talen hebben minder kansen en mogelijkheden dan talenten uit grotere Europese taalgebieden zoals Engeland, Duitsland en Frankrijk. Talenten uit kleinere Europese taalgebieden moeten namelijk altijd eerst vertaald worden naar één van de grotere talen om te kunnen participeren in het internationale literaire veld. Daarnaast is het nog een veel grotere stap om een werk te vertalen van een kleine Europese taal naar een andere kleine Europese taal, bijvoorbeeld van Nederlands naar Roemeens. Al deze extra obstakels op taalgebied maken dat de Europese literaire markt geen gelijkwaardig speelveld is voor de daarin deelnemende landen en talenten. Er is weinig infrastructuur naar kleinere Europese taalgebieden waardoor deze als spelers op de literaire markt vrijwel volledig langs de zijlijn staan. CELA wil mogelijkheden creëren voor de kleine Europese taalgebieden om beter te kunnen participeren in de Europese literaire markt. Een belangrijk onderdeel hiervan is ervoor zorgen dat de talenten meer kennis vergaren over de werking van de diverse literaire velden van verschillende landen zodat ze weten hoe ze kunnen inspelen op de dynamiek van een bepaald literair veld (CELA 2017: 14-15).

**D) Een gebrek aan een internationaal netwerk:** Er is weinig tot geen contact tussen jonge Europese talenten onderling, ook hebben ze weinig connecties met andere literaire instanties. Alle partners binnen CELA zijn het erover eens dat "talents flourish when they are offered access to an international network" (CELA 2017: 15). Literaire talenten kunnen elkaar inspireren, kennis overdragen en elkaar introduceren binnen hun internationale netwerk. Door een netwerk te creëren dat bestaat uit zowel schrijvers, vertalers als literaire professionals ontstaat er meer mobiliteit en zijn er meer interdisciplinaire mogelijkheden voor opkomende talenten. Een sterk netwerk aan opkomende talenten van verschillende nationaliteiten en

culturen kan zichzelf beter positioneren binnen de Europese literaire markt, maar ook hun literaire werk brengt een nieuwe, significante waarde met zich mee omdat er nog niet eerder een netwerk van literaire talenten heeft bestaan dat zich op deze manier door elkaar kan laten inspireren (CELA 2017: 15).

**E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek:** Het internationale literaire publiek, de brede groep literatuurconsumenten, heeft over het algemeen geen kennis van opkomend literair talent uit andere landen. Dat komt doordat er vaak geen vertalingen van opkomende talenten zijn en ze buiten hun land nog geen naamsbekendheid hebben. De kennis van een literair publiek over werken uit andere landen bestaat vaak enkel uit kennis van de canon van het desbetreffende land. Opkomende talenten zijn nog niet op dat niveau geconsecreerd en hebben hierdoor nog geen plaats in de canon. Wanneer er geen kennis bestaat over het werk van opkomend literair talent uit andere landen, bestaat er ook geen toegang tot de leefwereld, thema's en ideeën van de jongere generatie daar. De expressie en de stemmen van jongere generaties in het buitenland blijven hierdoor onbekend en ongehoord. Juist de stem van de jongere generatie is ontzettend waardevol, want deze generatie bepaalt de ontwikkelingen en de toekomst van het veld. Het literair publiek ontwikkelt zich echter mee met de globale ontwikkelingen en trends. Ze zijn niet meer alleen te benaderen door middel van het literaire werk, maar ook social media kan een krachtig middel zijn om internationaal publiek te bereiken. Een andere vorm om een nieuw en groter publiek aan te spreken kan het geven van workshops en presentaties zijn. Het is voor literaire talenten belangrijk om met hun publiek mee te bewegen en de juiste middelen te vinden om in contact te komen, en te blijven, met een internationaal literair publiek (CELA 2017: 15-17).

**F) Van productieketting naar productiecycclus:** De literaire markt is aan vele veranderingen onderhevig. De combinatie van digitalisering, globalisering en een stagnatie in de boekverkoop maakt dat de literaire sector zich heeft moeten ontwikkelen en mee moet bewegen met actuele veranderingen. De vraag naar, en consumptie van, literatuur is ook veranderd. Het lezen van een boek is niet meer de enige, hoofdzakelijke manier van literatuur consumeren. Er is een groeiende markt voor e-boeken, audioboeken, podcasts, *on demand*-televisieseries en literaire activiteiten. De grenzen tussen de literaire producent en de literaire consument vervagen. De consument is niet meer de eindgebruiker van het product. Er wordt simpelweg niet meer gewerkt, zoals voorheen, met een productieketting waarbij het einddoel altijd is om het boek naar de consument te brengen. In plaats daarvan is er sprake van de opkomst van een productiecycclus waarbij vraag en aanbod tussen verschillende literaire actoren veel meer heen en weer bewegen. De literaire sector zit midden in dit transformatieproces en het is niet altijd eenvoudig om oude methodes los te laten en nieuwe methodes te omarmen. De literaire sector moet echter meebewegen met zijn tijd, wil het overleven in deze innovatieve en globaliserende wereld. Het gedachtegoed binnen deze sector moet veranderen en alle participanten binnen het literaire veld moeten leren open te staan voor deze nieuwe dynamiek binnen het oude vertrouwde veld. Literaire talenten moeten zich bewust zijn van de mogelijkheden die dit biedt en andere actoren dienen open te staan voor nieuwe ideeën en initiatieven (CELA 2017: 17-19).

Al deze genoemde problemen en kloven binnen de Europese literaire sector maken dat niet alle taalgebieden en niet alle talenten de kans krijgen om te participeren in de internationale literaire markt. Hierdoor blijven de stemmen van sommige landen en makers ongehoord. CELA wil deze problemen en kloven overbruggen en opkomende talenten uit kleinere Europese taalgebieden een kans geven om zich op internationaal niveau te ontwikkelen.

## Het onderzoek:

Dit onderzoek betreft de resultaten en de impact van de eerste editie van CELA. In de Project Description zijn de beoogde resultaten opgenomen, zowel eindresultaten als resultaten per activiteit. Dit onderzoek zal allereerst proberen te achterhalen of de eindresultaten behaald zijn en vervolgens ook analyseren in hoeverre CELA de zes genoemde kloven heeft weten te overbruggen. De informatie waar dit onderzoek zich op baseert, komt voort uit enquêtes en interviews.

De enquêtes zijn verstuurd naar de 18 deelnemende schrijvers van CELA waarvan 14 de enquête hebben ingevuld. Daarnaast hebben van de 24 participerende vertalers 14 de enquête ingevuld. Van de 6 literaire professionals hebben 4 de enquête ingevuld en van de 7 partners hebben ook 4 de enquête ingevuld. De publieksenquête was openlijk toegankelijk en is door 18 personen ingevuld, van deze groep is ieder CELA-land door minstens één persoon vertegenwoordigd.<sup>12</sup> Voorafgaand aan het onderzoek heeft er een pilot plaatsgevonden om de opzet, inhoud en structuur van de verschillende enquêtes te toetsen. De wijzigingen die in de enquêtes zijn doorgevoerd naar aanleiding van de pilot zijn opgenomen in bijlage A. De enquête is Engelstalig. Alle deelnemers hadden de optie om de enquête anoniem in te vullen. Dit betekent ook dat het niet in alle gevallen duidelijk is uit welk land een deelnemer komt.<sup>13</sup> De antwoorden op de enquêtes waren erg divers. Om helderheid te scheppen is een uitspraak aangenomen als een uitspraak als meer dan vier personen een soortgelijk antwoord geven in het geval van de schrijvers, vertalers en het literair publiek. In het geval van literaire professionals is een uitspraak aangenomen als minimaal twee personen een soortgelijk antwoord gaven.

Naast de enquêtes is er een tweetal interviews gehouden. Het eerste interview is met Noortje Kessels, algemeen projectleider van CELA en daarnaast werkzaam voor Nieuwe Oost Wintertuin. Vanuit haar functie kan Kessels een overzicht geven van de algemene ontwikkelingen en de directe resultaten van het project. Het tweede interview is met Roos Muis, communicatiecoördinator van CELA en tevens verantwoordelijk voor de CELA-PR vanuit Nederland. Muis zal tijdens het interview een overzicht geven van alle PR en communicatieactiviteiten en haar persoonlijke mening geven over het effect en de mogelijke verbeterpunten op dit gebied. Beide interviews worden gebruikt om de resultaten en aldus de impact van CELA te analyseren in aanvulling op de enquêtes.

---

<sup>12</sup> De publieksenquête is ingevuld door drie Nederlanders, vier Belgen, een Portugees, zeven Italianen, twee Roemenen en door iemand uit Honduras en iemand uit Mexico. De laatste twee zijn Spaanstalige gebieden en worden in deze ondervraging beschouwd als vertegenwoordigers van het Spaanstalige literaire veld.

<sup>13</sup> In sommige gevallen kan het opgeven van een nationaliteit ertoe bijdragen dat iemand zijn anonimiteit verliest. Er zijn bijvoorbeeld maar drie schrijvers uit ieder land. Weten welke nationaliteit iemand heeft, in combinatie met de soort specialisatiecursus, zou binnen de organisatie direct onthullen over welke persoon het gaat.

# Resultaten

Bij het opzetten van het project heeft CELA concrete doelen gesteld omtrent de praktische resultaten die aan het eind van het project behaald moeten zijn. De einddoelen zijn opgedeeld per jaar en worden aldus op deze wijze behandeld in dit onderzoek. Per doel is in dit onderzoek gecontroleerd of het gewenste resultaat bereikt is en soms wordt er nog toelichting of commentaar op het proces gegeven.

## Resultaten eerste jaar:

Doel	Gehaald?	Commentaar
At least 36 new texts: 1 assignment and 1 autonomous work per writer, including short screenplays, transmediated works and podcasts (activity 2-6).	Ja	
At least 270 new translations: per translator 3 sample texts, 3 assignments and 3 autonomous works.	Ja	
18 x 5 = 90 brochures to present the authors at book fairs and festivals abroad, including the produced texts and translations.	Ja	
At least 3 transmediated works.	Ja	<p>Joao Valente - film: Unburning a fire.  <a href="https://unburningafire.wordpress.com/">https://unburningafire.wordpress.com/</a></p> <p>Maud Vanhauwaert - literaire audio: Maar het huis woont nog in mij.  <a href="http://thehouseinme.com/">http://thehouseinme.com/</a></p> <p>Roberto Osa: Website 13 dagen in onze koelkast (beschikbaar in alle CELA-talen).  <a href="https://13days.eu/nl/">https://13days.eu/nl/</a></p>
At least 3 Personal Visibility plans.	Ja	Drie schrijvers geven aan een Personal Visibility-plan



		te hebben geschreven. Een persoon geeft aan dit plan niet nuttig te vinden en twee zijn neutraal erover. In de toelichting komt naar voren dat ze wel nuttige tips hebben opgedaan, maar dat hun plan niet erg uitgebreid/verdiepend was. <sup>14</sup>
At least 3 short screenplays, pitched to at least one producer per writer.	Ja	Drie schrijvers hebben een screenplay geschreven. Twee van hen hebben daarop gereageerd in de enquêtes. De een vond deze ervaring redelijk nuttig, de ander totaal niet. Ze geven aan hun screenplay te hebben gepitched aan twee producers. Beide schrijvers reageren neutraal op de vraag of de ervaring van deze pitch nuttig was en geven aan dat het geen indrukwekkende ervaring was. <sup>15</sup>
At least 3 podcasts with new work and their translations, produced during CELA.	Ja, meer dan drie podcasts (zes) maar zonder vertalingen.	Zes podcasts van de werken van verschillende schrijvers uit verschillende landen zijn opgenomen en te vinden op Wintertuin Soundcloud: <a href="https://soundcloud.com/wintertuin/sets/cela-podcast/s-OVvP6">https://soundcloud.com/wintertuin/sets/cela-podcast/s-OVvP6</a> In deze podcasts zijn geen vertalingen meegenomen.
At least 40 videos of the participants presenting themselves and their work.	Ja	Van alle schrijvers en vertalers is een video gemaakt waarin ze zichzelf en hun werk introduceren. Deze video's zijn terug te vinden op de website van CELA: <a href="https://www.cela-europe.com/artists.html">https://www.cela-europe.com/artists.html</a> Van de literaire professionals

<sup>14</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - Sectie Specialisation course: Personal Visibility - vraag 19a en 19b.

<sup>15</sup> Zie bijlage D - Schrijversenquête - Sectie Specialisation course: Screenwriting - vraag 19a/b en 20a/b.

		is geen video gemaakt. <sup>16</sup>
6 chapbooks to promote a selection of our best authors to publishers abroad: the partners decide together which author fits best in which market, for instance: one of the three Portuguese writers will be introduced to the Italian market, and one of the Italian to the Dutch market.	Nee (vervangen door uitgebreide brochures)	Zoals blijkt het uit interview met Roos Muis is het idee van de 6 chapbooks vervangen door meer uitgebreide brochures van iedere schrijver. <sup>17</sup>

## Resultaten tweede jaar:

Doel	Gehaald?	Commentaar
A digital tour: texts and translations of our talented creators make a tour through digital platforms of all the participating countries, reaching a new and very large online public.	Ja	Uit het interview met Roos Muis blijkt dat alle partners actief verschillende digitale platforms hebben benaderd. Het is nog niet geheel bekend op welke platforms exact is gepubliceerd vanuit de verschillende landen maar in Nederland zijn publicaties geweest op Hard Hoofd en Notulen van het Onzichtbare. <sup>18</sup>
An innovative stage presentation format.	Ja	
A European festival tour with stage presentations of our talents who will be presented by our well-known ambassadors, reaching more than a thousand	Ja	Uit het interview met Noortje Kessels blijkt dat tijdens alle festivals de presentatie minstens twee keer heeft plaatsgevonden. CELA is aanwezig geweest op 8 festivals, waarmee het doel van minstens 1000 bezoekers zeker

<sup>16</sup> Dit wordt bevestigd door Roos Muis in haar interview omtrent de communicatie van CELA - Zie bijlage B.

<sup>17</sup> Zie bijlage B - interview Communicat CELA met Roos Muis.

<sup>18</sup> Zie bijlage B - interview Communicat CELA met Roos Muis.

festival visitors, in six European countries, with at least 12 festival presentations.		is gehaald. De festivals zijn terug te vinden op de website: <a href="https://www.cela-europe.com/meet-cela.html">https://www.cela-europe.com/meet-cela.html</a> . <sup>19</sup>
12 creative writing workshops for amateurs and professionals, given by our well-known ambassadors, at six literary festivals.	Ja	Bevestigd door Noortje Kessels in haar interview. <sup>20</sup>
12 Creative Writing workshops by our emerging CELA-authors, during the European tour and outside of their own country, to groups of amateurs and professionals.	Ja	Bevestigd door Noortje Kessels in haar interview. <sup>21</sup>
12 translation workshops for amateurs and professionals, given by our well-known ambassadors, at six literary festivals.	Ja	Bevestigd door Noortje Kessels in haar interview. <sup>22</sup>
An ongoing promotion and marketing tour, representing our literary talents at six European literary festivals and three book fairs.	Ja	Europese festivals: <sup>23</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hay Festival Segovia, Spain</li> <li>- Tinto no Branco - Festival Literário de Viseu, Portugal</li> <li>- Book Fest, Romania</li> <li>- Pisa Book Festival, Italy</li> <li>- Passa Porta Festival, Belgium</li> <li>- Wintertuinfestival, the Netherlands</li> <li>- Lev – Literatura em Viagem, Portugal</li> </ul> Boekenbeurzen: <sup>24</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Frankfurter Buchmesse in</li> </ul>

<sup>19</sup> Zie bijlage C - interview met Noortje Kessels

<sup>20</sup> Zie bijlage C - Interview met Noortje Kessels

<sup>21</sup> Zie bijlage C - Interview met Noortje Kessels

<sup>22</sup> Zie bijlage C - Interview met Noortje Kessels

<sup>23</sup> Tourdates zijn terug te vinden op <https://www.cela-europe.com/meet-cela.html>

<sup>24</sup> Benoemd en toegelicht door Ruis Muis in het interview met haar - Zie bijlage B - Interview CELA-communicatie en PR met Roos Muis.

		<p>Duitsland</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pisa Book festival in Italië</li> <li>- Bookfest in Roemenië</li> </ul>
A digital publication with methods and tools to share with other literary organisations throughout Europe.	Nog niet aanwezig.	Noortje Kessel geeft in haar interview aan dat dit meer vorm gaat krijgen na de laatste CELA-evaluatie. <sup>25</sup>
A digital magazine featuring texts by CELA-authors, interviews and reports, translated by CELA-translators, to promote the platform and as a tool to help pitch the work of CELA-authors and -translators to the B2B target groups.	Vervangen door de website, dit heeft wel consequenties voor de output.	Op de website staan geen teksten en dus ook geen vertalingen. De website is dus geen instrument om het werk van de talenten mee te promoten. Wel staan er interviews, video's en biografieën op de website. De website is is niet noodzakelijk B2B maar lijkt een meer algemene publiek te willen aanspreken. Website: <a href="https://www.cela-europe.com/">https://www.cela-europe.com/</a>
Selling the translation rights of at least 3 writers to 3 publishers.	2/3 + een aantal mogelijkheden/opties voor de toekomst.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lotte Lentes heeft in Spanje een uitgeefcontract gekregen bij Lengua de Trapo voor <i>De jongen, het stof</i>. CELA-vertaler Irene de la Torre, die Lotte's werk voor de brochures had vertaald, heeft de vertaalrechten gekregen.</li> <li>- Joost Oomen heeft in Italië een contract gekregen bij Tunué voor <i>De zon als hij valt</i>. De vertaalrechten gaan naar Antonio de Sortis.</li> <li>- Een aantal schrijvers geven aan dat ze in contact zijn met uitgevers en dat daar in de toekomst mogelijk een contract uit voort zou kunnen komen.<sup>26</sup></li> </ul>
A European network to exchange talents, experience, knowledge and tools.	Ja	Zie deelhoofdstuk D van dit onderzoek.
Reached audience: - General public, directly participating in the project	Nog onduidelijk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uit het interview met Roos mis blijkt dat zij het vermoeden heeft dat de</li> </ul>

<sup>25</sup> Zie bijlage C - Interview met Noortje Kessels

<sup>26</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 72a.

<p>activities (e.g. the audience of performances, readers of new works, presentations introduction week, specific courses, European tour and final meetings): 12.500 people.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artists participating in our educational programme: 600 people.</li> <li>- Cultural and special experts: publishers, agents and other literary market people: 350 people.</li> <li>- Students participating in specialisation courses, 20 per course: 100 people.</li> <li>- Other: online public, reached through our digital tour: the presentation of works from participants on our digital channels.</li> </ul> <p>We will give substantial attention to the artists on all participating online platforms, reaching a combined European audience of over 80.000.</p>		<p>80.000 personen wel gehaald zijn, verdeeld over alle digitale promotiekanalen, inclusief de verschillende platforms als onderdeel van de digital tour.<sup>27</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Noortje Kessel geeft in haar interview aan verder onderzoek te gaan doen naar het aantal en de verschillende soorten publiek die zijn bereikt.<sup>28</sup></li> </ul>
--	--	--

<sup>27</sup> Zie bijlage B - Interview: Communicatie en PR van CELA met Roos Muis.

<sup>28</sup> Zie bijlage C - Interview met Noortje Kessels.

# Impact

We zullen nu per kloof naar de resultaten van het project kijken. Dit doen we door voor iedere kloof een hoofdvraag op te stellen en deze te beantwoorden aan de hand van deelvragen. Daarnaast gaan we op zoek naar resultaten, impact en tekortkomingen die in de projectomschrijving niet zijn voorzien. Deze overige impact wordt behandeld als kloof G. Per kloof is de volgende hoofdvraag gesteld:

- **A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie:** Hebben de talenten duurzame relaties opgebouwd met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende nationale literaire velden van de deelnemende landen?
- **B) De kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk:** Hebben de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden opgedaan om op een diverse wijze beter aan de slag te kunnen binnen de beroepspraktijk van hun vak?
- **C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt:** Heeft CELA meer mogelijkheden gecreëerd voor de talenten om op internationaal niveau te participeren in de literaire markt?
- **D) Een gebrek aan een internationaal netwerk:** Hebben talenten hun professionele netwerk uitgebreid over lands-/discipline-/taalgrenzen heen?
- **E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek:** Heeft CELA ervoor gezorgd dat er betere/meer connecties zijn tussen de artiesten en het internationale literaire publiek.
- **F) Van productieketting naar productiecyclus:** Zijn de CELA-deelnemers beter in staat om op de veranderende vorm van productie binnen het literaire veld te anticiperen en te reageren?
- **G) Overige impact:** Wat is de overige impact van het project en welke impact ontbreekt nog?

Deelvraag F betreft een relatief open vraag die moeilijk te bevatten is in enquêtevragen. In dit onderzoek beschouwen we deelhoofdstuk F dus ook als een optelsom van de vorige hoofdstukken. Het hoofdstuk zal een samenvattend en concluderend karakter hebben. Deelhoofdstuk G volgt op Deelhoofdstuk F als een laatste toevoeging op dit onderzoek voordat de mogelijkheden tot verder onderzoek worden besproken.

## Deelhoofdstuk A) De kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie:

Binnen de verschillende literaire velden heeft zich een trend ontwikkeld waardoor verschillende instituties, met name uitgevers, het niet aandurven om met onbekend, opkomend talent uit andere landen in zee te gaan, laat staan deze te publiceren. CELA wil proberen om deze trend tegen te gaan door opkomende talenten uit verschillende kleine Europese taalgebieden te

introduceren in de participerende literaire velden. Zo kunnen de artiesten naamsbekendheid vergaren en ervaren de verschillende instanties hopelijk een minder groot risico. In dit deelhoofdstuk zullen we proberen te achterhalen of de opkomende CELA-talenten duurzame relaties hebben opgebouwd met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende nationale literaire velden die participeren in CELA. Dit doen we door te onderzoeken of de talenten meer contacten hebben vergaard binnen het literaire veld van andere deelnemende landen, voornamelijk binnen de uitgeefindustrie. Daarnaast zullen we bekijken of CELA het investeren in internationaal, opkomend talent meer toegankelijk heeft gemaakt voor uitgevers etc. Hierbij is ook oog voor het duurzame aspect van de onderlinge relaties, dat wordt onderzocht door de vraag of er al concrete, duurzame resultaten zijn voortgekomen uit het door CELA opgebouwde contact tussen de talenten en de verschillende velden.

### **Deelvraag 1: Hebben de talenten meer contacten vergaard binnen het literaire veld van andere deelnemende landen, voornamelijk binnen de uitgeefindustrie?**

Schrijvers: Het aantal contacten en het soort contacten dat de schrijvers hebben opgedaan tijdens de masterclass zijn erg verschillend.

- Writing didactics: (gemiddeld 15 contacten) geen deelnemers van het literaire veld, zeker geen uitgevers, wel enkele docenten en studenten.<sup>29</sup>
- Transmedia: (gemiddeld 5 contacten) geen uitgevers, wel enkele literaire professionals binnen Wintertuin.<sup>30</sup>
- Visibility: (gemiddeld 6 contacten) enkele uitgevers en editors.<sup>31</sup>
- Screenwriting: (gemiddeld 2 contacten) enkele actoren uit de lokale filmindustrie maar niemand uit het literaire veld.<sup>32</sup>
- Personal Marketing: (gemiddeld 5,5 contacten) enkele uitgevers en enkele literaire professionals.<sup>33</sup>

De specialisatiecursus Visibility en Personal Marketing lijken de beste resultaten te hebben opgeleverd als het gaat om contacten met uitgevers en het lokale literaire veld. Screenwriting heeft weinig contacten opgeleverd en deze contacten waren ook niet echt heel relevant.

Op de algemene vraag of de schrijvers zich meer zichtbaar voelen binnen het literaire veld waar ze geweest zijn als onderdeel van de festivaltour, reageerden de schrijvers uiteenlopend, maar overwegend neutraal; 42,9% is neutraal, 21,4% negatief en 35,7% is positief. Uit de toelichting op dit antwoord komt naar voren dat de ervaring sterk verschilt per festival, bij de meeste festivals werd volgens de schrijvers alleen een algemeen lezerspubliek aangesproken en niet direct het literaire veld. De schrijvers hebben wel aangegeven enkele literaire professionals te hebben ontmoet die onderdeel waren van de festivalorganisatie en een enkeling heeft contact gehad met een journalist en/of fotograaf. Sommige schrijvers geven aan dat het door een vol

---

<sup>29</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Writing Didactic - vraag 21a en 21b.

<sup>30</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Transmedia Storytelling - vraag 18a en 18b.

<sup>31</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Visibility - vraag 18a en 18b.

<sup>32</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Screenwriting - vraag 18a en 18b.

<sup>33</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Personal Marketing - vraag 18a en 18b.

tijdschema lastig was om contacten te leggen naast de activiteiten waar ze onderdeel van waren.

Vertalers: Tijdens de eerste masterclass hebben de vertalers binnen het lokale literaire veld alleen contact gemaakt met de vertegenwoordigers van Babel Review of Translation en verder met enkele literaire professionals.<sup>34</sup> Tijdens de tweede masterclass hebben de vertalers vooral literaire professionals van Wintertuin ontmoet en enkele docenten van buitenaf.<sup>35</sup> Bij beide toelichtingen kwam erg sterk naar voren dat het voor vertalers alleen interessant is om een netwerk op te bouwen in de internationale literaire ruimte van hun bron/doeltalen. De eerste masterclass vond plaats in Pisa en is dus wat betreft contacten voornamelijk relevant voor vertalers van of naar het Italiaans.

De tweede masterclass vond plaats in Utrecht en was dus alleen relevant voor vertalers van en naar het Nederlands, als het gaat over het vergaren van contacten. Heel veel vertalers geven aan dat ze graag meer kansen hadden gekregen om contacten op te doen in de voor hen relevante literaire velden. Dit punt komt vaker terug in de ondervraging van de vertalers. In de toelichting op de vraag over de mogelijkheden om aan de slag te gaan als vertaler binnen hun literaire veld, antwoordden eigenlijk alle vertalers dat het vooral ontzettend moeilijk is om zichtbaarheid te vergaren, om contacten te leggen en kansen te krijgen waardoor ze een carrière zouden kunnen opstarten.<sup>36</sup>

In de vraag om hun nieuwe netwerk te omschrijven, zie deelhoofdstuk 'D Netwerk', geven de vertalers expliciet aan dat ze graag meer contact hadden gelegd met uitgevers binnen de literaire velden die voor hen relevant zijn en dat deze groep op dit punt echt nog ontbreekt in hun netwerk.<sup>37</sup>

De vertalers geven aan dat ze tijdens de festivals voornamelijk literaire professionals hebben ontmoet die onderdeel waren van het programma.<sup>38</sup> Ze zijn niet erg overtuigd over het feit dat ze meer zichtbaar zijn geworden binnen het literaire veld door het festival. 53,8% is daar neutraal over, 30,8% is negatief en slechts 15,4% is positief. Ook hier lijkt het erop dat de meningen verschillend zijn per festival.<sup>39</sup>

Literaire professionals: De literaire professionals geven aan gemiddeld 15 nieuwe contacten te hebben opgedaan tijdens hun schaduwweek. De verschillen tussen het aantal contacten dat ze hebben opgedaan, zijn echter erg groot: het varieert van 2 tot 35 nieuwe contacten. 75% van de literaire professionals geeft aan niet alleen werknemers van de partnerorganisatie te hebben ontmoet, maar ook professionals van andere literaire instituten zoals uitgevers en editors.<sup>40</sup>

Partners: Aan de partners is specifiek gevraagd of ze de festivals een goede manier vonden om talenten te introduceren binnen het literaire veld. De meningen lopen alle kanten op of zijn neutraal. 50% is neutraal en de andere zijn of extreem positief, of extreem negatief. Alleen de

---

<sup>34</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - sectie: Masterclass translation 1 - vraag 12a en 12b.

<sup>35</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - sectie: Masterclass translation 2 - vraag 18a en 18b.

<sup>36</sup> Zie bijlage E - vertalers enquête - vraag 76.

<sup>37</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 56a.

<sup>38</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 44a en 44b.

<sup>39</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 46a en 46b.

<sup>40</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 17a en 17b.



partners van het Pisa Book Festival zijn enthousiast omdat alle talenten daar volgens hen kennis hebben gemaakt met veel aanwezige uitgevers.<sup>41</sup> De andere partners geven aan dat hun festival toch meer gericht was op het literaire publiek dan op de literaire agenten.<sup>42</sup> CELA is aanwezig geweest op enkele boekenbeurzen, namelijk: Frankfurter Buchmesse, Pisa Bookfestival en Bookfest Roemenië.<sup>43</sup> De partners vinden dit geen effectieve manier om de talenten en CELA te promoten. Van hen was 75% was negatief en 25% neutraal. Eén van de toelichtingen was: “As far as I know there was not much impact of our activity in the book fairs on getting publishers or agents interested on CELA-authors. Most of the contacts and publications came by other means. Probably, organizing through the LPs meetings with the local industry in each country could work better.”<sup>44</sup> De partners zijn ervan overtuigd dat alle CELA-artisten nu echter wel beter in staat om zichzelf te promoten binnen de verschillende internationale literaire velden dan voorafgaand aan het project. Van de partners is 75% daar zeer van overtuigd, ze noemen daarbij dat de talenten nu meer contacten en meer kansen hebben binnen de verschillende internationale literaire velden.<sup>45</sup>

Conclusie deelvraag: Het aantal en het soort connecties dat de talenten hebben gemaakt binnen het internationale literaire veld is sterk afhankelijk van de activiteiten en de festivals waar ze aanwezig waren. Het gevaar is daarbij dat sommige talenten mogelijk net alle kansen om goede contacten op te doen mislopen. De vertalers geven aan dat ze binnen het literaire veld voornamelijk behoefte hebben aan contacten uit hun bron/doeltaal. Het lijkt erop dat ze niet voldoende kansen hebben gehad om deze te kunnen opdoen. Ze waren wel aanwezig in het festival van hun doeltaal maar hebben op de festivals vaak geen mogelijkheden gehad om met relevante agenten uit deze literaire veld in contact te komen omdat de festivals daar niet op gericht waren. De literaire professionals hebben gemiddeld een groot aantal een diverse groep nieuwe contacten opgedaan hoewel de uitersten per ervaring toch wel sterk uit elkaar liggen.

### **Heeft CELA het investeren in internationaal opkomend talent meer toegankelijk gemaakt voor uitgevers?**

CELA heeft de schrijvers binnen het project een “sample” tekst laten aanleveren die allemaal zijn vertaald naar alle talen van de betrokken landen door de deelnemende vertalers. Roos Muis omschrijft in haar interview<sup>46</sup> dat deze teksten de vorm hebben gekregen van brochures. De brochures dienen als middel om zowel het werk van de schrijvers, als van de vertalers te laten proeflezen. Doordat de brochures in de verschillende talen leesbaar zijn, kunnen de uitgevers en andere literaire professionals uit de deelnemende taalgebieden zich verzekeren van de kwaliteit en potentie van de talenten.

---

<sup>41</sup> Pisa Book festival is voornamelijk ook een beurs, aldus zijn er veel verschillende uitgevers aanwezig.

<sup>42</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 33a en 33b.

<sup>43</sup> Zie bijlage C - Interview Noortje Kessels

<sup>44</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 37a en 37b.

<sup>45</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 52a t/m 52f.

<sup>46</sup> Zie bijlage B – Interview promotie en communicatie met Roos Muis

Schrijvers: 78,6% van de schrijvers ziet de brochure als nuttig promotiemateriaal en de rest is neutraal. In de toelichting op deze vraag geven meerdere schrijvers aan hun hoop te hebben gevestigd op de kansen die deze brochures bieden: "Yes, it was amazing publicity tool. I traveled to Pisa with that, for example, and I am still using them to try to translate my work to Italian".<sup>47</sup> De schrijvers geven over het algemeen ook aan tevreden te zijn over het eindproduct van de brochure. 78,6% geeft aan tevreden te zijn en de overige schrijvers zijn neutraal. Een enkeling vindt de opmaak wat te simplistisch of vindt dat zijn eigen biografie niet helemaal klopt.<sup>48</sup>

Vertalers: 75,9% van de vertalers ziet de brochures als goed promotiemateriaal, vooral voor uitgevers. Sommige noemen echter dat er heel veel van zijn geproduceerd, maar dat de brochures niet hun doel hebben bereikt. Ze zijn volgens hen namelijk niet bij de uitgevers terecht gekomen. Er wordt geopperd om er minder van te maken en ze direct naar de specifieke doelgroep van uitgevers te sturen.<sup>49</sup> Deze opmerking laat duidelijk zien dat het voor de vertalers veel belangrijker is om op te vallen binnen het literaire veld en dat het bereiken van een internationaal literair publiek niet hun eerste prioriteit is. Ze lijken echter wel redelijk tevreden over het concrete eindproduct van de brochures. Van de vertalers is 69,3% tevreden, 23,1% is neutraal en slechts een enkeling is negatief.<sup>50</sup> Daarnaast vinden alle vertalers het ontzettend belangrijk en goed dat de naam van de schrijvers en vertalers op de brochure staan in hetzelfde lettertype en in dezelfde grootte: "Yes, it is important for reasons of both visibility and accountability. A translator is the voice of a writer, therefore she/he shouldn't be hidden nor should she/he hide".<sup>51</sup>

Partners: 50% van de partners geeft aan de brochures actief te hebben ingezet, of in te gaan zetten, om CELA-deelnemers te promoten binnen hun literaire veld terwijl ze allemaal aangeven de brochures ingezet te hebben om CELA-deelnemers te promoten binnen het algemene lezerspubliek van hun land.<sup>52</sup> Slechts 50% van de partners is dan ook tevreden over het eindproduct van de brochures. Er wordt aangegeven dat ze nuttig zijn, maar eventueel hun doel voorbijschieten of dat ze kleine typografische fouten bevatten.<sup>53</sup>

Conclusie deelvraag: Het grootste gedeelte van de schrijvers en vertalers is tevreden over de brochures en vindt het een goed promotiemiddel binnen het literaire veld, maar slechts de helft van de partners is het daarmee eens. Dit is interessant omdat het gedeeltelijk de verantwoordelijkheid van de partners is om de brochures te verspreiden binnen het literaire veld.

### **Deelvraag: zijn er concrete verbindingen ontstaan tussen opkomende CELA-talenten in het internationale literaire veld?**

---

<sup>47</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 38a en 38b.

<sup>48</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: vraag 40a en 40b.

<sup>49</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 38a en 38b.

<sup>50</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 40a en 40b.

<sup>51</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 41a en 41b.

<sup>52</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 49c en 49d.

<sup>53</sup> Zie bijlage F - Partners enquête - vraag 49a en 49b.

Schrijvers: Uit de professionele contacten die zijn opgebouwd door middel van CELA zijn tot dusver twee uitgeef- en vertaalcontracten gekomen. Noortje Kessels noemt in haar interview<sup>54</sup> dat Lotte Lentjes in Spanje een uitgeefcontract heeft gekregen bij Lengua de Trapo voor *De jongen, het stof* en dat de CELA-vertaler Irene de la Torre, die haar werk voor de brochures had vertaald, de vertaalrechten heeft gekregen. Daarnaast heeft Joost Oomen in Italië een contract gekregen bij Tunué voor *De zon als hij valt* en de vertaalrechten gaan naar Antonio de Sortis. Kessels geeft aan dat er nog meerdere processen lopen over eventuele uitgeefcontracten. Zolang deze echter nog niet bevestigd zijn, worden de deelnemers niet bij naam genoemd. Naast de vertaal- en uitgeefcontracten die al daadwerkelijk tot stand zijn gekomen, blijkt uit de enquête ook dat er tweemaal door schrijvers wordt aangegeven dat er mogelijk een uitgeefcontract komt. Daarnaast noemen de schrijvers nog andere opdrachten en kansen die zijn ontstaan binnen het literaire veld van andere landen door hun deelname aan CELA: een schrijver mag een workshop gaan geven, een andere schrijver is ingeschakeld voor het geven van lezingen en weer een ander mag deelnemen aan een literair festival.<sup>55</sup>

Vertalers: Naast de twee vertaalcontracten geven de vertalers ook aan dat er verschillende opdrachten en kansen zijn aangeboden naar aanleiding van hun deelname aan CELA: tweemaal wordt de mogelijkheid tot het recht op vertalen van een literair werk genoemd, vier vertalers hebben hun werk kunnen publiceren in een relevant tijdschrift en een vertaler geeft aan deel te mogen nemen aan een vertaalproject bij een gerenommeerde uitgever.<sup>56</sup>

Literaire professional: Van de literaire professionals geeft 75% aan dat ze geloven in staat te zijn om andere literaire talenten in contact te brengen met de literaire professionals en uitgeveries die ze al in hun netwerk hebben: "I could be in the position to facilitate contacts with publishers, as well as to help them in presenting their work at the Festival when possible".<sup>57</sup>

Partners: 75% van de partners ziet zichzelf tevens als een mediator om CELA-talenten voor te stellen en op weg te helpen binnen hun literaire veld. Ook in de toekomst zien ze nog mogelijkheden om de opkomende talenten verder te helpen en kansen te bieden.<sup>58</sup>

Conclusie deelvraag: De concrete resultaten lijken goede hoop te bieden voor een duurzame relatie tussen enkele CELA-talenten bij bepaalde instanties uit andere literaire velden, maar bieden geen garantie. Om de daadwerkelijke duurzaamheid van deze relaties te bevestigen dient een ander soort onderzoek gedaan te worden en dit kan moeilijk tot niet worden afgeleid uit het verslag waar dit hoofdstuk zich op baseert. Een relevante toevoeging is wel dat zowel de literaire professionals als de partners ervan overtuigd zijn dat ze in de toekomst nog een rol zullen spelen om meer contacten en opdrachten te bewerkstelligen voor de schrijvers en vertalers.

---

<sup>54</sup>Zie bijlage C – Interview Noortje Kessels

<sup>55</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 72a.

<sup>56</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 71.

<sup>57</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 38c.

<sup>58</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 65b, 65c en 66.

### **Hoofdvraag: Hebben de opkomend CELA-talenten duurzame relaties opgebouwd met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende nationale literaire velden die participeren in CELA?**

Het lijkt erop dat alle talenten contacten hebben opgedaan binnen de verschillende literaire velden die ze hebben bezocht, maar dat het literaire festival voor dit doeleinde niet direct geschikt is. De schaduwweken voor de literaire professionals hebben, op een enkeling daargelaten, veel contacten opgeleverd die relevant en interessant zijn in het desbetreffende veld en juist deze groep denkt in de toekomst andere talenten nog te kunnen ondersteunen in het leggen van contacten. De vertalers hebben wel nieuwe contacten opgedaan binnen het literaire veld dat ze bezochten, maar niet voor alle vertalers waren deze contacten relevant. Alle vertalers geven aan graag meer contacten op te doen binnen het literaire veld van hun bron- of doeltaal. Bij de schrijvers is het aantal contacten dat ze hebben opgedaan in het literaire veld erg afhankelijk van de specialisatiecursus die ze hebben gevolgd. Alle talenten vinden de brochures een goed promotiemiddel hoewel sommige vertalers graag meer gerichte verspreiding van de brochures onder uitgevers wensen. De partners verschillen van mening over de brochure en ze zijn niet allemaal tevreden. Qua directe resultaten van de CELA-activiteiten zijn er twee uitgeef- en vertaalcontracten voortgekomen, aangevuld door relevante opdrachten en kansen voor enkele andere talenten.

### **Deelhoofdstuk B) Kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk.**

Om de kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk te overbruggen probeert CELA de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden te laten opdoen. Om te onderzoeken of dit gelukt is, wordt gekeken of de talenten meer vaardigheden hebben opgedaan om op een veelzijdige wijze aan de slag te kunnen in hun beroepspraktijk. Daarnaast wordt onderzocht of CELA een toevoeging is op het onderwijs dat ze (eventueel) eerder al hebben ontvangen en of de talenten nu het gevoel hebben dat ze beter voorbereid zijn op de arbeidsmarkt.

#### **Deelvraag: Hebben de talenten (artistieke) vaardigheden opgedaan waarmee ze op een meer diverse wijze aan de slag kunnen binnen hun beroepspraktijk?**

Schrijvers: De schrijvers geven uiteenlopende antwoorden op de vraag of ze nieuwe/meer strategieën hebben opgedaan voor een meer diverse beroepspraktijk.<sup>59</sup> Van de schrijvers is 35,7% positief, 35,7% is neutraal en 28,6% is negatief. Degenen die deze vraag volmondig met "ja" hebben beantwoord, lijken vooral het lesgeven als een nieuw gevonden toevoeging aan hun beroepspraktijk te zien. Een aantal schrijvers is geïnteresseerd geworden om zelf aan de slag te gaan binnen een literaire instantie. Het grootste gedeelte van de schrijvers geeft echter aan tot op zekere hoogte wel iets geleerd te hebben, maar niet direct ideeën te hebben over hoe ze dit in praktijk willen toevoegen aan hun beroepspraktijk, of zelfs niet overtuigd te zijn dat het binnen hun literaire veld mogelijk is een meer diverse beroeps carrière na te streven. Mogelijk hangt deze diversiteit aan meningen samen met de specialisatiecursus die de desbetreffende schrijvers hebben gevolgd. Aan de schrijvers is namelijk ook de meer specifieke vraag gesteld of ze zichzelf meer divers in hun beroepspraktijk achten naar aanleiding van hun specialisatiecursus. De verschillende groepen antwoordden daarop het volgende:

---

<sup>59</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 61a en 61b.

- Writing didactics: Zeer positief. Alle leden uit deze groep geven aan dat de specialisation course in meer of mindere mate hen iets bijgebracht heeft over lesgeven en docentschap, het was volgens hen waardevol om daarmee te oefenen.<sup>60</sup>
- Transmedia storytelling: Overwegend positief. 50% is positief en 50% is neutraal. Alle deelnemers van deze specialisatiecursus geven wel aan heel veel geleerd te hebben over transmedia storytelling en hierdoor breder en meer divers te zijn geworden op artistiek gebied. Ze zijn echter terughoudend over of ze dit kunnen inzetten in hun beroepspraktijk. Dit wegens een gebrek aan geld of omdat hun literaire veld daar nog minder voor open staat.<sup>61</sup>
- Visibility: Matig. 33% is positief, 33% is neutraal en 33% is negatief. De deelnemers van deze specialization course geven aan geen nieuwe elementen van hun beroepspraktijk te hebben geleerd maar wel beter te zijn geworden in het bereiken van hun publiek met middelen waarin ze al bekend mee waren.<sup>62</sup>
- Screenwriting: Matig tot niet: 50% is neutraal en 50% negatief. De deelnemers van deze specialisatiecursus geven aan tot op zekere hoogte wel iets geleerd te hebben over screenwriting maar lang niet genoeg om daar in de beroepspraktijk mee aan de slag te gaan.<sup>63</sup>
- Personal Marketing: Redelijk positief: 75% is zeer positief en 25% is negatief. De deelnemers van deze specialisatiecursus geven aan dat ze veel geleerd hebben over de werking van het literaire veld, geldstromen en hoe ze zichzelf binnen het netwerk meer als een professional kunnen presteren.<sup>64</sup>

Het gros van de schrijvers, (64,3%) geeft ook aan dat ze de vaardigheden die ze hebben opgedaan in hun specialisatiecursus hebben kunnen integreren tijdens hun festivaloptredens.<sup>65</sup> Ze noemen daarbij vaardigheden zoals het antwoord geven op interviews, het presenteren van jezelf op een podium, contact durven aangaan met een uitgever en een over het algemeen meer zelfverzekerde houding. De schrijvers die hun vaardigheden niet hebben kunnen toepassen, geven aan niks nieuw te hebben geleerd tijdens hun specialisatiecursus of dat een festival niet het juiste soort context was voor het toepassen van de vaardigheden die ze hebben opgedaan. Zes schrijvers geven aan dat ze een workshop hebben gegeven en ieder van hen benoemt dit als een leerzame, inspirerende of over het algemeen waardevolle ervaring.<sup>66</sup>

Vertalers: Op de vraag of ze nieuwe strategieën hebben ontwikkeld op andere aspecten van hun beroepspraktijk naast het literair vertalen, reageert 46,2% negatief, 46,2% neutraal en 7,8% positief. Ze noemen in de toelichting de optie om literair scout te worden, maar zien daar geen bron van inkomen in. De mogelijkheid om lezingen en workshops te geven wordt door een enkeling geopperd als een goede mogelijkheid, maar over het algemeen geven ze aan niet

---

<sup>60</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Writing Didactics - vraag 20a en 20b.

<sup>61</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Transmedia storytelling - vraag 20a en 20b.

<sup>62</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Visibility - vraag 22a en 22b.

<sup>63</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Screenwriting - vraag 22a en 22b.

<sup>64</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Personal Marketing - vraag 22a en 22b.

<sup>65</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 43.

<sup>66</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 48.

zeker te zijn over andere opties binnen hun eigen beroepspraktijk, of ze stellen dat ze wel ideeën hebben, maar weten niet goed hoe ze dit dan daadwerkelijk zouden moeten uitvoeren.<sup>67</sup>

Literaire professionals: De literaire professionals is gevraagd welke professionele vaardigheden ze hebben vergaard om mee te nemen in hun beroepspraktijk.<sup>68</sup> Bij de toelichting op deze vraag lijken de voorbeelden die ze noemen echter meer op kennis en ervaringen dan op daadwerkelijke vaardigheden. Ze geven allemaal aan meer kennis van andere literaire velden te hebben opgedaan en zo geleerd te hebben over de manier waarop de partners daarin fungeren. Ze noemen ook dat ze hebben ingezien hoe literaire bedrijven in andere landen werken en ze geven aan meer podium- en presentatievaardigheden te hebben opgedaan. Waar alleen de podium- en presentatie-ervaring tot een echte vaardigheid gerekend kunnen worden, kunnen kennis van het literaire veld en het functioneren van literaire instanties in het geval van de literaire professionals wel degelijk praktisch ingezet worden. Interessant is dat bij deze algemene vraag organisatorische vaardigheden niet worden genoemd terwijl ze bij de vragen over losse leeropdrachten dit aspect vaak noemen als een leerpunt. Zowel bij de vraag wat ze geleerd hebben van hun organisatorische rol in de introductieweek<sup>69</sup> als bij de vraag over hun leerpunten tijdens de montageweek<sup>70</sup> en bij de vraag over hun ervaring tijdens de festivaltour<sup>71</sup>, noemen de literaire professionals dat hun organisatorische vaardigheden zijn ontwikkeld en dat ze beter hebben leren omgaan met onverwachte/chaotische situaties. Bij de montageweek geven een aantal ook aan dat ze geleerd hebben hoe ze een podiumpresentatie-format moeten opstellen.<sup>72</sup>

Conclusie deelvraag: De schrijvers reageren erg verdeeld op de vraag of ze meer diverse strategieën hebben gekregen voor de beroepspraktijk. Het antwoord lijkt afhankelijk van de specialisatiecursus die ze hebben gevolgd. Op dit gebied zijn de specialisatiecursus Writing Didactics en Personal Marketing erg geslaagd en de cursus Screenwriting is dat totaal niet. De vertalers zijn erg terughoudend over mogelijkheden voor een meer diverse beroepspraktijk en als ze al mogelijkheden zien, dan weten ze niet of en hoe ze dit in praktijk moeten uitvoeren. De literaire professionals hebben meer kennis opgedaan over de werking van andere literaire velden, hebben betere presentatievaardigheden en organisatorische vaardigheden ontwikkeld.

### **Deelvraag: Waren de talenten al voorbereid op beroepspraktijk in eerdere educatieprogramma's? Heeft CELA daar nog iets aan toegevoegd?**

Schrijvers: De scholing onder de schrijvers is heel uiteenlopend. Onder de deelnemers zijn schrijvers die geen enkele vorm van onderwijs hebben ontvangen op het gebied van Creative Writing, er zijn schrijvers die onderdeel zijn van een talentontwikkelingstraject, en er is een enkeling die een PHD in Creative Writing heeft behaald in de UK. 5 van de 14 schrijvers die de enquête hebben ingevuld geven aan helemaal geen scholing te hebben gehad. De rest heeft vaak of een vorm van scholing gehad of deelgenomen aan een talentontwikkelingstraject van kortere of langere duur. Van de 9 schrijvers die wel een vorm van onderwijs hebben ontvangen,

---

<sup>67</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 59a en 59b.

<sup>68</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 39a en 39b.

<sup>69</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 10a.

<sup>70</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 22b en 27a.

<sup>71</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 32a en 32b.

<sup>72</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 21.

geven er 5 aan daarbij in zekere mate te zijn voorbereid op de beroepspraktijk van het schrijverschap. Allemaal geven ze echter aan dat CELA een toevoeging is op hun voorbereidingen voor de beroepspraktijk. Doordat er een groot verschil is in eerdere educatie is het echter heel uiteenlopend op welke manier de schrijvers CELA als een toevoeging hebben ervaren. De één ervaart het als stappen naar professionalisering, de ander ziet de aspecten van marketing en zelfpromotie als een grote toevoeging. De één geeft aan heel veel geleerd te hebben, voor de ander is het echt meer een toevoegingen.<sup>73</sup>

Vertalers: Alle vertalers zijn het roerend eens in hun antwoord op de vraag of het moeilijk is in hun land om een carrière als literair vertaler op te starten. Hun antwoord is eensgezind dat dat het ontzettend moeilijk is om een carrière op te starten in literair vertalen. Het verschilt uiteraard per land maar er wordt aangegeven dat als er al onderwijs is, er niet voldoende aandacht wordt besteed aan de beroepspraktijk. Het is daarnaast ontzettend moeilijk om onder de aandacht te komen van uitgeverij etc. in het literaire veld. Een aantal vertalers geeft aan dat het makkelijk wordt zodra je eenmaal een keer iets echt hebt vertaald, maar dan moet je eerst wel die kans en dat geluk hebben gehad. Vanuit de vertalers lijkt vooral een grote behoefte te zijn aan de mogelijkheid om zichtbaar te zijn en een kans te krijgen binnen de literaire markt van hun bron- en doeltaal.<sup>74</sup> Alle vertalers zijn het er ook over eens dat ze na CELA beter zijn voorbereid op de praktijk van het literair vertalen. Sommigen geven aan dat ze er graag nog meer uit hadden willen halen, zoals nog meer contacten binnen hun eigen literaire veld, maar allemaal geven ze aan stappen te hebben gemaakt ten opzichte van waar ze begonnen.<sup>75</sup>

Literaire professionals: De literaire professionals is niet gevraagd wat hun vooropleiding was omdat ze allemaal in heel verschillende soorten instanties werken en ook nog eens verschillende achtergronden hebben. Dit maakt dat er moeilijk een generaal oordeel kan worden getrokken over of ze voldoende waren voorbereid op de beroepspraktijk. Wel is gevraagd of ze nieuwe dingen hebben geleerd die ze zouden willen toevoegen in hun eigen werk. Iedere literaire professional heeft zijn eigen lering getrokken en ze nemen uiteenlopende aspecten mee naar hun eigen werk. Een voorbeeld is dat één van de LP's heeft geleerd dat hij/zij goed om kan gaan met onverwachte situaties, een ander wil aan de slag met het idee van literatuur en performance en weer een ander is vooral van plan om gebruik te maken van het netwerk dat hij/zij heeft opgedaan. Op het gebied van ontwikkeling van beroepspraktijk lijken de literaire professionals dus voornamelijk praktische, soms kleine ideeën te hebben opgedaan om hun professionele praktijk mee uit te breiden/verdiepen.<sup>76</sup>

Conclusie deelvraag: De schrijvers hebben hele verschillende achtergronden op het gebied van onderwijs maar allemaal beschouwen ze CELA als een toevoeging op de voorbereiding voor hun beroepspraktijk. Alle vertalers zijn ook enthousiast over CELA als voorbereiding op de beroepspraktijk, ze hadden daarbij echter nog graag een extra focus op het literaire veld van hun bron en doeltaal gezien. De literaire professionals hebben dankzij CELA vooral kleine extra dingen geleerd als toevoeging op hun beroepspraktijk.

---

<sup>73</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 8a t/m 8c.

<sup>74</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 1.

<sup>75</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 76.

<sup>76</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 16b.

### **Deelvraag: Hebben de talenten het gevoel beter voorbereid te zijn op de arbeidsmarkt?**

Schrijvers: Op de vraag of hun kennis omtrent de mogelijkheden van hun beroepspraktijk zijn vergroot, geven de schrijvers een overwegend instemmende reactie. 75,8% is positief, 7,1% is neutraal en 7,1% is negatief. Uit de toelichting bij deze vraag komen drie elementen naar voren waarover de schrijvers hun kennis hebben kunnen uitbreiden. Er wordt veel genoemd dat ze nieuwe ideeën omtrent schrijven en schrijverschap hebben ontwikkeld. Er is kennis opgedaan omtrent de werking van de (internationale) literaire markt. Ze hebben inzichten en inspiratie vergaard door het ontmoeten van andere schrijvers en ook vertalers.<sup>77</sup>

Waar de schrijvers sterk aangeven dat hun kennis omtrent de beroepspraktijk is vergroot, zijn ze terughoudender in hun antwoord of ze nu beter is staat zijn om aan de slag te gaan binnen de beroepspraktijk. De mening zijn sterk verdeeld, 42,8% is positief, 35,7% is neutraal en 21,4% is negatief<sup>78</sup> De vraag of CELA hen van de juiste vaardigheden heeft voorzien is echter wel redelijk positief beantwoord; 42,9% is positief en 57,1% neutraal. De vaardigheden die werden genoemd in de toelichten waren onder andere meer zelfvertrouwen om te handelen, meer kennis over het internationale literaire veld en een netwerk om op terug te vallen.<sup>79</sup>

Het lijkt erop dat de schrijvers wel degelijk het gevoel hebben dat ze stappen gemaakt hebben in hun voorbereiding op de arbeidsmarkt, maar dat ze nog huiverig zijn om te zeggen dat ze klaar zijn voor de arbeidsmarkt.

Vertalers: Op een enkeling na zijn alle vertalers het er over eens dat ze in meer of mindere mate beter in staat zijn om hun beroepspraktijk uit te oefenen dankzij hun deelname aan CELA. 61,4% is positief, 23,1% is neutraal en 15,5% is negatief.<sup>80</sup> In de toelichting op deze vraag kwam naar voren dat vooral het netwerk dat de vertalers hebben opgebouwd hierbij als nuttig wordt ervaren en ook dat CELA een goede toevoeging op hun CV is, waardoor ze meer kans maken op klussen als vertalers. Daarnaast komt heel sterk naar voren dat 84,4% van de vertalers zich meer geëmancipeerd voelt en dat ze zichzelf beter in staat achten om hun eigen werk te representeren.<sup>81</sup> Het leerproces en de ervaring die ze hebben opgedaan heeft een gevoel van zelfvertrouwen gecreëerd, waardoor ze zichzelf meer durven te representeren. Er wordt echter wel aangegeven ze meer behoefte hebben aan kennis van contacten uit hun eigen literaire taalgebied om daar dan vervolgens mee in contact te raken. Alleen de vertalers die afkomstig zijn uit een land waar een masterclass heeft plaatsgevonden geven aan kennis te hebben opgedaan over het literaire veld van hun eigen land.<sup>82</sup>

Literaire professionals: Op de vraag of hun schaduwweek hen meer waardevol maakt als literaire professionals wordt overwegend positief beantwoord door de literaire professionals. Daarnaast geven ze aan dat ze zich bewuster zijn van hun eigen positie binnen de internationale literaire ruimte. Ze zijn zich beter van bewust wie ze zijn en wat ze willen in hun functie. Een voorbeeld van een uitspraak is: “Yes, or maybe more my perspective on the role I want to fulfill within the literary field. I loved Frankfurt, and I would love to function more as an agent by

---

<sup>77</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 69a en 69b.

<sup>78</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 75a en 75b.

<sup>79</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 58a en 58b.

<sup>80</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 65a en 65b.

<sup>81</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 60a en 60b.

<sup>82</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 32a en 32b.



representing Writers, suggesting Translators to work with, and give them as much exposure as possible". Een ander voorbeeld van een uitspraak is: "It didn't change but it has been enriched thanks to CELA. I am now more aware and confident in the role, and eager to new challenges".<sup>83</sup>

Conclusie de deelvraag: De schrijvers geven aan door CELA vaardigheden en kennis te hebben vergaard ter voorbereiding op de arbeidsmarkt maar zijn terughoudend in hun antwoord of ze daadwerkelijk klaar zijn daarvoor. De vertalers zijn optimistischer en de meeste geven aan beter voorbereid te zijn op de arbeidsmarkt, hoewel sommige opnieuw aangeven dat het literaire veld van hun bron/doeltaal meer aanwezig had mogen zijn in deze voorbereidingen. De literaire professionals geven aan beter te weten wie ze zijn en wat ze willen in hun carrière als literair professional.

### **Hoofdvraag: Hebben de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden opgedaan om beter aan de slag te kunnen binnen de beroepspraktijk van hun vak?**

CELA wil de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden laten opdoen om veelzijdiger en beter aan de slag te kunnen binnen de beroepspraktijk van hun vak. De schrijvers vinden zichzelf meer divers in hun beroepspraktijk, maar of ze zich nu beter voorbereid voelen op de arbeidsmarkt verschilt. Dit is vooral afhankelijk van de specialisatiecursus die ze hebben gevolgd. De vertalers zien wel de potentie om veelzijdiger te worden, maar weten niet hoe ze dit moeten aanpakken. Wel vinden zowel de schrijvers als de vertalers dat hun deelname aan CELA een grote toevoeging op de beroepspraktijk is in vergelijking met waar ze begonnen. Dit geldt vooral voor de vertalers waarvan zeker driekwart ook het gevoel heeft zichzelf en hun werk nu beter te kunnen representeren. De schrijvers zijn meer terughoudend, alhoewel ze wel aangeven kennis en vaardigheden te hebben opgedaan in voorbereiding op de beroepspraktijk van hun vak. De literaire professionals hebben praktische, en voor ieder verschillende, vaardigheden en kennis opgedaan om te integreren in hun beroepspraktijk.

## **Deelhoofdstuk C) De kloof tussen de nationale en internationale literaire markt**

Het is moeilijk voor opkomend talent uit kleine Europese taalgebieden om deel te nemen aan de internationale literaire markt omdat ze te maken hebben met taalbarrières. Er wordt nu eenmaal weinig vertaald van en naar kleine talen. Hierdoor is er ook minder infrastructuur waar talenten en instituties gebruik van kunnen maken om positie voor zichzelf te claimen. Kortom, er is een kloof tussen de nationale en internationale literaire markt voor landen met een klein Europees taalgebied. In dit deelhoofdstuk wordt onderzocht of CELA meer mogelijkheden heeft gecreëerd

---

<sup>83</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 69a en 69b.

voor de opkomende talenten om op internationaal niveau te participeren in de literaire markt. Deze vraag zullen we beantwoorden door allereerst te kijken of de talenten dankzij hun deelname aan CELA meer kennis hebben van verschillende literaire velden, waardoor ze hierin makkelijker kunnen participeren. Vervolgens zullen we kijken naar de mogelijkheden en potentie van CELA om een gelijkwaardiger literair speelveld te creëren.

### **Deelvraag 1: Hebben de talenten meer kennis vergaard van de literaire velden van andere landen?**

Schrijvers: 78,6% van de schrijvers geeft aan dat hun kennis van het literaire veld van het land dat ze hebben bezocht als onderdeel van hun specialisatiecursus is toegenomen naar aanleiding van dit bezoek. Alleen de schrijvers die naar Roemenië zijn geweest voor hun specialisatiecursus geven aan dat het bij hen niet het geval is.<sup>84</sup> Van de schrijvers geeft 78,6% ook aan überhaupt meer te hebben geleerd over de literaire velden van alle participerende CELA-landen. Dit geldt echter niet voor alle landen in even grote mate, sommige van de schrijvers geven aan dat ze vermoeden dat het afhankelijk is van de betrokkenheid van de partners.<sup>85</sup>

Vertalers: Op de vraag of ze meer kennis hebben opgedaan over de werking van het literaire veld dat ze bezochten als onderdeel van hun masterclasses geeft 53,9% van de vertalers aan dat dit inderdaad het geval is. 38,5 % is neutraal. In de toelichting bij deze vraag geven ze aan voornamelijk meer geleerd te hebben over het Nederlandse literaire veld en niet al te veel over het Italiaanse literaire veld. Ze merken daarbij echter ook op dat hoewel het interessant is om dit te leren, het alleen relevant is voor de vertalers die daadwerkelijk werken met dit taalgebied.<sup>86</sup> Van de vertalers geeft 69,2% aan in het algemeen meer geleerd te hebben over de werkingen van literaire velden en 23,1% is neutraal. Interessant is dat slechts 30,8% aangeeft meer geleerd te hebben over hun eigen literaire veld. 53,8% is neutraal en de rest is negatief. In de toelichting geven ze aan niet meer te hebben geleerd dan ze al wisten over hun eigen veld. Sommige geven aan dat ze al genoeg wisten, enkele anderen geven aan dat ze graag hun kennis nog verder hadden uitgebreid.<sup>87</sup>

Literaire professionals: De literaire professionals geven aan dat ze beslist meer hebben geleerd over het literaire veld van het land dat ze bezocht hebben als onderdeel van hun schaduwweken. Ze kunnen daarnaast ook hele duidelijke verschillen noemen tussen hun eigen literaire veld en het literaire veld dat ze bezochten voor hun schaduwweek. Een voorbeeld hiervan is: "Being a Romance language, I think the literary field in Portugal is a bit more oriented towards France when thinking about being published abroad than the Flemish-Dutch field. Other than that, I feel like we are on par when it comes to the lay-out of the literary field. An example of this is those literary agencies that in both cases is a pretty young given in the business, or isn't that prevalent yet"<sup>88</sup>. Daarnaast geeft 75% van de literaire professionals aan dat ze ook een

---

<sup>84</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 12a en 12b.

<sup>85</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 66a en 66b.

<sup>86</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 25a en 25b.

<sup>87</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 69a en 69b

<sup>88</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 15a en 15b.

beter begrip hebben van het literaire veld van sommige van de andere deelnemende landen.<sup>89</sup> Echter geeft dezelfde 75% aan dat er onder de deelnemende landen ook nog steeds bepaalde literaire velden zijn waarover ze niks hebben geleerd. Deze landen zijn bij elke deelnemer verschillend omdat het waarschijnlijk afhankelijk is van de landen die ze hebben bezocht, maar twee van de vier literaire professionals geven aan dat Portugal voor hen een land is dat ze niet beter hebben leren kennen.<sup>90</sup> Allemaal geven ze aan dat hun kennis over de algemene werking van het internationale literaire veld is uitgebreid.<sup>91</sup>

Partners: 75% van de partners is ervan overtuigd dat CELA-talenten die hun land bezochten na afloop een betere kennis hebben van het literaire veld van het land.<sup>92</sup> Allemaal geven ze aan dat hun eigen inzicht van het internationale literaire veld is veranderd/uitgebreid, ze hebben kennisgemaakt met samenwerkingsmogelijkheden en daarbij hebben ze kennisgemaakt met elkaars strategieën en methodes.<sup>93</sup>

Conclusie deelvraag: De schrijver hebben over het algemeen kennis opgedaan van de literaire velden die ze bezochten als onderdeel van hun specialisatiecursus, met uitzondering van de deelnemers die Roemenië bezochten, en ze hebben daarnaast ook enkele andere literaire velden van deelnemende landen beter leren kennen. De vertalers hebben vooral kennis opgedaan van het Nederlandse literaire veld en hebben behoefte aan kennis over hun eigen literaire veld. De literaire professionals hebben veel en specifieke kennis opgedaan over verschillende literaire velden, evenals de partners.

### **Deelvraag: Kan CELA bijdragen aan het omzetten van het internationale literaire veld tot een meer gelijkwaardig speelveld voor landen met een klein Europees taalgebied?**

Schrijvers: Op de vraag of CELA kan bijdragen aan veranderingen van het internationale literaire veld reageert 57,1% positief en de rest reageert neutraal.<sup>94</sup> Van de schrijvers denkt 78,6% dan ook dat het mogelijk is voor CELA om de positie van kleine taalgebieden te verbeteren binnen het internationale literaire veld.<sup>95</sup> De schrijvers vinden het allemaal ontzettend belangrijk dat de focus van CELA vooral ligt op landen met kleine Europese taalgebieden, maar een aantal noemen echter dat het misschien interessant is om ook een directe connectie tot grote taalgebieden te leggen. Op de vraag wat het grootste nadeel van CELA's focus op kleine taalgebieden is, wordt dit dan ook vaak als punt genoemd; voor schrijvers zou het interessant zijn om meer een link te leggen met talen zoals Engels, omdat dat vele deuren zou kunnen openen. Daarnaast noemen de schrijvers dat ze bang zijn dat er weinig interesse en aandacht zal komen vanuit de grotere gebieden waardoor alle landen nog steeds niet echt gelijkwaardig kunnen participeren op de internationale literaire markt.<sup>96</sup> Als voordeel (ook voor zichzelf) van CELA's focus op kleine landen noemen ze dat er nu al meer uitwisseling ontstaat tussen deze

---

<sup>89</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 43a en 43b.

<sup>90</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 44a en 44b.

<sup>91</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 48a.

<sup>92</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 43a en 43b.

<sup>93</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 43a.

<sup>94</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 74c en 74d.

<sup>95</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 79a en 79b.

<sup>96</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 79e.

kleine landen waardoor ze dingen van elkaars land mee krijgen waar ze anders nooit de kans voor hadden gekregen.<sup>97</sup>

Vertalers: Van de vertalers denkt 61,6% dat CELA de positie van kleine Europese taalgebieden kan verbeteren binnen het internationale literaire veld en de anderen zijn neutraal. Ze noemen daarbij hoofdzakelijk dat de zichtbaarheid van kleine talen, en opkomende talenten, kan worden vergroot door CELA.<sup>98</sup> In het kader hiervan vinden ze het allemaal heel belangrijk dat CELA een grote focus heeft op kleine Europese taalgebieden. Ze benadrukken de waarde en het talent dat schuilgaat in deze landen en op dit moment ongezien blijft, vooral de cultuur en de taal noemen ze als onopgemerkt waardevol.<sup>99</sup> Volgens de vertalers is het een mogelijk nadeel dat het moeilijk is in kleine talen om voldoende partners en vertalers te vinden die echt iets bijdragen aan het project, mocht er een tweede editie komen.<sup>100</sup>

Literaire professionals: Van de literaire professionals geeft 75% aan dat ze denken dat CELA de dynamiek van het internationale literaire veld kan veranderen, ze noemen vooral het netwerk als een krachtig middel daarin. Diezelfde 75% denkt ook dat dit de positie van kleine Europese taalgebieden kan verbeteren. De vertalingen en zichtbaarheid van het project maken daarin het verschil volgens hen.<sup>101</sup> De literaire professionals noemen dat het lastig blijft om door te breken/verschil te maken ten opzichte van de grote gebieden. Als oplossing noemt de een de participatie van Engelstalige markt, de ander denkt dat meer funding noodzakelijk is. Hier is dus geen overeenstemming over onder de literaire professionals.<sup>102</sup>

Partners: Alle partners vinden het ontzettend belangrijk dat CELA focust op de kleine Europese taalgebieden, ze noemen de beperkte mogelijkheden tot vertalen waar deze gebieden mee worstelen en het belang om deze vertalingsmarkt vanuit verschillende landen kracht bij te zetten.<sup>103</sup> Onder de partners denkt 50% dat CELA de positie van deze kleine literaire taalgebieden kan verbeteren binnen de internationale literaire ruimte en de andere 50% is neutraal. Allemaal noemen ze echter dat het project langer moet lopen en/of groter moet worden om daadwerkelijk verschil te gaan maken.<sup>104</sup> Ze vinden allemaal dat meer onderlinge vertalingen de cultuur en literaire markt van een land verrijkt: “the richness of literary scenes mostly closed into themselves will enrich very much the European cultural dialogue, now dominated by the authors that write in big languages. It will give also new life to creation in small languages, preserving this unvaluable [sic] European patrimony”.<sup>105</sup> Ze denken allemaal dat het echter moeilijk is om aandacht en een concurrerende positie op te eisen ten opzichte van de dominante taalgebieden.<sup>106</sup>

---

<sup>97</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 80.

<sup>98</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 74c en 74d.

<sup>99</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 74a.

<sup>100</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 74e.

<sup>101</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 57a t/m 57c.

<sup>102</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 58a en 58b.

<sup>103</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 57a.

<sup>104</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 57b en 57c.

<sup>105</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 58a.

<sup>106</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 58b.

Conclusie deelvraag: Een kleine meerderheid van alle subject groepen is voorzichtig positief, of in ieder geval hoopvol over de veranderingen die CELA teweeg zou kunnen brengen in het internationale literaire veld. De hoop vestigt men daarbij vooral op de toekomst en eventueel volgende edities van het project. Alle deelnemers vinden het wel heel belangrijk dat CELA zich inzet voor landen met kleine Europese talen. Sommige schrijvers en een enkele literaire professional vinden het interessant om het Engelse literaire veld meer bij het project te betrekken, maar vooral de vertalers waarderen juist de focus op de kleine Europese taalgebieden onderling.

### **Hoofdvraag: Heeft CELA meer mogelijkheden gecreëerd voor de opkomende talenten om op internationaal niveau te participeren in de literaire markt?**

De deelnemers geven voornamelijk aan dat ze meer kennis hebben opgedaan over het literaire veld van de landen die ze hebben bezocht en gedeeltelijk ook van de andere landen. De vertalers geven daarbij expliciet aan dat het voor hen voornamelijk interessant is om meer te weten over het literaire veld in hun eigen land. Een kleine meerderheid van de deelnemers denkt dat de optelsom van alle aspecten van CELA uiteindelijk leidt tot een verbetering van de positie van kleine Europese landen binnen de internationale literaire ruimte. Ze hebben daarbij vooral de hoop op de toekomst gevestigd. Sommige noemen dat het eventueel interessant is om toch ook de mogelijkheden te bekijken om connecties te vinden met het Engelstalige literaire veld.

## **Deelhoofdstuk D) Een gebrek aan een internationaal netwerk**

Om samenwerking tussen opkomende talenten uit verschillende kleine Europese taalgebieden te bevorderen en om de talenten meer internationale kansen en connecties te bieden, heeft CELA geprobeerd om de talenten hun netwerk uit te laten breiden over lands-, discipline- en taalgrenzen heen. We zullen onderzoeken hoe groot het netwerk van de deelnemers is geworden en uit welke contacten het netwerk bestaat. Daarnaast zullen we controleren of dit netwerk als nuttig wordt ervaren en of dit netwerk fungeert als een samenwerkend front binnen het internationale literaire veld.

### **Deelvraag: Hoe groot is het netwerk van de deelnemers en waar bestaat het uit?**

Schrijvers: Tijdens de introductieweek kwamen alle deelnemers van het project voor het eerst bijeen. In totaal waren er 48 talenten en verschillende projectcoördinatoren aanwezig. Dit betekent dat alle deelnemers hier minstens 50 personen hebben kunnen ontmoeten. Uit de vraag op hoeveel contacten ze hadden opgedaan bleek dat de schrijvers, in hun ervaring, gemiddeld 12,8 contacten hebben opgedaan.<sup>107</sup> Allemaal geven de schrijvers aan dat het onmogelijk was om alle aanwezigen goed te leren kennen. Hun ervaring is dat dit pas beter lukte tijdens de montage week. Ze geven aan dat de contacten binnen CELA vanaf dat moment zijn toegenomen en versterkt, maar als ze moeten aangeven hoeveel mensen ze tijdens de montage week hebben ontmoet dan komt het gemiddelde uit op 5,6 nieuwe contacten. Deze contacten zijn voornamelijk van binnenuit CELA en ze hebben dus weinig nieuwe contacten buiten het

---

<sup>107</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 3.

project opgedaan tijdens de montage week. De enkele buitenstaander die ze hebben ontmoet tijdens de montage week zijn over het algemeen literaire professionals van Wintertuin.<sup>108</sup> Tijdens de festivaltour hebben ze wel meer contacten gemaakt die niet verbonden waren aan CELA. De schrijvers geven aan op de twee festivals samen gemiddeld 11,8 contacten te hebben opgedaan. Deze contacten variëren van schrijvers en literaire professionals tot uitgevers en fotografen.<sup>109</sup> Tijdens de specialisatiecursussen hebben de schrijvers de volgende contacten opgedaan:

- Specialisatiecursus Writing Didactic: gemiddeld 15 contacten opgedaan, hoofdzakelijk studenten, docenten en enkele editors, uit spaanstalig gebied.<sup>110</sup>
- Specialisatiecursus Transmedia Storytelling: gemiddeld 5 nieuwe contacten opgedaan, hoofdzakelijk Nederlandse literaire professionals van Wintertuin en transmedia docenten.<sup>111</sup>
- Specialisatiecursus Visibility: gemiddeld 6 nieuwe contacten opgedaan, hoofdzakelijk Italiaanse schrijvers en uitgevers.<sup>112</sup>
- Specialisatiecursus Screenwriting: gemiddeld 2 nieuwe contacten opgedaan, hoofdzakelijk Roemeense producenten.<sup>113</sup>
- Specialisatiecursus Personal Marketing: gemiddeld 5,5 nieuwe contacten opgedaan, hoofdzakelijk Portugese schrijvers, uitgevers en literaire professionals.<sup>114</sup>

Het ziet er naar uit dat vooral tijdens de specialisatiecursus Writing Didactic veel contacten zijn opgedaan. Hier moet wel bij gezegd worden dat deze contacten voornamelijk studenten en docenten waren en dat je jezelf kunt afvragen of deze mensen waardevol in het netwerk van een schrijver zijn. Bij de andere workshops hebben de contacten gemiddeld 5,5 contacten opgedaan, met uitzondering van de specialisatiecursus Screenwriting, waar de schrijvers aangeven bijna geen contacten te hebben opgedaan. Inclusief de specialisatiecursus Screenwriting en Writing Didactic hebben de schrijvers gemiddeld 6,7 contacten opgedaan tijdens de specialisatiecursussen.

Verder geven de schrijvers aan gemiddeld 21,9 businesskaartjes te hebben weggegeven, maar ze zijn slechts matig enthousiast over het gebruik van dit product. Ze zien het niet als een noodzakelijk middel maar eerder als een toevoeging die eventueel nuttig zou kunnen zijn.<sup>115</sup>

Op de stelling “CELA heeft me de kans gegeven om een Europees netwerk op te bouwen” reageert 64,3% dat ze het daar volledig mee eens zijn.<sup>116</sup> Alle andere schrijvers bekrachtigen de stelling in ieder geval positief of neutraal. De vraag naar hoe dit nieuwe, Europese netwerk er

---

<sup>108</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 32a.

<sup>109</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 44a en 44b.

<sup>110</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Writing Didactics - vraag 21a en 21b.

<sup>111</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Transmedia storytelling - vraag 18a en 18b.

<sup>112</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Visibility - vraag 18a en 18b.

<sup>113</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Screenwriting - vraag 18a en 18b.

<sup>114</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - sectie: specialisation course Personal marketing - vraag 18a en 18b.

<sup>115</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 29a en 29b.

<sup>116</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 57a.

dan uitziet, levert hele verschillende antwoorden op.<sup>117</sup> De gemiddelde schrijver heeft zijn netwerk uitgebouwd met verschillende internationale schrijvers, vertalers en literaire professionals die deelnemen aan het project, daarnaast heeft ieder een eigen specifieke uitbreiding. De een kent nog een aantal docenten Creative Writing, de ander enkele Spaanse uitgevers. De opbouw van deze netwerken is waarschijnlijk zo verschillend omdat alle schrijvers verschillende specialisatiecursussen hebben gevolgd en op verschillende festivals zijn geweest als onderdeel van de festivaltour.

Vertalers: De vertalers geven aan dat ze tijdens de introductieweek 18,5 contacten hebben opgedaan, waaronder voornamelijk andere vertalers, enkele schrijvers maar eigenlijk geen literaire professionals.<sup>118</sup> Bij de eerste masterclass van Pisa Book Festival hebben de vertalers gemiddeld 1,5 nieuwe contacten opgedaan, deze contacten bestaan hoofdzakelijk uit literaire professionals die onderdeel zijn van Pisa Bookfestival en een enkeling noemt een uitgever. De vertalers geven ook aan dat ze nog meer CELA-vertalers beter hebben leren kennen dan daarvoor, maar deze zijn niet meegerekend als nieuwe contacten.<sup>119</sup> Tijdens de tweede masterclass van Wintertuin hebben de vertalers gemiddeld 3,9 nieuwe contacten opgedaan. Deze contacten bestaan hoofdzakelijk uit literaire professionals van Wintertuin, een art director en docenten.<sup>120</sup> Tijdens de montage week maakte de vertalers gemiddeld 2,2 nieuwe contacten maar ze benadrukken dat het eerdere contact met de andere CELA-artisten sterk zijn verdiept.<sup>121</sup>

Tijdens de festivaltour zijn de vertalers aanwezig geweest op het festival dat plaatsvond in hun eigen land. Op dit festival geven ze aan gemiddeld 2,7 nieuwe contacten te hebben opgedaan. Onder deze contacten waren enkele uitgevers, een aantal literaire professionals en andere literaire artiesten.<sup>122</sup>

Gemiddeld hebben de vertalers 11,1 businesskaartjes weggegeven, een kleine meerderheid van de vertalers vond de businesskaartjes nuttig. Degene die ze niet nuttig vonden noemden dat ze al in het bezit waren van businesskaartjes of dat ze de kaartjes graag eerder hadden gekregen.<sup>123</sup>

Op de stelling “CELA heeft me een kans gegeven om een internationaal netwerk op te bouwen” reageerde 53,8% met “eens”, 30,8% reageerde met “volledig eens” en het overige deel was neutraal. In de omschrijving van hun volledige nieuwe, internationale netwerk noemen de vertalers voornamelijk andere vertalers, schrijvers en literaire professionals van CELA. Een enkeling noemt een literair agent of een literaire professional, die niet deelneemt aan het project en meerdere mensen geven aan dat ze graag meer contact hadden willen opbouwen met uitgevers.<sup>124</sup>

---

<sup>117</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 57c.

<sup>118</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 4a en 4b en 4c.

<sup>119</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 12a en 12b.

<sup>120</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 18a en 18b.

<sup>121</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 35a en 35b.

<sup>122</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 44a en 44b.

<sup>123</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 32a en 32b.

<sup>124</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 55a en 55b.

Literaire professionals: Opvallend genoeg geven de literaire professionals aan dat ze tijdens de introductieweek gemiddeld 41,25 contacten hebben gemaakt.<sup>125</sup> Dit is dusdanig meer dan de schrijvers en vertalers aangeven gemaakt te hebben. Zoals eerder gezegd waren alle deelnemers van het project aanwezig, dit betekent dat er meer dan 50 personen aanwezig waren. Ondanks dat de enquête een definitie heeft gegeven van de term “contact” wijst dit erop dat er mogelijk toch verschillende definities zijn gebruikt waarbij literaire professionals iemand veel eerder tot een contact rekent dan de schrijvers en vertalers. Gedurende hun schaduwweek hebben de literaire professionals gemiddeld 15 contacten opgedaan. Deze nieuwe contacten bestaan voornamelijk uit literaire professionals en een aantal uitgevers uit het land dat ze bezochten.<sup>126</sup> Tijdens de montage week geven alle literaire professionals aan dat ze eigenlijk alleen maar de literaire professionals van Wintertuin hebben leren kennen en enkele docenten, naast de CELA-deelnemers die ze al eerder hadden ontmoet. Gemiddeld hebben ze aldus 4,75 nieuwe contacten opgedaan tijdens de montage week.<sup>127</sup>

Gemiddeld hebben de literaire professionals 25,7 business kaartjes uitgedeeld, waarbij moet worden vermeld dat de helft aangeeft meer dan 50 kaartjes weg heeft gegeven en de andere helft niet of nauwelijks kaartjes heeft weggegeven. Vanuit de literaire professionals kwam veel commentaar op het principe van deze kaartjes. Er werd opgemerkt dat ze zelf al kaartjes hadden en dat de CELA-kaartjes overbodig waren, daarnaast werd genoemd dat op hun kaartjes de term “literair professional” stond, deze term is volgens hen te breed en zegt niets over de functie en de achtergrond die ze daadwerkelijk hebben.<sup>128</sup>

Op de stelling “CELA heeft me een kans gegeven om een internationaal netwerk op te bouwen” reageerde alle literaire professionals met “eens” of met “volledig eens”.<sup>129</sup> In de omschrijving van hun nieuwe netwerk noemen ze de schrijvers, vertalers en andere literaire professionals uit CELA. Daarnaast geven ze aan enkele andere literaire professionals vanuit verschillende partners en landen tot hun netwerk te rekenen en in sommige gevallen enkele uitgevers.<sup>130</sup>

Conclusie deelvraag: Het aantal contacten dat de deelnemers hebben opgedaan is erg afhankelijk van de deelnemer en de projectonderdelen waar ze aan hebben deelgenomen. Alle deelnemers noemen in de kern van hun nieuwe netwerk de groep schrijvers, vertalers en literaire professionals die deelnemen aan het project. De schrijvers hebben daarnaast o.a. editors, uitgevers, literaire professionals, docenten en enkele journalisten en fotografen in hun netwerk. De vertalers hebben daarnaast enkele uitgevers, meerdere literaire professionals, docenten en editors in hun nieuwe netwerk. De vertalers geven aan graag nog meer uitgevers en literaire professionals uit hun lokale literaire veld aan hun netwerk hadden willen toevoegen. De literaire professionals hebben in hun netwerk vooral een uitbreiding die bestaat uit andere literaire professionals en enkele uitgevers.

### **Deelvraag: Wordt het netwerk als nuttig ervaren?**

---

<sup>125</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 4.

<sup>126</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 7a en 7b.

<sup>127</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 24a en 24b.

<sup>128</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 23a en 23b.

<sup>129</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 37a.

<sup>130</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 38c.



Schrijvers: Op de vraag of ze hun nieuwe internationale netwerk als nuttig ervaarde antwoordde het grootste gedeelte (85,7%) van de schrijvers met nuttig of heel erg nuttig. Bij de mogelijkheid om toelichting te geven op deze vraag antwoordde een van de schrijvers met “extremely valuable - especially at a political time of growing unrest and new borders” en een ander met “it will give me a change to publish in other countries some day and, of course, spread my colleagues work in my country”, ook werd vaak genoemd dat dit netwerk meer was dan alleen een professioneel netwerk omdat de deelnemers onderling ook echte vriendschappen hadden opgebouwd.<sup>131</sup>

Vertalers: Een zeer groot deel van de vertalers ervaart hun internationale netwerk als nuttig of zeer nuttig. Slechts 23,1% is neutraal en er is niemand negatief. In de toelichting bij deze vraag legde een van de vertalers uit dat “it is very useful to have this network. Specially when you are travelling to their countries, you know you can ask them for a meeting, we have now a "CELA family" abroad. It is very useful if they can give us tips, present us, introduce us to people we are interested in for future projects... it is very useful”.<sup>132</sup>

Literaire professionals: De helft van de literaire professionals classificeerde dit netwerk als “zeer nuttig” en de andere helft als “nuttig”. Ze noemde daarbij vooral de kansen die CELA biedt voor samenwerkingen en mogelijkheden in de toekomst: “I think it is very valuable, maybe not right now but as a starting point at least, also for the future. Because it is very broad, I can use the network from different positions”. De literaire professionals geven ook aan comfortabel en zeker genoeg te zijn om daadwerkelijk gebruik te gaan maken van dit netwerk.<sup>133</sup>

Conclusie deelvraag: De schrijvers, vertalers en literaire professionals is allemaal gevraagd in hoeverre ze hun nieuwe netwerk als nuttig ervaren en het antwoord was eensgezind. Ze beschouwen hun netwerk allemaal als zeer nuttig. Ze zijn enthousiast over dit netwerk, soms nemen ze zelfs het woord familie in de mond. Ze zien vooral de potentie van dit netwerk met betrekking tot samenwerkingen en mogelijk opdrachten in de toekomst.

### **Deelvraag: Fungeert het CELA netwerk als een front binnen het internationale literaire veld?**

Schrijvers: Het is de schrijvers niet exact gevraagd of ze vinden dat CELA als een front fungeert binnen de internationale literaire markt, maar er is wel geïnformeerd hoe belangrijk ze de sociale binding tussen de artiesten binnen het project vinden. Op deze vraag antwoordde 78,6% dat ze dit “het meest belangrijk” vinden en 21,6% antwoordde dat ze het “belangrijk” vinden. Er was niemand die de sociale binding als neutraal of onbelangrijk bestempelde. De woorden “vriendschap” en “familie” kwamen hier vaak naar voren en een van de schrijvers verwoordde het als: “I think the most important is the connections you make on a personal level. That is what you carry [sic] with you, and what you fall back onto”.

Ook antwoordde 85,7% positief op de vraag of ze in de toekomst verwachtten te gaan samenwerken met een van de andere CELA-artiesten. Op de vraag of ze (artistiek) geïnspireerd waren door samen te werken met zoveel andere talenten antwoordde de schrijvers overwegend

---

<sup>131</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 57d en 57e.

<sup>132</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 56b en 56c.

<sup>133</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 38d, 38e en 38f.

positief en op de vraag of ze onderlinge rivaliteit ervaarde antwoordden ze overwegend negatief.<sup>134</sup>

Vertalers: Net zoals de schrijvers vinden de vertalers de sociale binding tussen de artiesten binnen het project heel belangrijk, of zelfs het meest belangrijk. Opnieuw was geen van de vertalers neutraal of negatief over dit onderwerp; 61,5% bestempelde de sociale binding als “het meest belangrijk” en de overige allemaal als “belangrijk”. Veel vertalers gaven aan dat vertalen een eenzaam vak is of dat ze weinig andere vertalers kennen en allemaal zijn ze ontzettend enthousiast over het CELA-netwerk. Enkele opmerkingen: “translating is quite a lonely job, so it's great to meet colleagues and I definitely plan to keep in touch with them” en “though we live in the digital age, not everything should go digital. I believe CELA has managed to create a quantum event: bring together, face to face and side by side, a lot of people (from so many contexts related to translation and to literature) that otherwise would have never met. I think it's “quantum” because this kind of direct contact, which should not be underestimated, opens up a whole world of potentialities”. Vooral deze laatste opmerking laat duidelijk zien hoe belangrijk de vertalers deze contacten vinden, het persoonlijke aspect maakt dat alle CELA-deelnemers onderling een het gevoel van gemeenschap ervaren.<sup>135</sup>

Literaire professionals: De sociale binding is ook door de literaire professionals als buitengewoon belangrijk geclassificeerd. Van hen noemt 75% het “heel belangrijk” en de overige 25% simpelweg “belangrijk”. In de toelichting op hun mening gaat een literaire professional zelfs zo ver om de sociale binding de kern van het project te noemen: “it is the core of the project! So great to have these connections with people that have the same needs, passion, etc”. Er wordt door een iemand echter zorg uitgesproken over de noodzaak van de ontmoetingsmomenten, in verband met de ecologische voetprint van het project.<sup>136</sup> De literaire professionals zijn ook overwegend positief over het idee dat zij de andere CELA-deelnemers in de toekomst mogelijk kansen, projecten en contacten kunnen bieden. Een literaire professional omschrijft dat “with them being a core part of my network, and with me having seen their talents and perseverance in this project, I think they will often be on the top of my mind when thinking of possible participants to my organisation's different programmes”.<sup>137</sup>

Partners: De partners geven aan dat het netwerk van CELA-artiesten onderling volgens hen erg waardevol is. Maar liefst 75% van de ondervraagden vindt het “zeer waardevol” en 25% is neutraal.<sup>138</sup> In hun toelichting benadrukken ze hoeveel mogelijkheden er in de toekomst liggen voor de artiesten om onderling samen te werken en gebruik te maken van elkaars netwerk.<sup>139</sup> Een van de toelichtingen: “this is one of the best results of the project. The connection among all participants and the links created with the different CELA-partners are really valuable. Friendship and collaboration had arisen among all of us and I think it will continue and probably grow. It's a

---

<sup>134</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 68a t/m 68d.

<sup>135</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 66a en 66b.

<sup>136</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 45a en 45b.

<sup>137</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 47a en 47b

<sup>138</sup> 25% van de partners is neutraal. Daar moet bij worden opgemerkt dat deze persoon op de laatste pagina van de enquête alle vragen neutraal heeft ingevuld en dat hij/zij geen commentaar heeft gegeven bij de mogelijkheden tot opmerkingen. Het is mogelijk dat deze persoon de enquête op dit punt heeft willen afraffelen.

<sup>139</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 53a, 53b en 53c.

pity that had not been possible a closing week all together, for reinforcing links and making some plans for the future".<sup>140</sup> In dit CELA-netwerk zien de partners zichzelf als mediators en achten ze het mogelijk dat ze de CELA-deelnemers ook in de toekomst zullen blijven helpen als het aankomt op het bieden van mogelijkheden en contacten.<sup>141</sup>

Conclusie deelvraag: Het is naar aanleiding van deze enquête niet te zeggen of de talenten van buitenaf worden waargenomen als een front. Wel komt duidelijk naar voren dat de talenten zich onderling allemaal sterk verbonden voelen en ervan uitgaan dat ze ook in de toekomst zullen samenwerken en elkaar zullen helpen.

### **Hoofdvraag: Hebben talenten hun netwerk uitgebreid over lands/discipline grenzen en taalgrenzen heen?**

De deelnemers hebben veel nieuwe contacten vergaard, vooral binnen CELA maar ook daarbuiten. De contacten die de talenten buiten het project hebben vergaard verschillen sterk per talent. Dit nieuwe netwerk strekt inderdaad over lands-, taal- en discipline grenzen heen. Alle deelnemers ervaren dit netwerk als erg nuttig. Bovendien voelen ze zich onderling sterk verbonden met elkaar.

## **Deelhoofdstuk E) Kloof tussen de artiest en het internationaal literair publiek**

Het literaire publiek heeft vaak geen enkele kennis van de opkomende literaire talenten in andere landen en mist hierdoor de kans om te ervaren wat er omgaat in de jongere generaties van die landen. CELA wil ervoor zorgen dat er betere, of meer, connecties zijn tussen opkomende artiesten en het internationale literaire publiek. Ze willen dit bereiken door ervoor te zorgen dat de artiesten zichzelf betere kunnen presenteren aan het literaire publiek en door de artiesten te promoten in de deelnemende landen en hen aldus meer naamsbekendheid te geven.

### **Deelvraag: Hebben de artiesten beter geleerd om zichzelf te presenteren aan het literair publiek?**

Schrijvers: Van de schrijvers geeft 82,9% aan de ervaring van presenteren op een festival "waardevol" of "heel waardevol" te vinden. Bij de toelichting komt vooral naar voren dat het als verrijkend wordt beschouwd om op de podiumervaring op te doen, vooral in combinatie met een

---

<sup>140</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 44a en 44b.

<sup>141</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 65 volledig en 66.

vertaler.<sup>142</sup> Van de schrijvers vindt 57,1% zichzelf meer een performer dankzij hun participatie aan CELA en 35,7% is neutraal, slechts 7,1% vindt van niet.<sup>143</sup>

Van de schrijvers is 70,3% het eens of zeer eens met de algemene stelling dat ze door CELA meer middelen hebben om zichzelf mee te presenteren. In de toelichting worden naast de presentatie vaardigheden meerdere malen de brochures genoemd als een goed promotiemiddel.<sup>144</sup> De middelen die CELA heeft willen aanreiken zijn o.a. de brochures en de filmpjes. Over de brochures zijn de schrijvers over het algemeen positief. Van de schrijvers ziet 78,6% de brochure als nuttig promotiemateriaal en de rest is neutraal. 78,6% geeft aan daarnaast ook tevreden te zijn over het eindproduct van de brochures en de overige schrijvers zijn neutraal. Roos Muis geeft in haar interview aan dat de brochures naar haar mening erg goed vielen onder het literair publiek en dat sommige mensen ze bijna als een verzamelwerk beschouwde.<sup>145</sup>

De schrijvers zijn minder enthousiast over hun promotiefilmpjes. Van de schrijvers vindt 42% niet dat deze filmpjes helpen om hen te presenteren als schrijver; 21,4% vindt van wel en de rest geeft twijfelende antwoorden. 35,7% gaf in de toelichting aan dat ze ongemakkelijk zijn bij een dergelijk medium en op de vraag of ze voldoende voorbereid waren op deze opdracht geeft 42,9% aan dat dit niet het geval was, hoewel meerdere malen herhaald wordt hoe fijn, enthousiast en ondersteunend de filmcrew was. Enkele keren is aangegeven dat een voorbereidende workshop of persoonlijk begeleidingsproces eventueel verschil gemaakt zou kunnen hebben.<sup>146</sup>

Onder de schrijvers zijn de meningen verdeeld over of ze door CELA in staat om zichzelf beter online te promoten: 42,9% is neutraal, 34,7% is positief en 21,4% is negatief. Uit de toelichting komt naar voren dat de schrijvers daar wel wat over geleerd hebben maar niet veel meer dan ze al wisten en niet iedereen hecht er even veel waarde aan.<sup>147</sup>

Vertalers: De vertalers hebben tijdens hun tweede masterclass een specifieke cursus gedaan omtrent het optreden voor een publiek. Van de vertalers geeft 77% aan dat deze workshop nuttig of zeer nuttig was. Een groot deel van hen meldt nog geen eerdere ervaring met podium optredens te hebben gehad.<sup>148</sup>

De stelling dat de vertalers door CELA meer vaardigheden/middelen hebben opgedaan om zichzelf mee te presenteren wordt door 77% van hen positief bekrachtigd.<sup>149</sup> Van de vertalers ziet 75,9% de brochures als goed promotiemateriaal, maar dan vooral voor uitgever.<sup>150</sup> Ze zijn heel tevreden over het concrete product van de brochures; 69,3% is tevreden of zeer tevreden, 23,1% is neutraal en slechts een enkeling is negatief.<sup>151</sup> Daarnaast vinden alle vertalers het ontzettend belangrijk en ontzettend goed dat de naam van de schrijvers en vertalers op de brochure in hetzelfde lettertype en in dezelfde grootte staan: “yes, it is important for reasons of

---

<sup>142</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 49a en 49b.

<sup>143</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 76b en 76c.

<sup>144</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 60a en 60b.

<sup>145</sup> Zie bijlage B - interview Roos Muis

<sup>146</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 30a, 30b en 30c.

<sup>147</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 60c en 60d.

<sup>148</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 19a en 19b.

<sup>149</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 57a en 57b.

<sup>150</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 39a en 39b.

<sup>151</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 40a en 40b.

both visibility and accountability. A translator is the voice of a writer, therefore she / he shouldn't be hidden nor should she / he hide".<sup>152</sup>

Van de vertalers vond 69,2% de videoclip een nuttig middel om zichzelf mee te presenteren. Dit is opvallend veel meer dan de schrijvers. Meerdere vertalers geven aan dat ze zenuwachtig waren van tevoren en dat het filmpje beter had kunnen zijn dan het nu is, maar toch zijn ze er erg blij mee. Mogelijk komt dit doordat ze nog nooit eerder zichzelf op een dergelijke manier hebben gepresenteerd. 53,8% geeft dan ook aan niet tevreden te zijn met het eindproduct van het filmpje en 38,4 % geeft aan niet voldoende coaching te hebben ontvangen. De overige groep geeft aan dat de begeleiding vanuit de filmcrew heel erg goed was en dat die hen er voornamelijk door heen hebben gepraat.<sup>153</sup>

Van de vertalers is 84,6% het eens of zeer eens met de stelling dat ze door CELA beter instaat zijn om zichzelf, hun werk en het vak van literair vertalen beter te (re)presenteren.<sup>154</sup> Daarnaast geeft 46,2% van de vertalers aan zichzelf nu beter online te kunnen presenteren en 38,5% is neutraal daarover.<sup>155</sup>

Partners: Van de partners vindt 75% de festivals vooral nuttig voor de ervaring van de talenten om hun presentatievaardigheden te ontwikkelen. Allemaal benadrukken ze in de toelichting het belang podiumervaring opdoen.<sup>156</sup> Daarnaast denkt 75% van de partners dat de talenten nu beter weten hoe ze zichzelf op een podium moeten presenteren.<sup>157</sup> Van de partners is 50% is tevreden over de brochures en 75% heeft de brochures verspreid onder het publiek en ieder van hen denkt dat het publiek enthousiast was over de brochures.<sup>158</sup>

Conclusie deelvraag: De deelnemers vonden het nuttig om deel te nemen aan de festival presentatie omdat het hen hielp om hun presentatievaardigheden te verbeteren. Ze hebben echter niet het idee dat ze met hun festivalpresentaties veel publiek echt bereikt hebben. Zowel de schrijvers als de vertalers waren ongemakkelijk over het opnemen van de filmpjes maar de schrijvers zijn uiteindelijk iets minder enthousiast over het eindresultaat dan de vertalers. De schrijvers en vertalers zijn allebei wel enthousiast over de brochures, maar dan met name met betrekking tot het verspreiden onder de uitgevers. Dit terwijl de partners niet allemaal erg positief tegenover de brochures staan en daarbij vooral het nut zien juist ten opzichte van het algemene literaire publiek.

### **Deelvraag: Hebben de artiesten meer bekendheid vergaard in de verschillende CELA landen?**

#### Schrijvers, vertalers en partners:

De schrijvers hebben niet heel sterk het idee dat ze heel veel meer zichtbaar zijn geworden voor het literair publiek naar aanleiding van hun festival optredens. 42,9% van de schrijvers is neutraal, en 42,8 is gematigd positief. Uit de opmerkingen komt naar voren dat dat er weinig

---

<sup>152</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 41a en 41b.

<sup>153</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 33a, 33b, 33c.

<sup>154</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 60a en 60b.

<sup>155</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 58a en 58b.

<sup>156</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 36a en 36b.

<sup>157</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 54c en 54b.

<sup>158</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 49a t/m 49d.

publiek was op de festivals of dat de schrijvers het idee hebben dat ze misschien wel gezien zijn maar ook gelijk weer vergeten zullen worden.<sup>159</sup>

Slechts 37,5% van de vertalers is ervan overtuigd dat ze meer zichtbaar zijn geworden voor het literaire publiek. 46,2 % is neutraal en de rest is niet overtuigd. Opnieuw komt naar voren dat het publiek niet altijd grootschalig was.<sup>160</sup> Meer dan de helft (68,2%) vond de ervaring van een presenteren op een podium echter zeer nuttig, voornamelijk wegens hun eerdergenoemde gebrek aan ervaring op dit gebied.<sup>161</sup> Van de vertalers geeft 80% aan nog nooit eerder een podiumpresentatie te hebben gegeven samen met de schrijver van de tekst die ze vertaald hebben.

Van de partners vindt 50% het festival een goede of een zeer goede manier om de artiesten aan het literaire publiek voor te stellen. De overige 50% is neutraal. Twijfel lijkt voornamelijk te liggen bij de opkomst van het publiek, die soms laag was, en soms was er sprake van de verkeerde doelgroep. Een van de partners legt bijvoorbeeld uit dat er op het Hay Festival Segovia niet helemaal het juiste publiek komt omdat ze daar meer gericht zijn op publiek uit de UK.<sup>162</sup>

Slechts 36,7% van de schrijvers en 38,5% van de vertalers is enthousiast over de digital tour als promotiemiddel. In de toelichting komt bij beide groepen naar voren dat ze eigenlijk geen idee hebben van de resultaten van de digital tour en daarom over het algemeen negatief tegenover dit middel staan terwijl ze wel noemen dat digitale promotie potentieel interessant is.<sup>163</sup> De partners geven aan dat ze allemaal actief bijgedragen hebben aan de promotie van de talenten als onderdeel van de digital tour en van hen denkt 75% dat het een efficiënt middel is om de talenten mee voor te stellen aan het publiek.<sup>164</sup>

Publiek: De publieksenquête is meerdere malen beschikbaar gemaakt via de nieuwsbrief en eenmaal via Facebook. 18 willekeurige personen hebben de enquête ingevuld waarvan 2 Roemenen, 6 Italianen, 1 Portugees, 2 Spanjaarden<sup>165</sup>, 4 Belgen en 3 Nederlanders. Bij het evalueren van deze enquête dient rekening gehouden te worden met het feit dat de twee kanalen waarmee de subjecten bereikt zijn, onderdeel van de CELA-promotie zijn en dat deze subjecten op een of andere manier dus al in contact zijn geweest met CELA en hebben besloten deze kanalen te volgen.

Van de 18 subjecten hebben er 10 voor het voor het eerste kennis gemaakt met de CELA artiesten tijdens een festival.<sup>166</sup> Bij het aangeven van alle mogelijkheden, dus meerdere opties zijn mogelijk, waarop ze in contact zijn gekomen met CELA geeft 68,4% een festival op,

---

<sup>159</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 46a en 47b.

<sup>160</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 45a en 45b.

<sup>161</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 19a en 19b.

<sup>162</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 32a en 32b.

<sup>163</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 53a en 53b. Zie bijlage y - Vertalers enquête - vraag 52a en 52b.

<sup>164</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 39a en 39b.

<sup>165</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - Van de 2 Spanjaarden geeft een aan eigenlijk een Mexicaanse identiteit te hebben maar woon achtend te zijn in Spanje, de ander geeft aan afkomstig te zijn uit Honduras, aangezien dit een Spaanssprekende republiek is zullen beide personen als Spanjaarden worden beschouwd voor het doeleinde van deze enquête - zie vraag 0.

<sup>166</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 1.

daarnaast geeft 42,1% op de hoogte te zijn gebleven door digitale kanalen.<sup>167</sup> Gemiddeld hebben de subjecten dankzij CELA kennisgemaakt met 4,9 schrijvers en 1,8 vertalers.<sup>168</sup> Van de subjecten geeft 44,4% aan iets geleerd te hebben over de cultuur of taal dankzij de CELA-deelnemers, voorbeelden daarvan zijn o.a. hoe een grote supermarktketen wordt vertaald, de klank<sup>169</sup> van de taal, of iets over de cultuur/achtergrond van de schrijver (ongespecificeerd).<sup>170</sup> Van het publiek geeft 57,9% aan dat CELA volgens hen kan bijdragen aan het creëren van een meer cultureel divers literair aanbod in hun land.<sup>171</sup> Daarnaast geeft 52,6% aan een of meerdere van de brochures te hebben gelezen en daarvan geeft 83,3% aan dat hij/zij de tekst aan een vriend zou aanraden, de rest is neutraal.<sup>172</sup> Van de subjecten vindt 78,9% het ontzettend belangrijk dat teksten worden vertaald naar hun eigen taal. In de toelichting op deze vraag worden erg gepassioneerde uitspraken gedaan zoals: “different cultures explored through different texts should be available to everyone, not just people who speak the language it was originally written in” en “we need to have access to all different cultures without forgetting small countries that are often not translated”.<sup>173</sup> Bovendien geeft 78,9% aan dat ze geïnspireerd zijn om meer teksten uit landen met kleine Europese talen te gaan lezen. Hetzelfde percentage geeft aan ook meer interesse te hebben in opkomende talenten van deze landen dan voorheen.<sup>174</sup> Van het publiek noemt 78,9% evenveel geleerd te hebben over de schrijvers als over de vertalers van CELA.<sup>175</sup> Van hen denkt 68,4% dat CELA binnen hun land nog niet erg bekend is en 26,3% is neutraal. Daarnaast denkt iedereen dat CELA geen invloed uitoefent op de literaire markt van hun land, een enkeling spreekt de hoop uit dat dit nog gaat komen in de toekomst.<sup>176</sup> Allemaal denken de de subjecten dat CELA bijdraagt aan de uitwisseling van cultuur en literatuur op een internationaal leven, sommige geven echter aan dat CELA groter moet zijn om dit nog beter te kunnen doen.<sup>177</sup>

Facebook en de nieuwsbrief<sup>178</sup> zijn de promotiekanalen die de meeste subjecten bereiken met Instagram daaropvolgend.<sup>179</sup> Van de ondervraagde geeft 84,2% aan op de hoogte te willen blijven van een tweede editie van CELA.<sup>180</sup> Slechts 30% heeft iets geleerd over nieuwe vormen van literaire publicaties,<sup>181</sup>

---

<sup>167</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 3.

<sup>168</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - 4a en 5a.

<sup>169</sup> Er zijn twee opmerkingen over de taal gemaakt in bijlage p - Publieksenquête - vraag 6 - waarvan een opmerking ging over het Italiaans en de ander over het Fins. Nu is Finland niet een van de participerende landen in het CELA-project. Bij deze gaan we er van uit dat de deelnemer een andere taal bedoelde en simpelweg in de war is geraakt maar dat zijn ervaring wel degelijk heeft plaatsgevonden.

<sup>170</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 6.

<sup>171</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 18,

<sup>172</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 7a en 7c.

<sup>173</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 7e.

<sup>174</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 15 en 16.

<sup>175</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 9.

<sup>176</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 10a en 11.

<sup>177</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 14,

<sup>178</sup> Eerlijkheid dient te benadrukken dat Facebook en de nieuwsbrief ook de media zijn waardoor deze subjecten zijn bereikt.

<sup>179</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 13.

<sup>180</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 20.

<sup>181</sup> Zie bijlage H - Publieksenquête - vraag 21.

Conclusie deelvraag: De schrijvers en vertalers denken niet dat ze veel literair publiek hebben bereikt, niet met de festivaltour en ook niet met de digital tour. Over beide onderwerpen zijn de partners positiever, met name over de digital tour. Het grootste gedeelte van het publiek geeft aan voor het eerst in contact gekomen te zijn met CELA en door de artiesten door de festivaltour. De helft van de ondervraagde publiek subjecten heeft een brochure gelezen. Het publiek hecht veel waarde aan vertalingen en geeft aan dingen geleerd te hebben over de artiesten of de cultuur van de artiesten van CELA.

### **Hoofdvraag: Zijn er betere, of meer, connecties tussen opkomende artiesten en het internationale literaire publiek?**

De schrijvers en vertalers hebben middelen aangeboden gekregen om zichzelf beter te kunnen presenteren aan het publiek. De podiumervaring en de brochures worden als nuttig beschouwd terwijl vooral de schrijvers negatief zijn over de video's die zijn opgenomen. Het literaire publiek dat de enquête heeft ingevuld, heeft afgerond 5 nieuwe schrijvers uit het buitenland ontdekt en 2 vertalers dankzij CELA. Minstens de helft van het publiek is aanwezig geweest op een tour en ook minstens de helft heeft een brochure gelezen. Facebook, een online nieuwsbrief en Instagram zijn de meest gebruikte kanalen. Het publiek ziet beslist het belang in van een literaire vertaling naar hun eigen taal en een groot deel wil op de hoogte blijven van toekomstige ontwikkelingen van CELA.

## **Deelhoofdstuk F) Van productieketting naar productiecyclus**

De vraag of de CELA-deelnemers beter in staat zijn om op de veranderende vorm van productie binnen het literaire veld te anticiperen en te reageren is moeilijk te beantwoorden. Dit komt voornamelijk omdat het allereerst nog een stap voorafgaat aan deze vraag. Allereerst gaat het om de bewustwording van het feit dat er een ontwikkeling plaatsvindt in het literaire veld. Vervolgens gaat het om handelingen ter anticipatie op die ontwikkeling. Bewustwording is altijd lastig om te meten, zeker in een enquête, waarbij het moeilijk was om te voorkomen dat de vragen niet te sturend werden. Daarnaast vormen verschillende onderdelen van de eerder besproken kloven onderdeel van de anticipatie op een ontwikkelende markt, zoals de voorbereidingen op een meer diverse beroepspraktijk en het gebruik van moderne middelen en media. Eigenlijk zijn alle bruggen die CELA probeert te overbruggen onderdeel van deze bredere ontwikkeling. Dit deelhoofdstuk zal aldus dienen als samenvattend hoofdstuk.

CELA heeft stappen gezet in het overbruggen van **de kloof tussen het literaire talent en de Europese literaire industrie** door te talenten te helpen om duurzame contacten op te bouwen met uitgevers en andere actoren binnen de verschillende nationale literaire velden die participeren in CELA. De talenten hebben dankzij CELA voornamelijk contacten opgedaan binnen de verschillende literaire velden die ze hebben bezocht. De literaire festivals bleken echter in het algemeen geen geschikt moment voor dit doeleinde. Verder bleek het nogal



afhankelijk van de exacte locatie/cursus/land of de deelnemers er in slaagden contacten op te doen binnen de lokale literaire industrie. De schaduwweken voor de literaire professionals hebben, op een enkeling daar gelaten, veel contacten opgeleverd die relevant en interessant zijn in het desbetreffende veld. De vertalers hebben een aantal nieuwe contacten opgedaan binnen het literaire veld dat ze bezochten, maar geven aan graag meer contacten op te doen binnen het literaire veld van hun bron- of doeltaal. Bij de schrijvers is het aantal contacten dat ze hebben opgedaan in het literaire veld erg afhankelijk van de specialisatiecursus die ze hebben gevolgd. Alle talenten vinden de brochures een goed promotiemiddel met oog op de actoren binnen het literaire veld. De partners verschillen van mening over de brochure en ze zijn niet allemaal tevreden. Qua directe resultaten van de CELA-activiteiten zijn er twee uitgeef- en vertaalcontracten voortgekomen, aangevuld door relevante opdrachten en kansen voor enkele andere talenten.

**De kloof tussen de opleiding en de beroepspraktijk** heeft CELA willen overbruggen door de talenten nieuwe, of meer, kennis en vaardigheden op te laten doen om beter aan de slag te kunnen binnen de beroepspraktijk van hun vak zodat ze meer divers inzetbaar zijn. Hierin zijn zeker stappen gemaakt maar valt nog meer winst te behalen. De schrijvers vinden zichzelf namelijk wel meer divers in hun beroepspraktijk, maar of ze zich nu beter voorbereid voelen op de arbeidsmarkt verschilt. Dit is vooral afhankelijk van de specialisatiecursus die ze hebben gevolgd. De vertalers zien wel de potentie om veelzijdiger te worden, maar weten niet hoe ze dit moeten aanpakken. Wel vinden zowel de schrijvers als de vertalers dat hun deelname aan CELA een grote toevoeging op de beroepspraktijk is in vergelijking met waar ze begonnen. Dit geldt vooral voor de vertalers waarvan zeker driekwart ook het gevoel heeft zichzelf en hun werk nu beter te kunnen representeren. De schrijvers zijn meer terughoudend, alhoewel ze wel aangeven kennis en vaardigheden te hebben opgedaan in voorbereiding op de beroepspraktijk van hun vak. De literaire professionals hebben praktische, en voor ieder verschillende, vaardigheden en kennis opgedaan om te integreren in hun beroepspraktijk.

CELA heeft geprobeerd om meer mogelijkheden te creëren voor de opkomende talenten om op internationaal niveau te participeren in de literaire markt om **de kloof tussen talenten en de internationale markt** te overbruggen. De deelnemers geven voornamelijk aan dat ze meer kennis hebben opgedaan over het literaire veld van de landen die ze hebben bezocht en gedeeltelijk ook van de andere landen. De vertalers geven daarbij expliciet aan dat het voor hen voornamelijk interessant is om meer te weten over het literaire veld in hun eigen land. Een kleine meerderheid van de deelnemers denkt dat de optelsom van alle aspecten van CELA uiteindelijk leidt tot een verbetering van de positie van kleine Europese landen binnen de internationale literaire ruimte. Ze hebben daarbij vooral de hoop op de toekomst gevestigd.

Het lijkt er op dat CELA zeer succesvol is in het **vergroten van het netwerk** van de opkomende talenten. De deelnemers hebben veel nieuwe contacten vergaard, vooral binnen CELA maar ook daarbuiten. De contacten die de talenten buiten het project hebben vergaard verschillen sterk per talent. Dit nieuwe netwerk strekt inderdaad over lands-, taal- en discipline grenzen heen. Alle deelnemers ervaren dit netwerk als erg nuttig. Bovendien voelen ze zich onderling sterk verbonden met elkaar.

De eerste stappen zijn ook gezet in het leggen van een **connectie tussen de opkomende talenten het internationale publiek**. De schrijvers en vertalers hebben middelen aangeboden gekregen om zichzelf beter te kunnen presenteren aan het publiek. De

podiumervaring en de brochures worden als nuttig beschouwd terwijl vooral de schrijvers negatief zijn over de video's die zijn opgenomen. Het literaire publiek dat de enquête heeft ingevuld, heeft afgerond 5 nieuwe schrijvers uit het buitenland ontdekt en 2 vertalers dankzij CELA. Minstens de helft van het publiek is aanwezig geweest op een tour en ook minstens de helft heeft een brochure gelezen. Facebook, een online nieuwsbrief en Instagram zijn de meest gebruikte kanalen. Het publiek ziet beslist het belang in van een literaire vertaling naar hun eigen taal en een groot deel wil op de hoogte blijven van toekomstige ontwikkelingen van CELA.

## Deelhoofdstuk G) Overige impact

Naast de gewenste impact is het ook heel goed mogelijk dat CELA nog meer/andere resultaten en impact oplevert dan oorspronkelijk voorzien. Het kan daarnaast ook zo zijn dat de deelnemers potentie voor bepaalde resultaten/impact in het project zien maar dat deze toch niet is bereikt. In dit deelhoofdstuk gaan we bekijken welke positieve, negatieve en gemiste resultaten en impact de deelnemers noemen in op de open vragen die gesteld zijn omtrent dit onderwerp. Het open karakter van deze vragen maakt dat er een uiteenlopend assortiment van antwoorden verzameld is. Hieronder zijn alleen de antwoorden op een rij gezet die op concreet van aard waren en die op een of andere manier verband houden met project CELA. De antwoorden hebben hierdoor de vorm van een opsomming gekregen.

### **Deelvraag: Wat hebben de onderzoekssubjecten (nog meer) uit het project gehaald? direct/indirect**

#### Directe/concrete resultaten van CELA voor de schrijvers:<sup>182</sup>

- 2x uitgeefcontract in het buitenland.
- 2x het schrijven van een nieuwe roman.
- 2x mogelijkheid tot een uitgeefcontract.
- Uitnodiging om workshop te komen geven in het buitenland.
- Uitnodigingen voor het geven van een lezing in het buitenland.
- Uitnodiging om aanwezig te zijn op een literair festival in het buitenland.

#### Meest waardevolle, persoonlijke resultaten van CELA voor de schrijvers:<sup>183</sup>

- 6x vriendschappen met andere deelnemers van het project.
- 2x netwerk om op voort te bouwen.
- 3x breder inzicht in de Europese literaire markt.
- 1x meer open houding naar andere culturen.
- 7x meer overtuiging/inzicht in je eigen mogelijkheden/potentie.
- 2x beter ontwikkelde vaardigheden die van toepassing zijn op de beroepspraktijk.

#### Directe/concrete resultaten van CELA voor de vertalers:<sup>184</sup>

- 1x vertaalcontract voor een werk van een CELA-artiest.

---

<sup>182</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 72a.

<sup>183</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 71a en 72b.

<sup>184</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 71.

- 4x publicatie van een vertaling in een relevant tijdschrift.
- 2 x netwerk om op voort te bouwen.
- 1x het vermogen om zichzelf nu beter te vermarkten.
- 1x een vertaalproject bij respectabele uitgever.
- 2x kans/mogelijkheid tot vertaalcontract.

Meest waardevolle, persoonlijke resultaten van CELA voor de vertalers:<sup>185</sup>

- 3x steun/hulp van hun mentor.
- 4x netwerk om op voort te bouwen.
- 2x vriendschap met deelnemers van het project.
- 4x meer overtuiging/inzicht in je eigen mogelijkheden en eigen potentie.
- 4x beter in staat om (zich)zelf te vermarkten.
- 5x samenwerkingservaring met andere vertalers/schrijvers.

Directe/concrete resultaten van CELA voor de literaire professionals:<sup>186</sup>

De concrete resultaten zijn verschillend voor alle literaire professionals en deze zijn volledig afhankelijk van hun eigen positie en ervaring. Voorbeelden zijn: bevestiging van organisatorische vaardigheden, meer ervaring met het samenwerken en aansturen van schrijvers, nieuw inzicht over een carrière die meer gefocust is op het stimuleren van schrijf- en vertaaltalent, kennis en ervaring van de werking en organisatie van grote literaire events.

Meest waardevolle, persoonlijke resultaten literaire professionals:<sup>187</sup>

- De literaire professionals noemen unaniem hun nieuw vergaarde (professionele) netwerk als meest waardevolle resultaat.
- De meest waardevolle ervaring die de literaire professionals uit het eerste jaar hebben gehaald is kennis over verschillende literaire velden en meer organisatorische ervaring/vaardigheden.

Korte termijn resultaten volgens partners:<sup>188</sup>

- 2 x meer zelfvertrouwen bij de deelnemers.
- Uitgeefovereenkomsten in het buitenland voor sommige schrijvers.
- Deelnemers hebben meer contacten in de internationale literaire industrie.
- Sommige deelnemers gaan workshops geven in het buitenland.

Lange termijn resultaten volgens partners:<sup>189</sup>

- Duurzame banden tussen relevante actoren binnen literair Europa.
- Nog meer uitgeefcontracten.
- Meer internationale bewustzijn van de ontwikkeling van opkomend literair talent.

Meest waardevolle uitkomsten van project volgens partners:<sup>190</sup>

<sup>185</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 70.

<sup>186</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 50b.

<sup>187</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 29 en 49.

<sup>188</sup> Zie bijlage G - Partner enquête - vraag 51a.

<sup>189</sup> Zie bijlage G - Partner enquête - vraag 51b.

<sup>190</sup> Zie bijlage G - Partner enquête - vraag 55a.

- Unaniem: netwerk waar de deelnemers en de partners zelf op voort kunnen bouwen.

#### Onverwachte resultaten volgens partners:<sup>191</sup>

- Verbeterde/meer samenwerking tussen professionele literaire instellingen: zoals tussen partners maar ook tussen verschillende betrokken schrijfscholen.
- Leerzame ervaring voor projectmanagers en directie van partners.

#### **Deelvraag: Wat zouden de deelnemers nog meer uit het project willen halen (impact)?**

##### Schrijvers:<sup>192</sup>

- 2x uitgeefdeal (ook al wisten ze dat het geen garantie van het project was om deze te krijgen).
- 4x meer contact met internationale uitgevers.
- Meer focus/aandacht voor transmedia - ook een netwerk rondom transmedia literatuur.

##### Vertalers:<sup>193</sup>

- 7x meer contact met uitgevers uit eigen literaire veld.
- 2x meer kennis over hoe te handelen en jezelf te vertegenwoordigen in het economische/contractuele gedeelte van de literaire industrie.
- 4x meer kennis over daadwerkelijk vertalen.<sup>194</sup>
- 2x meer kennis en ervaring omtrent publiciteit en marketing.

##### Literaire professionals:<sup>195</sup>

- 3x duidelijke doelen vooraf zodat er meer duidelijke persoonlijke resultaten zichtbaar zijn aan het eind van het project.
- 1x de ervaring van een heel groot event - de hele Europese tour - organiseren.

##### Partners:<sup>196</sup>

- Meer garantie voor vertaalcontracten kunnen bieden (naast de brochures).
- Meer contact tussen deelnemers en uitgevers.

#### **Deelvraag: Negatieve impact CELA voor schrijvers, vertalers, literaire professionals en partners:**

<sup>191</sup> Zie bijlage G - Partner enquête - vraag 55b.

<sup>192</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 1c en 73.

<sup>193</sup> Zie bijlage E - Vertalers enquête - vraag 2c en 72.

<sup>194</sup> Let op: deze vraag betreft impact die vertalers graag willen zijn. Hoewel er een aantal vertalers aangeven meer kennis te willen over daadwerkelijk vertalen geven in het proces onderzoek een bijna even groot aantal vertalers aan dat ze liever minder theoretische workshops over vertalen zouden willen omdat ze daar al genoeg ervaring in hebben.

<sup>195</sup> Zie bijlage F - Literaire professionals enquête - vraag 1c en 51.

<sup>196</sup> Zie bijlage G - Partners enquête - vraag 64.

- Zowel de schrijvers als vertalers geven aan dat het project veel tijd kost, in sommige gevallen meer dan verwacht. Zeker de schrijvers zijn zich ervan bewust dat dit een project een investering is maar het is tevens ook tijd die ze niet in iets anders kunnen investeren.<sup>197</sup>
- Voor vertalers was de deadline voor hun vertaalopdrachten soms erg kortdage en dat heeft ze veel stress opgeleverd.<sup>198</sup>
- Een literaire professional stipt de ecologische voetprint van CELA aan als een vorm van negatieve impact op de omgeving.<sup>199</sup>

### **Hoofdvraag: Wat is de overige impact van het project en welke impact ontbreekt nog?**

Zowel de schrijvers als de vertalers noemen als resultaat de onderlinge vriendschap die is ontstaan tussen de deelnemers. Daarmee bedoelen ze een vriendschap die het netwerk, dat ze ook noemen overschrijdt. Dit is een vorm van impact die veel meer het persoonlijke leven van de deelnemers bereikt dan het professionele leven. De vertalers hebben daarnaast erg veel gehad aan de specifieke samenwerking tussen vertalers onderling en ook de samenwerking met schrijvers. Deze impact zou geschaard kunnen worden onder het beoogde netwerk dat CELA probeert te creëren maar dit betreft ook de stimulering van een creatief proces die als een toevoeging op het project beschouwd kan worden.

De negatieve impact die naar voren komt lijkt vooral te zijn dat sommige deelnemers stress hebben ervaren door tijdsdruk of simpelweg vanwege de hoeveelheid tijd die het project inneemt in totaal. Daarnaast dient ook de ecologische voetafdruk van het project overwogen te worden.

Zowel de schrijvers als vertalers hadden graag meer contacten met uitgevers willen opdoen. Daarnaast is het ook interessant dat een schrijver de behoefte uitsprekt om nog meer te leren over transmedia storytelling en dat ook een netwerk daarbij gewenst is.

---

<sup>197</sup> Zie bijlage D en E - Schrijvers enquête en Vertalers enquête - vraag 1 en vraag 3.

<sup>198</sup> Zie bijlage E - Schrijvers enquête -vraag 36b.

<sup>199</sup> Zie bijlage D - Schrijvers enquête - vraag 45b.

# Verder onderzoek

De afgelegde enquêtes bevatten niet alleen vragen omtrent de resultaten en impact van CELA, maar bestaan gedeeltelijk ook uit procesvragen. Deze procesvragen zijn niet behandeld in dit onderzoek. Wie echter wil achterhalen hoe de impact en resultaten die besproken zijn in dit onderzoek tot stand zijn gekomen, doet er goed aan deze vragen verder te analyseren. Naast een procesonderzoek zou het ook interessant zijn om op lange termijn nog een keer een poging te doen om te achterhalen welke resultaten van CELA er dan naar voren komen. Een andere relevante benadering zou zijn om te onderzoeken hoe er vanuit de verschillende literaire velden, dus niet vanuit het publiek maar vanuit de verzameling literaire professionals, tegen CELA wordt aangekeken. De deelnemers hadden de mogelijkheid om de enquêtes voor dit onderzoek anoniem in te vullen. Deze keuze, hoewel bewust gemaakt, heeft ertoe geleid dat het moeilijk is om te achterhalen uit welke landen de deelnemers komen. Daardoor is het onmogelijk om te kunnen onderzoeken of de ervaringen van participanten uit verschillende landen significant van elkaar verschillen. Ook hier bestaat dus de mogelijkheid tot verder onderzoek.

# Bijlagen

## Bijlage overzicht:

- Bijlage A - Aanpassingen aan de CELA-enquêtes naar aanleiding van de pilot.
- Bijlage B - Interview met Roos Muis: De communicatie en PR van CELA.
- Bijlage C - Interview met Noortje Kessels: Coördinatie en organisatie van CELA
- Bijlage D- Schrijvers enquête: antwoorden overzicht.
- Bijlage E - Vertalers enquête: antwoorden overzicht.
- Bijlage F - Literaire Professionals: antwoorden overzicht.
- Bijlage G - Partner enquête: antwoorden overzicht.
- Bijlage H - Publiek enquête: antwoorden overzicht.

## Bijlage A:

### **Aanpassingen aan de CELA -enquêtes naar aanleiding van de pilot.**

Om de resultaten en de impact van het project CELA te traceren is er een enquête gehouden onder verschillende doelgroepen: de participerende schrijvers, de participerende vertalers, de participerende literaire professionals, de participerende partners en willekeurig CELA-publiek uit elk van de participerende landen. Voor elk van deze doelgroepen heeft er een pilot plaatsgevonden.<sup>200</sup> De aanpassingen naar aanleiding van deze pilots is hieronder weergegeven per doelgroep.

#### Aanpassingen vertalers enquête:

- Bij elk onderwerp dat besproken werd, zoals de introductie week of de montage week, een korte samenvatting toegevoegd over wat het programma van die activiteit inhield. Hiermee wordt het geheugen van de deelnemers opgefrist. Soms bleek het namelijk lastig om een vraag te beantwoorden aangezien de activiteit bijna twee jaar in het verleden lag.
- Algemene spellingsfouten aangepast en de term “the CELA programme” teruggebracht tot enkel “CELA”.
- Vraag 4.c. uitgesplitst. Deze vraag ging over de interactie tussen de verschillende deelnemers groepen en hoeveel aandacht er voor die groepen was. De vraag bleek te veel op twee sporen te zitten en is daarom opgesplitst in twee losse vragen.
- De vraag toegevoegd over de voor en nadelen van CELA's focus op landen met kleine Europese talen. Het bleek dat de deelnemers wel degelijk sterke meningen hebben gevormd over dit onderwerp en daarom is deze extra verdiepende vragen toegevoegd.
- Vraag toegevoegd naar de ervaring omtrent het werken met een regisseur tijdens de montage week.
- Bij alle vragensecties een tweetal algemene afsluitende vragen toegevoegd: “What is the most valuable thing you gained/learned during the first .....? Please explain your answer” en “which aspects of the ..... would you recommend us to change or improve? Please explain your answer”
- In plaats van de vraag “thus far, did you find it difficult to start up your professional career as a literary translator?” een meer algemene vraag gesteld: “do you believe it is difficult to pursue a career in literary translation within your country? Please explain your answer.” De persoonlijker vraag bleek tot twijfelende en abstracte antwoorden te leiden terwijl de algemene vraag veel simpeler te beantwoorden is met ja of nee.
- Vraag toegevoegd over de tevredenheid van de participant omtrent het promotiefilmpje dat over hem/haar gemaakt was als promotiemiddel.
- De vraag over de internationale carrière: “CELA has given me the tools to set up an international career. Do you agree with this statement?” bleek niet relevant te zijn voor vertalers omdat die toch vertalen naar hun moedertaal en dus enkel interesse hebben in een carrière binnen hun eigen land en eventueel het land van hun brontaal.

---

<sup>200</sup> Per enquête is de pilot uitgeprobeerd door één testsubject uit de desbetreffende doelgroep. De gehele pilot wordt verspreid onder meerdere Europese landen maar de testgroep bestond volledig uit Nederlanders vanwege de beperkte mogelijkheden om op korte termijn in contact te komen met testsubjecten uit het buitenland.



#### Aanpassingen literaire professionals enquête:

- Bij elk onderwerp dat besproken werd, zoals de introductie week of de montage week, een korte samenvatting toegevoegd over wat het programma van die activiteit inhield. Hiermee wordt het geheugen van de deelnemers opgefrist. Soms bleek het namelijk lastig om een vraag te beantwoorden aangezien de activiteit bijna twee jaar in het verleden lag.
- Algemene spellingsfouten aangepast en de term “the CELA programme” teruggebracht tot enkel “CELA”.
- Vraag 4.c. uitgesplitst. Deze vraag ging over de interactie tussen de verschillende deelnemers groepen en hoeveel aandacht er voor die groepen was. De vraag bleek te veel op twee sporen te zitten en is daarom opgesplitst in twee losse vragen.
- De vraag toegevoegd over de voor en nadelen van CELA's focus op landen met kleine Europese talen. Het bleek dat de deelnemers wel degelijk sterke meningen hebben gevormd over dit onderwerp en daarom is deze extra verdiepende vragen toegevoegd.
- Vraag toegevoegd naar de ervaring omtrent het werken met een regisseur tijdens de montage week.
- Bij alle vragensecties een tweetal algemene afsluitende vragen toegevoegd: “What is the most valuable thing you gained/learned during the first .....? Please explain your answer” en “which aspects of the ..... would you recommend us to change or improve? Please explain your answer”
- In plaats van de vraag “thus far, did you find it difficult to start up your professional career as a literary translator?” een meer algemene vraag gesteld: “do you believe it is difficult to pursue a career in literary translation within your country? Please explain your answer.” De persoonlijkere vraag bleek tot twijfelende en abstracte antwoorden te leiden terwijl de algemene vraag veel simpeler te beantwoorden is met ja of nee.
- Vraag 5 betrof de activiteiten die de literaire professionals moesten organiseren tijdens de introductieweek. Deze vraag was uitgesplitst in verschillende vragen, één vraag per activiteit. Dit bleek heel langdradig en uitgebreid te zijn dus de vraag samengevoegd tot één overkoepelende vragen omtrent al deze activiteiten. Vraag 23 op dezelfde manier samengevoegd.
- De vraag toegevoegd over verhouding tussen de schrijver en vertalers, dit betreft niet direct de literaire professionals maar uit de pilot bleek dat ze hier wel een mening over hebben en dit is wel degelijk een onderwerp dat in de kern van het gehele project ligt.

#### Aanpassingen schrijvers enquête:

- Bij elk onderwerp dat besproken werd, zoals de introductie week of de montage week, een korte samenvatting toegevoegd over wat het programma van die activiteit inhield. Hiermee wordt het geheugen van de deelnemers opgefrist. Soms bleek het namelijk lastig om een vraag te beantwoorden aangezien de activiteit bijna twee jaar in het verleden lag.
- Algemene spellingsfouten aangepast en de term “the CELA programme” teruggebracht tot enkel “CELA”.
- Vraag 4.c. uitgesplitst. Deze vraag ging over de interactie tussen de verschillende deelnemers groepen en hoeveel aandacht er voor die groepen was. De vraag bleek te veel op twee sporen te zitten en is daarom opgesplitst in twee losse vragen.
- De vraag toegevoegd over de voor en nadelen van CELA's focus op landen met kleine Europese talen. Het bleek dat de deelnemers wel degelijk sterke meningen hebben gevormd over dit onderwerp en daarom is deze extra verdiepende vragen toegevoegd.

- Vraag toegevoegd naar de ervaring omtrent het werken met een regisseur tijdens de montage week.
- Bij alle vragensecties een tweetal algemene afsluitende vragen toegevoegd: “What is the most valuable thing you gained/learned during the first .....? Please explain your answer” en “which aspects of the ..... would you recommend us to change or improve? Please explain your answer”
- In plaats van de vraag “thus far, did you find it difficult to start up your professional career as a literary translator?” een meer algemene vraag gesteld: “do you believe it is difficult to pursue a career in literary translation within your country? Please explain your answer.” De persoonlijker vraag bleek tot twijfelende en abstracte antwoorden te leiden terwijl de algemene vraag veel simpeler te beantwoorden is met ja of nee.
- Vraag toegevoegd over de tevredenheid van de participant omtrent het promotiefilmpje dat over hem/haar gemaakt was als promotiemiddel.
- Vragen toegevoegd over de drie verschillende schrijfoopdrachten die de participerende schrijvers hebben gekregen. Hierbij vooral navraag gedaan omtrent de helderheid en het nut van de opdracht.
- Bij de secties over de specialisation courses een meer helder onderscheid gecreëerd tussen de specialisation course en residence. Hierover bleek verwarring te ontstaan.
- Vraag toegevoegd omtrent het verschil tussen de twee festivals waar de schrijvers aan hebben deelgenomen: “You participated in two different festivals. Please specify which festivals you participated in and explain in a few words how you experienced each festival. If you compare the two festivals, where there differences you would like to point out?”.

#### Aanpassingen partners enquête:

- Algemene spellingsfouten aangepast en de term “the CELA programme” teruggebracht tot enkel “CELA”.
- Bij de vragen omtrent de festival tour de volgende vraag toegevoegd: Do you believe the experience of presenting at a festival was valuable to the participants?”
- Bij de vragen omtrent de festival tour ontbrak nog een vraag over de book fairs. De volgende vraag toegevoegd: “During the festivals CELA was also represented at different book fairs? Do you believe this is an effective method to promote CELA?”
- De gehele sectie over procesvragen toegevoegd, omdat de onderwerpen zoals de administratie, communicatie en de financiën erg sterk bleken te leven tijdens de pilot.
- Bij iedere evenement de vraag toegevoegd wat de algemene ervaring van dit event was, hoewel ze niet deel hebben genomen aan hetzelfde programma als de andere participanten hebben ze wel voldoende van de sfeer meegekregen om hier een oordeel over te geven.

#### Aanpassingen publiek enquête:

- Algemene spellingsfouten aangepast en de term “the CELA programme” teruggebracht tot enkel “CELA”.
- Vraag 3 toegevoegd om te achterhalen met wat voor soort publiek we te maken hebben, dit bleek moeilijk te achterhalen uit de antwoorden en is belangrijk om CELA’s invloed op het publiek te achterhalen.

- Vraag 7 uitgesplitst zodat er naast een antwoord van een schaal van 1 tot 5 ook mogelijkheid was om het antwoord toe te lichten.
- Bij 15.a. en 16.a. tussen haakjes gespecificeerd om welke landen het ging als de term CELA-landen genoemd wordt.

## Bijlage B:

### Interview met Roos Muis: De communicatie en PR van CELA

**Interviewer:** Omschrijf wat je doet voor CELA. Wat is je functie?

**Muis:** Mijn positie is tweedelig. Ik ben de coördinator voor de communicatie van CELA als geheel, maar ik ben ook verantwoordelijk voor de communicatie van CELA vanuit Wintertuin (als partner). Ik heb dus zowel een overkoepelende/aansturende taak vanuit het project als een meer praktische taak vanuit mijn functie bij Wintertuin. Vanuit mijn aansturende functie heb ik voor CELA als geheel de plannen uit het projectplan vertaald naar een communicatiestrategie. De communicatie gaat over onderwerpen zoals: wie zijn onze doelgroepen, hoe willen we die bereiken, wat is onze boodschap, wat voor materiaal hebben we, dat soort zaken. Daar is een presskit uitgekomen, dat is een praktisch document waar je als partner mee kunt werken. De strategie focust zich ook op de connectie van iedere partner tot het project. Deze connectie is enerzijds de CELA-artisten, ieder land heeft zijn eigen schrijvers en vertalers, anderzijds is er in elk land een festival, dat is het moment dat CELA het meest aanwezig is voor een partner. Het is echter natuurlijk wel heel belangrijk dat er een doorlopende connectie tot het project blijft bestaan.

**Interviewer:** Er is dus per partner een contactpersoon omtrent communicatie?

**Muis:** Ja, iedere partner heeft een persoon aangewezen die verantwoordelijk is voor de PR van CELA binnen hun organisatie. Vanuit mijn coördinerende functie overleg ik met die contactpersoon maar ze worden ook door hun projectmanager gebriefd over CELA en dan de PR-handelingen die ze uitvoeren. Binnen Wintertuin ben ik dus zelf ook verantwoordelijk voor de PR van CELA.

**Interviewer:** Jij bent verantwoordelijk voor de nieuwsbrieven van CELA. Kun je vertellen hoe dat werkt?

**Muis:** Er is een maandelijkse CELA-nieuwsbrief. Een keer per maand verstuur ik de CELA-nieuwsbrief naar een bestand van 300 mensen. Het nieuwsbriefbestand bestaat uit mensen die geïnteresseerd zijn in CELA. Er zijn veel mensen die zich hebben ingeschreven op een festival of op een beurs. Daar zijn altijd inschrijffijsten maar ook komen er elke week nog steeds aanmeldingen binnen.

**Interviewer:** Heb je door de twee jaar heen een opvallende ontwikkeling gezien in het aantal lezers van de nieuwsbrief?

**Muis:** Ja zeker. In het eerste jaar was er bijna geen nieuws om naar buiten te brengen. Achter de schermen waren we nog aan het investeren in de talenten. De nieuwsbrief was daardoor slechts voor een kleine groep mensen interessant. Vanaf de festivaltour, toen we letterlijk op het podium gingen staan, is ook de echte communicatie begonnen. Je kunt dus zeggen dat we eigenlijk nog geen jaar actief aan het promoten zijn. In het begin waren we vooral bezig met het presenteren en introduceren van CELA, daarna is de communicatie steeds verder opgebouwd en uitgebreid.

**Interviewer:** Is de inhoud van de nieuwsbrief in het eerste jaar dan ook heel verschillend ten opzichte van het tweede jaar?

**Muis:** In het eerste jaar hebben we maar twee nieuwsbrieven verstuurd omdat er nog niet genoeg content was om over te schrijven. Pas vanaf de montage week zijn we iedere maand een nieuwsbrief gaan uitzenden. Nu stuur ik vaak een nieuwsbrief uit rondom festival data. De nieuwsbrief bestaat meestal uit een paar vaste categorieën: info over de evenementen, een uitlichting van de artiesten en nu met de digitale tour hebben we veel publicaties op verschillende plekken dus die ik noem.

**Interviewer:** Welk soort publiek leest de nieuwsbrief? Welke landen, welke sector, etc.?

**Muis:** Veel van onze lezers zijn geïnteresseerd om deel te nemen aan het project, vooral een groep hele geïnteresseerde vertalers. Ze willen in contact komen met het netwerk van CELA en daarvan profiteren. Daarnaast zijn ook veel lezers onderdeel van het literaire veld. Ik zou zeggen dat het een vrij gespecialiseerd publiek is. Ik denk ook dat dit de doelgroep is die we in het algemeen met onze communicatie bereiken.

**Interviewer:** Kun je me iets vertellen over de website van CELA?

**Muis:** Ja, we hebben een website: [www.cela-europe.com](http://www.cela-europe.com). In het eerste jaar bestond de website maar uit één pagina, dat was een soort visitekaartje. Toen we meer als project naar buiten gingen treden hebben we de site uitgebreid en omgevormd. Het idee achter de website is dat CELA de plek is waar je een nieuwe generatie literaire makers kunt ontdekken. Het bestaat uit verschillende delen, zoals “our story” over de achtergrond van het project. Het belangrijkste onderdeel is echter “artists” waar alle schrijvers, vertaler en literaire professionals opstaan. Ze hebben allemaal ook een individuele pagina. Op die individuele pagina staat hun persfoto, een videoportret, een bio en er ook een quote uit een geschreven portret. Er staat op welk festival ze aanwezig zijn en hun contactgegevens.

**Interviewer:** Hoeveel bezoekers heeft de website?

**Muis:** We hebben vandaag (15-05-2019) 510 unieke bezoekers per week en 1185 pagina bezoeken per week.

**Interviewer:** Is er verschil tussen het aantal keer dat de pagina van de schrijvers wordt bezocht vergelijken met die van de vertalers?

**Muis:** Als ik er nu naar kijk dan hebben de schrijvers meer pagina bezoeken.

**Interviewer:** Is dat verschil groot?

**Muis:** Het verschil is redelijk groot. De vertalers hebben tien tot twintig bezoekers gemiddeld en de schrijvers vanaf veertig bezoekers. Het verschilt uiteraard ook gewoon per geval. Ik zou zeggen dat de schrijvers dus toch echt wel wat meer pagina bezoeken krijgen.

**Interviewer:** Komt dit als een verrassing voor je?

**Muis:** Nee, voor mij is dit niet heel verrassend. Schrijvers zijn het meer gewend om zichzelf en hun werk te presenteren, terwijl dit voor vertalers vaak een eerste stap is naar zichtbaarheid. Ik denk, mede omdat het ook normaler is voor hen om zichzelf te presenteren, dat mensen zich makkelijker tot een schrijver verhouden. Bovendien hebben vertalers geen werk om te presenteren maar een vaardigheid, dat werkt anders. Precies daarom is CELA zo belangrijk. We hebben er heel bewust voor gekozen om de schrijvers en vertalers op de eerste pagina door elkaar heen te presenteren. Op die manier is iedereen gelijk. Maar ze zijn gelijk en niet hetzelfde. Ik denk dat we daarom voor de vertalers meer stappen moeten zetten in het algemeen om ze meer zichtbaarheid te geven.

**Interviewer:** En alle artiesten hebben ook een video op de website staan toch?

**Muis:** Ja, klopt. In de videoportretten presenteren de artiesten zichzelf in twee minuten voor de camera. Ze hebben het over hele verschillende dingen. Soms lezen ze wat voor, of ze zeggen iets over hun visie op vertalen of op literatuur.

**Interviewer:** Zijn de filmpjes ook op andere plekken ingezet, naast de website?

**Muis:** Ja, deels gaan ze mee met de digital tour. Als ergens een tekst wordt gepubliceerd dan sturen we ook het videoportret mee. De komende maanden gaan we de videoportretten nog meer op de CELA-kanalen zelf inzetten.

**Interviewer:** Kun je zien of de filmpjes vaak bekeken zijn?

**Muis:** Ja, maar dat is heel afhankelijk van hun eigen promotie van de filmpjes. Sommige hebben 250 views terwijl andere er 35 hebben. De filmpjes wil ik graag nog meer gebruiken maar ik moet er nog wel de juiste plek en manier voor vinden.

**Interviewer:** Zou je de filmpjes opnieuw willen hebben in een tweede editie van CELA?

**Muis:** Nee, ik zou heel graag één algemeen promotiefilmpje over CELA willen hebben. Er is nu wel een video samengesteld door Creative Europe, maar dat is geen officiële CELA-video. Ik wil één verzamel film, en het liefst ook één verzamel brochure, in plaats van de verschillende verzamelingen. Het feit dat er zoveel materiaal is maakt dat ik nu niet iedereen een platform kan bieden. Ik zou het heel fijn vinden als er een video zou zijn waarin je ze op het podium ziet, als je ze ziet schrijven. Of materiaal clusteren, bijvoorbeeld per land, daar heb ik al meer aan als het gaat om promotie.

**Interviewer:** Gebruik je ook andere promotiekanalen?

**Muis:** Jazeker. We gebruiken facebook, twitter en Instagram.

**Interviewer:** En welke van deze kanalen gebruik je het meest?

**Muis:** In het plan hebben we onderscheid gemaakt over welke doelgroep we aanspreken met welk medium. Facebook gaat om de evenementen, om het nieuws, die gebruik ik het meest. Instagram gaat meer over het beeld en de beeldvorming rondom de schrijvers en de vertalers. Daar plaatsen we foto's en de quotes. Twitter is meer voor het aanspreken van ons professioneel netwerk. Daar richten we ons op literaire organisaties zoals fondsen.

**Interviewer:** Hoeveel volgers heeft jullie facebookpagina?

**Muis:** We zitten nu op 915, dus hopelijk halen we de 1000 voor het eind van het project.

**Interviewer:** Weet jij hoe het aantal volgers is verdeeld over de verschillende landen?

**Muis:** Dat is lastig om te zeggen. Ik kan dat niet zien in de statistieken. Ik denk wel dat we een internationaal publiek bereiken maar ik weet niet goed hoe die verdeling is.

**Interviewer:** En wat voor soort publiek is dat dan precies?

**Muis:** CELA leeft sowieso het meest onder de deelnemers zelf en hun directe cirkel. Ik heb nog niet het idee dat CELA op dit moment de plek is die je volgt wanneer je wil weten wat er op literair gebied gebeurt onder opkomende literaire artiesten in Europa. Daar is het project misschien ook gewoon nog te jong voor. In de montage week kwam voor mij heel duidelijk naar voren dat veel mensen niet weten wat er speelt in de "imagination" van leeftijdsgenoten in andere landen. Als ik mezelf als voorbeeld neem, ik ontmoette een van de Italiaanse CELA-schrijvers, Maurizio Amendola en die stond op een podium voor te lezen uit zijn eigen werk en ik merkte bij mezelf dat ik heel graag wilde weten wat hij zegt, wat hij maakt. Want je hebt werkelijk geen idee. Daarna begon de Nederlandse vertaalster Lies Lavrijsen het in het Nederlands voor te lezen en toen opeens begreep ik wat we aan het doen waren. Hier gaat het om, dat een publiek anders geen toegang heeft tot het werk van buitenlandse talenten. Dat is echt een kloof voor mij. De kloof tussen het internationale publiek en de talenten. Dat is een kloof die voor mij heel leidend is geworden. Vooral in deze tijd, en met alle spanningen rondom Europa, denk ik dat het echt heel belangrijk is om die uitwisseling te hebben, en dan juist niet alleen als je al heel vaak bent gepubliceerd. Hopelijk kunnen we in een volgende editie nog meer die platformfunctie op ons nemen, ook voor het publiek. Dat kan nog veel meer dan we nu doen.

**Interviewer:** Op welke manier kan dat dan nog meer?

**Muis:** We hebben de teksten in die brochures gestopt en ze op die manier verspreid. De tekst is nu dus veel meer een zakelijk visitekaartje. Waar ik in een volgende editie naar toe wil is dat er voor het publiek een verzamelplaats wordt gecreëerd, waar ze naartoe kunnen om geweldige werken van nieuwe talenten te lezen in verschillende talen. Ik denk dat we nu nog niet de middelen hebben omdat op een goed werkende website te zetten, met al die talen is dat gecompliceerd. Nu met de Digital Tour verschijnt het werk natuurlijk wel extern en kan ik op de website ernaar verwijzen. Het zou echter heel fijn zijn als er een soort van online magazine was waar de werken echt goed vindbaar op zijn.

**Interviewer:** Hoeveel mensen bereiken jullie met twitter? Dat is jullie professionele netwerk?

**Muis:** Ja, dat klopt. Twitter is ons professionele netwerk en dat is kleiner. Daar hebben we 106 volgers. Dit zijn professionals, Uitgeverijen, fondsen, literaire organisaties. Deze zijn allemaal ook internationaal, en dus niet alleen uit Nederland. Ik hoop dit netwerk nog verder uit te breiden in de toekomst.

**Interviewer:** Hoe vaak post je op Twitter en Facebook?

**Muis:** Op facebook post ik eigenlijk wel iedere week en op twitter eens in de twee weken.

**Interviewer:** En hoe zit dat met Instagram?

**Muis:** Daar hebben we 217 volgers. Instagram is een fijn medium om te gebruiken. Je kunt daar werken met story's, dat is leuk voor tijdens festivals. In het eerste jaar hadden we masterclasses en toen namen mensen de Instagram over. Het is een heel makkelijk medium om te delen met elkaar.

**Interviewer:** En wat voor publiek bereiken jullie op Instagram?

**Muis:** Veel mensen uit het netwerk van de deelnemers, de deelnemers zelf. Ongeveer hetzelfde publiek als facebook maar dan ook meer de andere partners en festival organisatoren.

**Interviewer:** Welk medium denk je dat het meest effect heeft? Welk kanaal heeft het meeste bereik om CELA te verkondigen in de wereld?

**Muis:** Dat is lastig om te zeggen maar ik denk toch Facebook. De kern van het project is voor mij om de artiesten aan het publiek te presteren. Show, don't tell. Sommige schrijvers werken met hele duidelijke thema's en voor mij is Facebook een goed kanaal omdat het een hele menselijke dimensie heeft. De artiesten en het publiek zitten allemaal ook zelf op facebook. Het is meer interactief dan de andere twee media.

**Interviewer:** Wat is het nadeel van social media volgens jou?

**Muis:** Facebook is soms beperkt in de boodschap die ik kan overdragen. In een volgende editie van CELA zou ik graag nog een extra stap maken waarin het werk van de talenten nog meer gedeeld wordt. Ik wil graag dat we onszelf veel meer positioneren als een platform. De urgentie en het belang van het project is nog niet overduidelijk zichtbaar voor een groot publiek. We hebben een literaire positie ingenomen waarbij we ons veel richten op de literaire markt. Dat is voordelig voor de artiesten maar daarin is CELA een middel en niet het einddoel. Ik wil in de communicatie direct bijdragen aan de verspreiding van de naamsbekendheid en het creëren van mogelijkheden voor de artiesten. Dus niet wachten tot het boek uitkomt, maar zelf daar stappen in te zetten. De communicatie van CELA is nu het laatste middel waarin informatie doorstroomd naar de buitenwereld. Het gaat nu nog heel veel over nieuws vanuit het project en wat er gebeurt. In de toekomst wil ik gericht geïntegreerd werken. Dat je dichter op de artiesten zit. De artiesten zijn de beste ambassadeurs.

**Interviewer:** Gebruik jij nog andere promotiekanalen dan de drie die wij net uitgebreid besproken hebben?

**Muis:** Nee, ik geloof dat dit het wel was

**Interviewer:** Is er ook een digitaal platform?

**Muis:** Dat is de website geworden. De functie van dit digitaal platform wordt vervuld door de website.

**Interviewer:** De brochures zijn een verzameling aan kleine boekjes met het vertaald werk van alle schrijver. Het grote vierkante blad waar alle deelnemers in staan is de overzichtsbrochure. Hoeveel brochures en overzichtsbrochures zijn er?

**Muis:** In totaal zijn er duizend overzichts brochures. Deze zijn in het Engels. We hebben geen ander materiaal in het Engels. Er zijn 14400 kleine brochures in totaal. We hebben 90 versies. 18 schrijver en iedere schrijver in 5 talen. Per schrijver per taal zijn er dus 140 brochures.

**Interviewer:** Hoeveel van deze brochures zijn er ondertussen al verspreid?

**Muis:** Dat durf ik niet te zeggen.

**Interviewer:** En zijn ze populair bij het publiek?

**Muis:** Jazeker, Direct na een festival presentatie wil iedereen de brochures hebben. Mensen zien het als een verzamelcollectie. Als ze drie mensen op het podium hebben zien staan dan willen ze van hen alle drie een brochure. Op een beurs zou je eigenlijk liever een verzamel brochure willen met een stukje tekst elke schrijver en vertaler. Je wil een uitgever spreken en aan de hand van de brochures tonen welke schrijvers deelnemen aan ons project. Voor het veld zou een overzicht nuttiger zijn maar voor het publiek was dit heel toepasselijk.

**Interviewer:** Waren alle deelnemers blij met het eindproduct van de brochure?

**Muis:** De meningen zijn erover verdeeld. Wat ik zelf het meest heb gemist is dat ze niet ook in het Engels zijn gekomen. Daardoor werd niets bruikbaar op de website, die in het Engels is. Toen we op een Duitse beurs stonden, en we hebben geen Duitse deelnemers dus ook geen Duitse brochures, was het soms lastig als je niet je product kunt verkopen.

**Interviewer:** Zit er niet überhaupt een contradictie in het feit dat alle algemene communicatie in het Engels gaat? Is dit problematisch voor jou? Zijn er meer dingen waarin je dat tegenkomt?

**Muis:** Ja, dat is zeker lastig. Ik als Nederlander ga er van uit dat Engels voor iedereen te begrijpen is, maar dat is helemaal niet zo vanzelfsprekend, bijvoorbeeld in een land als Spanje. Een Spaanse uitgever heeft niks aan al onze Engelse producten want daar geven ze echt alleen in het Spaans uit. We hebben gelukkig wel Spaanse producten, zoals de brochures maar het blijft een spanningsveld. Daarom lijkt het mij heel fijn om een vijftalige website te hebben. Alleen al om die diversiteit aan te geven. Die mag nog meer worden gereflecteerd in onze communicatie. Onderdeel van CELA is dat we de waarde van al die verschillende talen inzien. Dat mag ook gereflecteerd worden in de promotie van die talen.

**Interviewer:** Zijn de brochures ook verspreid onder onderwijs en andersoortige instellingen?

**Muis:** Ja, we hebben een paar maanden geleden een grote verzending gedaan naar Nederlandse en Vlaamse organisaties in het veld. Denk aan uitgeverijen, stichtingen, organisaties, vertaalcentra, opleidingen etc. In Spanje zijn ze ook op scholen verspreid. Pisa Book Festival heeft ze op de universiteit verspreid en verder heb ik er niet helemaal zicht op.

**Interviewer:** Heeft er een opkomende schrijvers dag plaatsgevonden?

**Muis:** Nee, dat gaat niet meer gebeuren en is nooit gebeurd. Dat onderdeel van het plan hebben we laten varen.

**Interviewer:** Wat kun je vertellen over de CELA-businesskaartjes?

**Muis:** De kaartjes dienen voor decentralisering. We willen de artiesten tevens ook als ambassadeur van het project inzetten en daar zijn de visitekaartjes onderdeel van. We hebben ze uitgedeeld tijdens de montage week. Alle talenten en ook een aantal mensen uit de organisaties hebben ze ontvangen. De kaartjes waren gedrukt in verschillende talen, bijvoorbeeld in hun eigen taal en in het Engels. Hun naam en met functie staat erop en ze kregen ieder tussen de 50 en de 100 kaartjes ongeveer. Ik vind de kaartjes een heel belangrijk onderdeel, vooral om mee te netwerken. We hebben de deelnemers van tevoren ook gebriefd over wanneer ze de kaartjes konden gebruiken.

**Interviewer:** Is er een digitaal magazine?

**Muis:** Dat is de Engelstalige brochure geworden.

**Interviewer:** Momenteel ben je druk met de Digital Tour. Kun je kort uitleggen wat dat is?

**Muis:** De Europese festivaltour is een onderdeel van CELA waar de schrijvers en vertalers op een podium staan. Daarnaast bestaat de Digitale Tour waarbij de teksten van de schrijvers en vertalers op allerlei online platforms worden gepromoot voor een groot publiek. Alle deelnemende landen verspreiden materiaal van de deelnemers op digitale platforms verbonden aan hun land. In Nederland waren er publicaties op Hard Hoofd, Notulen van het Onzichtbare, etc. Op die manier zijn we digitaal aan het rondreizen.



**Interviewer:** En hoe groot is dat bereik?

**Muis:** Ieder platform trekt een ander publiek aan, en het bereik van ieder platform is ook heel verschillend. Ik denk wel dat er een groot publiek bereikt wordt, maar ik weet niet hoeveel. .

**Interviewer:** Hebben de talenten zelf ook bijgedragen in deze verspreiding van hun werk?

**Muis:** Ja, ze hebben dingen naar mij doorgestuurd of ze hebben zelf platforms benadert. De feedback die we echter van de platforms terugkrijgen is over het algemeen dat de teksten wat aan de lange kant zijn om te plaatsen.

**Interviewer:** Is de Digital Tour een nuttig promotiemiddel volgens jou?

**Muis:** Ja, zeker. Dit is echt dé manier om lezers te bereiken. Lezers kunnen zo daadwerkelijk teksten lezen van opkomende schrijvers uit andere landen. Het duurt misschien langer dan verwacht om die teksten online te krijgen, r maar ik sta zeker achter het idee. Via platforms met een eigen publiek kunnen echt nieuwe mensen bereiken.

**Interviewer:** Jullie gebruiken ook podcasts als promotiemiddel toch?

**Muis:** De podcasts hebben we nog niet actief gecommuniceerd. Ze zijn onderdeel van de Digital Tour maar ze zijn te lang om aan radioprogramma's aan te bieden. Bovendien zijn de podcasts in verschillende talen dus ligt het ook meer bij de partners om die te verspreiden. **Interviewer:**

Op welke boekenbeurzen hebben jullie CELA gepromote?

**Muis:** Frankfurter Buchmesse in Duitsland, Pisa Book Festival in Italië en Bookfest in Roemenië.

**Interviewer:** Was dat een succes?

**Muis:** Het waren hele verschillende situaties. Ik was bij Pisa en Frankfurt. Bij Pisa werkte het goed omdat er heel veel geïnteresseerde vertalers waren, nieuwsbrief aanvragen, veel brochures weggeven, de Italiaanse schrijvers en vertalers konden zelf aanwezig als ambassadeur. Frankfurt was alleen bedoeld voor het literaire veld. Er staan uitgeverij en er worden rechten verkocht en wij stonden in de internationale hal bij het Nederlandse gedeelte. CELA probeert natuurlijk in de markt iets te doorbreken en we hebben daar gezien hoe uitdagend dat is.

**Interviewer:** Hoe werkt dat dan?

**Muis:** Ons doel was om CELA voor het veld zichtbaar te maken. We kwamen niet om rechten te verkopen. Dat was voor de meeste aanwezige echter wel het doel. We waren daar compleet uniek omdat we zoveel opkomende schrijvers en ook vertalers vertegenwoordigen. Visueel zag het er heel mooi uit met alle brochures maar er was gewoon weinig ruimte om mensen aan te spreken en even te kletsen over wat we doen. We hebben echter wel gesprekken gehad met uitgeverij, brochures uitgedeeld. Uiteindelijk denk ik dus dat het wel belangrijk en interessant was voor de zichtbaarheid van een project. Maar wij zijn een middel, we verkopen niks, en dat was lastig om tussen te komen.

**Interviewer:** Zijn er ook flyers en posters van CELA?

**Muis:** Ja, we hebben posters van alle deelnemers en de tour dates.

**Interviewer:** Krijgen schrijvers evenveel aandacht als vertalers?

**Muis:** Onze promotie geeft ze evenveel aandacht, ik weet niet of de pers dat ook oppakt.

**Interviewer:** Welke aspecten van de promotie zijn het meest effectief?

**Muis:** Podiumpresentaties en fysieke momenten zijn het meest effectief naar mijn mening. Letterlijk praten met mensen over het project. Ik heb het idee dat het echt gaat leven als je de deelnemers op het podium ziet of als de vertalers op een beurs staan te vertellen. Ook de momenten dat het project groter wordt, dus als een journalist er over schrijft, dan gaat het leven. De mensen die meedoen aan het project zijn de beste ambassadeurs. Zeker ook als de schrijver en vertalers samen hun werk presenteren, die interactie, dan gaat het leven. De menselijke aspecten voegen echt iets toe.

**Interviewer:** Welke verbeteringen zou je interessant vinden?

**Muis:** Ik wil meer concreet werk om te promoten, meer werken kunnen bundelen, meer werken in de verschillende talen produceren, ook meer in het Engels. Het hele doel van CELA is om dingen te ontsluiten, als je dingen niet in het Engels doet, dan doe je alsnog een deur dicht.

**Interviewer:** We hebben het in dit alles weinig gehad over de literaire professionals.

**Muis:** Ze zijn denk ik ook het minst onderdeel van mijn werk. Natuurlijk zijn ze onderdeel van het project en staan ze op de website e.d. maar ze hebben geen werk om te laten zien. Naar het publiek toe hebben een minder interessante rol maar in het project zelf uiteraard wel.

**Interviewer:** Is er nog iets wat je aan dit gesprek wil toevoegen?

**Muis:** Ik denk dat het belangrijk is om gedachte te houden dat CELA iets probeert te zijn en te doen dat er nog niet was. Die positie maakt het project niet alleen noodzakelijk maar ook heel moeilijk is. Je bent het wiel aan het uitvinden terwijl je bezig bent. We weten wel wat we doen, maar er is geen gebaand pad. Ook daarom verwacht ik dat de resultaten later pas zichtbaar zijn. Dit project gaat voor mij over relaties tussen de deelnemers, de partners het literaire veld. Er zitten heel veel facetten en heel veel cultuurverschillen door het hele project heen geweven.

## Bijlage C:

### Interview met Noortje Kessels: Coördinatie en organisatie van CELA

**Interviewer:** Hallo Noortje. Wil jij voor mij je functie binnen CELA omschrijven

**Kessels:** Jazeker. Ik ben projectcoördinator van CELA. In ieder land heeft CELA een partner en Wintertuin vertegenwoordigd Nederlands als Partner maar Wintertuin is ook penleider, of terwijl coördinator van het project. Binnen Wintertuin heb ik de rol van coördinator over dit project. Iedere partner heeft een directeur, een professional een partner in dit project en ik sta daarboven om alles bij elkaar te houden voor het algemeen overzicht en de coördinatie.

**Interviewer:** Is dat een grote klus.

**Kessels:** Jazeker maar ik krijg voldoende hulp. We werken met heel veel professionals dus mijn functie gaat echt om het aansturen, zorgen dat iedereen alles op de correcte wijze en op tijd afgeleverd en dat we goed met elkaar blijven communiceren.

**Interviewer:** Wat waren de eerste stappen en de aanloop naar CELA?

**Kessels:** Vanuit Wintertuin besepte we dat we in de internationale markt een focus hadden op grote literaire velden, zoals Engeland en Amerika. Eigenlijk is dat vreemd want we staan letterlijk, geografisch, veel dichterbij de Zuidelijke landen zoals Spanje. We hebben daarbij vooral geen besef van de nieuwe opkomende auteurs in die gebieden. We zijn hierover in overleg gegaan met Passa Porta en de Buren in België die veel projecten hebben rondom grensgebieden. Rond datzelfde moment kregen we een verzoek van een organisatie uit Pisa: Pisa Book Festival, die op zoek was naar een partner om een Europese subsidieaanvraag mee te doen. Vanuit dit contact ontstond het idee om een festival tour te creëren en zijn we gaan zoeken naar partners vergelijkbaar met Wintertuin, die een podium hebben en talenten begeleiden, om een Europees netwerk te maken. Zo kwamen we via via op Booktailors in Portugal, Escuela de Escritores in Spanje en zochten we lang naar een partner in Roemenië, dat werd uiteindelijk Cinepub. We zijn samengekomen in Eindhoven in juni 2015, in Pisa in november 2015 en in Lissabon in begin 2016. Tijdens deze ontmoetingen werden onze ideeën steeds concreter, we wilden gezamenlijk een talentontwikkelingstraject opzetten op internationaal niveau. Uiteindelijk hebben we in het najaar van 2016 de subsidie aanvraag ingediend. Het plan is echt ontstaan doordat we samen hebben overlegd over waar onze landen

nu allemaal echt behoefte aan hadden. We beseften dat het er om gaat om de internationale markt te ontsluiten voor opkomend talent. Vanuit dit gedachtegoed is het programma ontstaan. De rol van vertalers werd ook steeds concreter. Dit is niet alleen ter ondersteuning van de schrijvers maar zij hebben hier ook iets te winnen. Dus daarom hebben we ze opgenomen in het hele programma want vertalers hebben heel veel moeite om een volgende stap in hun carrière te zetten.

**Interviewer:** En hoe zijn de literaire professionals dan in het project terecht gekomen?

**Kessels:** Dat kwam voort uit een uitwisselingsprogramma dat ik zelf heb gehad met Silvia met een Wanderlust subsidie. Wij hebben daar allebei super veel van geleerd omdat we erachter kwamen dat we hele andere manieren van werken hebben in hele verschillende organisaties. We beseften dat de literaire professionals ook een spel zijn in deze markt. De opkomende literaire professionals behoren tot dezelfde generatie als onze opkomende schrijvers en vertalers, ze zullen het dus met elkaar moeten doen. Ook horen zij net zo goed in dit project thuis.

**Interviewer:** En hoe is het verloop met de partners gegaan? Er is gedurende het project een partner afgevallen geloof ik?

**Kessels:** Ja inderdaad. De Roemeense partner Cinepub is erbij gekomen omdat ze onderdeel zijn van een groep Creative Writing programma's zoals Escuela de Escritores. Ze wilde vanaf het begin wel bijdragen maar niet organisatorisch of financieel. We hebben richting hen gecommuniceerd wat er van hen verwacht zou worden maar daar kregen we geen reactie op. Voor de deadline hebben we wel hun handtekening ontvangen. Gaandeweg begonnen ze toch te steigeren over de organisatorische en financiële verantwoordelijkheden die er waren. Uiteindelijk gaven ze aan dat het vanuit hen onmogelijk was om dit door te zetten en dus zijn ze eruit gestapt, dit was in juni 2017. We hebben geprobeerd om ze binnenboord te houden en Wintertuin de verantwoordelijkheden op te laten nemen maar dat was niet mogelijk met de Roemeense bureaucratie want Cinepub zou nog steeds verantwoordelijk worden gehouden in verband met belasting e.d.

**Interviewer:** Maar ze hebben dus nog wel de specialisatiecursus gegeven?

**Kessels:** Ja, zeker. Inhoudelijk hadden ze zich gecommitteerd en dat wilde ze dus ook oppakken.

**Interviewer:** Heeft het met de organisatie van deze specialisatiecursus nog in de weg gezeten dat ze al geen officiële partner meer waren?

**Kessels:** Je kunt nooit zeggen hoe dingen zouden gaan als de situatie anders was geweest maar de communicatie verliep niet altijd lekker en er was weinig wederzijdse compassie.

**Interviewer:** En hoe is dat gegaan met het aanstellen van een nieuwe Roemeense partner?

**Kessels:** Ik heb van een afstand gezocht naar een nieuwe Roemeense partner maar dat was lastig. We hadden via een Roemeense vertaalster een lijntje met AER en uiteindelijk is onze literaire professional Manouk met hen gaan praten en zij waren gelijk enthousiast.

**Interviewer:** Het proces rondom de brochures? Het was in eerste instantie niet de bedoeling om de brochures te creëren zoals ze nu zijn. Kun je dat proces uitleggen?

**Kessels:** Ja, oorspronkelijk was het plan om per land te kijken welke van de buitenlandse auteurs het beste aansloot bij dat gebied. Dan zouden we van de gekozen auteur een complete vertaling uitbrengen en daar op de markt brengen. Dan zou je echter vanuit ieder land maar een auteur naar een taal vertalen. Dat bleek in praktijk toch een minder logische keuze. We wilde sowieso van elke auteur al een flyer maken met een klein fragment, het bleek veel handiger om dit te combineren. Zelf vind ik de brochures een van de meest waardevolle en tastbare resultaten die we hebben.

**Interviewer:** CELA heeft zichzelf op zeven festivals gepresenteerd volgens de website? Klopt dit? En hoeveel podiumpresentaties hebben jullie in totaal gegeven, met alle festivals bij elkaar?

**Kessels:** We hebben er twee podiumpresentaties per land gegeven. Daarnaast hebben we nog twee presentaties in de Montageweek tijdens de kick-off in Arnhem gegeven en er komt nog een afsluitende presentatie bij de eindevaluatie. Dan komen we uit op vijftien presentaties in totaal.

**Interviewer:** Tijdens alle festivals zijn ook workshops gegeven. Hoeveel workshops Creative Writing zijn er gegeven?

**Kessels:** We hebben beoogd om er 36 te geven, verdeeld over twee jaren en dat is gelukt. Ik denk dat we er zelfs iets meer hebben gegeven. Volgens mij wat dit een goede manier om het publiek heel dicht bij het programma te betrekken.

**Interviewer:** Zijn er ook workshops gegeven door ambassadeurs van CELA?

**Kessels:** Jazeker. We hebben onze ambassadeurs, bekende schrijvers en vertalers die achter het concept van CELA staan, workshops laten geven om CELA meer naamsbekendheid te geven en het publiek op interessante en leerzame wijze in contact te brengen met het project en vooral ook om onze kennis te delen.

**Interviewer:** Denk jij dat er meer dan duizend mensen zijn bereikt via de festivals?

**Kessels:** Ja, dat weet ik wel zeker. Als ik kijk naar hoeveel mensen er alleen al aanwezig waren bij de presentatie van CELA op het Wintertuinfestival dan is dat zeker wel bij om en nabij de duizend.

**Interviewer:** CELA heeft een lijst met verschillende soorten publiek die ze willen bereiken door middel van verschillende kanalen en activiteiten. Heb jij enig idee of dit publiek ook daadwerkelijk bereikt is?

**Kessels:** We gaan nog verder onderzoeken hoeveel publiek en wat voor soort publiek nu daadwerkelijk is bereikt. Ik kan dat niet zeggen zonder eerst alle partners te raadplegen. Dit is een onderwerp dat we zullen bespreken tijdens de evaluatie bijeenkomst.

**Interviewer:** CELA is ook aanwezig geweest op boekenbeurzen? Kun jij me vertellen welke beurzen dat waren en hoe die ervaring was?

**Kessels:** We zijn aanwezig geweest op Frankfurter Buchmesse, Pisa Bookfestival en Bookfest Boekarest. Frankfurter Buchmesse was erg teleurstellend. Het was een enorm drukke beurs waarbij iedereen gericht is op het kopen of verkopen van vertaalrecht. Wij wilde eigenlijk helemaal niks verkopen maar vooral onszelf presenteren en het gesprek aangaan maar daarmee vielen we duidelijk buiten de boot. We hadden wel enkele afspraken en die waren ook wel nuttig, maar we hadden hier veel minder in te brengen dan in de andere twee beurzen, die bewust zijn verbonden aan de landen waar het project op is gericht. In een volgende editie zouden we niet opnieuw de keuze maken om op een grote boekenbeurs te gaan staan maar ons meer concentreren op de kleine beurzen, waar meer betekenis hebben.

**Interviewer:** Van wie en hoeveel vertaalrechten zijn er verkocht?

**Kessels:** Lotte Lentjes heeft in Spanje een uitgeefcontract gekregen bij Lengua de Trapo voor *De jongen, het stof*. CELA-vertaler Irene de la Torre, die Lotte's werk voor de brochures had vertaald, heeft de vertaalrechten gekregen. Daarnaast heeft Joost Oomen in Italië een contract gekregen bij Tunué voor *De zon als hij valt*. De vertaalrechten gaan naar Antonio de Sortis, ook van CELA.

**Interviewer:** een van de doelen van CELA was dat alle talenten betaald kregen voor opdrachten, dus voor schrijf en vertaal klussen maar ook voor het geven van workshops als onderdeel van het project? Is dit gelukt?

**Kessels:** Ze hebben betaald gekregen voor alle opdrachten maar niet voor de podiumpresentaties tijdens de festivals. Dat vonden we vervelend maar dat moesten we schrappen in verband met onze begroting. Passa Porta en de Buren waren het niet eens met deze beslissen en hebben op eigen kosten toch de deelnemers betaald die bij hun op het podium stond. De schrijvers hebben betaald gekregen voor de vrije tekst en de time tekst want

hun sample tekst bestond al. De vertalers zijn betaald voor alle negen vertalingen die ze hebben gemaakt. Daarnaast zijn alle onkosten betaald, ook voor onderdelen van de projecten zoals de transmedia werken.

**Interviewer:** Een van de beoogde resultaten van CELA was: “A digital publication with methods and tools to share with other literary organisations throughout Europe.” Wat is dit precies?

**Kessels:** Tijdens de evaluatie dagen willen we graag iets publiceren waar ander literaire organisaties iets aan hebben in connectie tot CELA. Hoe dit er precies uit gaat zien is op dit moment nog onduidelijk en wordt besproken tijdens de evaluatie.

**Interviewer:** Wat is voor jou het grootste succes van CELA?

**Kessels:** De CELA-familie die is ontstaan. Er is een hele hechte band ontstaan tussen alle deelnemers en dat is heel mooi.

**Interviewer:** Denk jij dat deze hechte connectie maakt dat je de CELA-deelnemers als een samenwerkend front zou kunnen zien?

**Kessels:** Ja, die ervaring zal verschillen per deelnemer maar ik denk wel dat hier contacten en verbonden zijn gesmeed die heel waardevol zijn en die in de toekomst nog lang meegaan.

**Interviewer:** Wat zou je de volgende keer anders doen?

**Kessels:** Ten eerste zouden de leerplannen van de literaire professionals denk ik echt een goede toevoeging zijn aan hun ervaringen. Ook was het soms moeilijk om te werken met de verschillen in niveau, dus daar zou ik graag beter naar kijken. Ik zou ook graag iedere partner afzonderlijk nog meer meenemen over wat ik op die festivals wil doen en bereiken zodat het beter ingebed raakt in die landen. Ik zou ook nog meer willen luisteren naar de behoefte van alle betrokken partijen maar die democratische aanpak is soms best wel lastig. De workshops kunnen denk ik nog beter bezocht worden.

**Interviewer:** Is CELA denk je een keurmerk geworden voor opkomend talent in Europa?

**Kessels:** Ik denk dat CELA een hele goede opening is naar opkomende talenten. Ik weet niet of we al van een keurmerk kunne spreken, zonder te twifelen aan de kwaliteit van de deelnemers, maar het netwerk is dat is ontstaan maakt dat onze talenten makkelijker te bereiken zijn en zelf ook makkelijker andere literaire velden kunnen bereiken. Daar zijn wel degelijk openingen en mogelijkheden ontstaan maar ik denk dat het voor een keurmerk toch niet iets te vroeg is.

**Interviewer:** Als je CELA zou moeten positioneren op het Europese veld, zijn we dan denk je meer zichtbaar binnen het gehele Europese veld?

**Kessels:** Ik denk niet dat er een grote golf of een grote verandering is ontstaan maar dat dit de eerste stapjes zijn. Een tweede editie, die meer uitgebreid is, zou naar mijn mening daar meer verschil in kunnen maken.

**Interviewer:** Hoe was het om samen te werken met verschillende partners uit verschillende landen en van verschillende disciplines.

**Kessels:** Er waren duidelijk verschillende specialiteiten aanwezig die we met de specialisatiecursus heel goed hebben kunnen inzetten. Echter werkte een aantal partners noodzakelijkerwijs veel commerciëler omdat ze geen fondsen hebben om mee te werken en dat zorgt voor tegengestelde belangen. Inhoudelijk konden ze dat goed inzetten maar binnen de uitvoering van het project zie je dan een andere focus ontstaan en een minder grote bereidheid om risico's te nemen. Wat wel mooi is, ondanks de verschillen, is dat er tussen de partners ook meer samenwerkingsverbanden zijn ontstaan.

## Bijlage D

### **Schrijvers enquête: antwoorden overzicht**

<https://docs.google.com/document/d/1CnOtOGx4KpZlo4qJLF70uXm1SDuxGd-zx-xSIGIX98/edit>

## Bijlage E

### **Vertalers enquête: antwoorden overzicht**

<https://docs.google.com/document/d/1oSqwg2GyINmVoXtjSyS7eMkoPxJ9SJ7cXICjAwTvKtA/edit>

## Bijlage F

### **Literaire professionals enquête: antwoorden overzicht**

[https://docs.google.com/document/d/1igtoVDWF5V5UjEMIKLFVnxQdotlxK\\_wdA6E9nP0xLXk/edit](https://docs.google.com/document/d/1igtoVDWF5V5UjEMIKLFVnxQdotlxK_wdA6E9nP0xLXk/edit)

## Bijlage G

### **Partners enquête: antwoorden overzicht**

[https://docs.google.com/document/d/1NCcn5CMrU4s4dl6\\_sLP1DS\\_43DxNAvitARcgpJonesQ/edit](https://docs.google.com/document/d/1NCcn5CMrU4s4dl6_sLP1DS_43DxNAvitARcgpJonesQ/edit)

## Bijlage H

### **Publieksenquete: antwoorden overzicht**

<https://docs.google.com/document/d/1YGvJn1mCKFHTOUdMNUzpqzWSC09h4VzWxuVZwX35x8/edit>