

deze uitspraak veel succes voor een rechtbank, bij de afhandeling van een administratief dossier of in een discussie over pakweg de nieuwste productie van Anne Teresa De Keersmaeker (en als het toch lukt, is er sprake van misleiding – van ‘corruptie’). Liefde, en a fortiori ook het betuigen daarvan, werkt als ‘succes-medium’ enkel in intieme relaties of gezinsverhoudingen, niet in economische, juridische, politieke of artistieke communicatie.

Net als liefde of macht is ook geld een specifiek ‘succes-medium’ (\*in goed sociologees: een symbolisch gegeneraliseerd communicatiemedium). Het garandeert binnen een welbepaald domein de aanname, dus het succes van communicatie. Want enkel in als economisch gedefinieerde situaties zorgt het overhandigen van reëel of virtueel geld, en alleen van geld, voor het verkrijgen van goederen, het toekennen van kredieten of leningen, enzovoorts. In al die ontelbare gevallen is geld bijzonder efficiënt: ‘ik wens dit, het is koopbaar en ik beschik over de benodigde contanten of financiële garanties, dus ik krijg het’. Men kan vermoeden dat precies deze grote effectiviteit van economische transacties, vooral bekeken vanuit individueel standpunt, gedurig aanleiding geeft tot de fantasmatische gedachte dat bij wijze van spreken geld alles is. De impact van het ‘succes-medium’ geld reikt echter niet verder dan de kapitalistische markteconomie. Andere maatschappelijke domeinen veronderstellen in hun functioneren ook effectief andere succes-media, van geld verschillende middelen om communicatie te laten slagen.

Neem nu bijvoorbeeld het kunststelsel. Je kan bij het publiek van een dansvoorstelling geen instemming met het getoonde afdwingen door bij elk toegangskaartje een som geld te leggen. De toeschouwers beoordelen de voorstelling in andere dan monetaire termen. Ze observeren niet overeenkomstig het verschil geld-of-geen-geld maar conform het uiteraard altijd opnieuw herijkte onderscheid tussen een geslaagd of een niet-geslaagd kunstwerk (elk kunstwerk laat zichzelf lukken – of niet). De choreografie wordt omwille van de opeenvolgende bewegingen, eventueel in wisselwerking met de gebruikte muziek, als interessant of flauw, boeiend of vervelend ingeschat – en geen miljoen per toeschouwer kan hieraan verhelpen, op straffe van de verdenking van een onoprechte, letterlijk afgekochte beoordeling. Geld is dus inderdaad gewoonweg een aan het kunststelsel externe mogelijksvoorwaarde. Het verzekert niet het succes van esthetische communicatie, uitsluitend van de betalingen die verricht moeten worden om dansers, technici, rekwisieten... te vergoeden voor hun aanwezigheid, hun letterlijke of figuurlijke medewerking

aan de productie en opvoering van een choreografie. Of die feitelijk ook nog als goed of slecht wordt gepercipieerd, valt vooruit te berekenen noch met geldmiddelen in te plannen.

### Geld als metafoor

Sommigen, zoals de bekende kunstsocioloog Pierre Bourdieu, beschouwen iemands artistieke reputatie of aanzien als een effectief equivalent van geld. Naast een economisch kapitaal zouden bijvoorbeeld wetenschappers of artiesten zich kunnen beroepen op een erkend symbolisch of cultureel kapitaal, een vermogen aan aanzien eerder dan een aanzienlijk vermogen. Deze visie komt er op neer dat bijvoorbeeld de communicatie van de kant van een gevestigd of geconsacreerd artiest op succes mag rekenen, die van een debutant integendeel vooral kritiek of een onverschillig schouderophalen kan verwachten. Dat is thans een nogal ongehoofwaardig aandoende stelling. Alvast in Vlaanderen leven we in een tijd waar in naam van een algemeen moreel parti pris voor ‘de zwakkeren’ gedurig het voordeel van de twijfel wordt gegeven aan de marge boven de machtigen, de periferie boven het centrum.

Ook los van de huidige, alweer tanende conjunctuur van politieke correctheid geldt dat het in laatste instantie binnen het kunststelsel om de beoordeling van singuliere kunstwerken draait, niet om grote of kleine namen. Een voorstelling – of een schilderij, een gedicht, een roman,... – kan geslaagd of mislukt heten, en niet de maker of maakster. Ook symbolisch kapitaal of aanzien is, net als haar economische of financiële equivalent, voor alles een mogelijksvoorwaarde, geen waarborg van artistiek succes. Anne Teresa De Keersmaeker, Jan Fabre, Josse De Pauw, Jan Lauwers,...: deze artistieke bv’s zijn geen kunstige nv’s, geen garanten van een altoos en overal geslaagde esthetische communicatie. De toeschouwer kan alleen maar hopen dat hun komende voorstellingen hun goede naam bevestigen. Evenmin als geld kan de faam of reputatie echter op een quasi-automatische manier instemming afdwingen of het succes van artistieke communicatie bij voorbaat verzekeren.

Uitdrukkingen als symbolisch of cultureel kapitaal suggereren ook dat aanzien en geld vergelijkbare grootheden zijn. Het is echter meteen duidelijk dat iemands faam niet zomaar valt te kwantificeren. Bovendien gaat het primair om een geloofsconstruct, zoals trouwens ook Bourdieu niet ophoudt te benadrukken. Een goede reputatie is niet in harde valuta uit te drukken maar veeleer een hoogst zweverig iets, een door verwijzingen naar objectieve daden of feiten geschraagde overtuiging die zich nooit helemaal laat valideren.

Vandaar het belang van sociale instemming en bevestiging. Het eigen geloof in bijvoorbeeld iemands artistieke kwaliteiten is des te steviger naarmate meer anderen daar ook van overtuigd zijn. Zij zien hun geloof dan weer mede door jouw publiek beleden geloof bevestigd. Zo’n geloofscirkel kan na verloop van tijd tot een schijnbaar onbetwifelbaar, vanzelfsprekend feit verharderen. ‘Men’ is het er dan over eens dat artiest Zus of kunstenaar Zo werk van hoge kwaliteit maken. Zich beroepend op dat anonieme ‘men’ kunnen individuen dan op anderen – op (nog) niet-gelovigen – druk uitoefenen. Dat is trouwens niet zo moeilijk. Wie in communicatie op een aannemelijke wijze een consensus over iets kan veronderstellen, dwingt de tegenstribbelende partij sowieso tot die argumentatie waarvan men zichzelf ontslagen weet. Ook daarom is men het zo opvallend vaak met ‘men’ eens: tegen de heersende doxa ingaan, vraagt veel tijd en moeite. En dat terwijl het sop de kool gewoonlijk niet waard lijkt: waarom een gezellig avondje uit verknelen met een eindeloze discussie over de merites van, bijvoorbeeld, het werk van Fabre of Needcompany? Wellicht verklaren deze en analoge ervaringen mede waarom een notie als symbolisch kapitaal het in de hedendaagse kunstsociologie zo goed doet en, algemener, zoveel geloven (sic!) dat een algemeen gedeeld geloof in iemands artistieke of intellectuele kwaliteiten een met geld vergelijkbaar goed is. Zolang we inzien dat het om beeldspraak gaat, is er met deze denkwijze overigens niet meteen iets mis. Ze lijkt mij alleen conceptueel onhoudbaar: aanzien als een symbolisch kapitaal beschouwen is *a way of speaking* die een metafoor, geen begrip oplevert.

### Geld en verzakelijking

Geld maakt vrij, zo betoogde Georg Simmel nu alweer bijna honderd jaar geleden in zijn magistrale boek *Philosophie des Geldes* (1900). Het is overigens een van de weinige niet-economische, deels wijsgerig, deels sociologisch georiënteerde beschouwingen over geld. Dat mag er op wijzen dat het inderdaad erg moeilijk is om over geld ook écht na te denken en aan dit mundane onderwerp een quasi-metafysisch aura te verlenen. Simmel slaagde daar alsnog in door met name de omloopsnelheid van het geld tot symbool van de moderne tijd te promoveren. Zo gewonnen, zo geronnen: geld lijkt te vragen om uitgaven, of op z’n minst om mogelijk winstgevende investeringen. Geld gaat daarom van hand tot hand, het is immer in beweging, ja wezenlijk rusteloos. En zo ook de moderniteit en het moderne individu, aldus Simmel. Zo het geld, zo de hedendaagse cultuur en het moderne