

PLEIDOOI VOOR HYGIËNE

Het besmettelijke jargon van de manager

Ik zal het maar bekennen. Als ik drie keer het woord “innovatie” zie verschijnen in een tekst, word ik wantrouwig. Het begrip wordt kritiekloos als een mantra opgevoerd: wee degene die niet innoveert, dit wil zeggen met iets totaal nieuws komt, dat het oude wegduwt, omdat er verkocht moet worden. Groei is het axioma. Wee de mens, of organisatie die niet groeit, en dus stagneert. Stagneren is achteruitgaan. Maar kun je oneindig groeien in een eindige omgeving? Ook vernieuwing is geen waarde op zich. In de kunsten is er al geen sprake van vooruitgang (en ook niet van achteruitgang). En die andere mantra, die van duurzaamheid, komt vroeg of laat in conflict met de verplichting tot “innovatie”. Maar we leven nu eenmaal in tijden van “creatieve destructie”, die nu “disruptie” heet. Uber vreet taxibedrijven aan, Airbnb het hotelwezen. Welkom in het nietzscheaanse universum waarin *der Wille zur Macht* de motor is, een niets ontziende competitie in “excelleren”. Wat ons niet ombrengt, maakt ons sterker (ook van Nietzsche overigens), toch? In die wereld is “flexibiliteit” een verplichting; “competenties” – ook “skills” genoemd of gewoon “vaardigheden” – zijn belangrijker dan kennis. En meer dan kennis doet “potentieel” er toe. We waden tussen de lege containerbegrippen: “creativiteit” is er zo één. Het wordt van alles gezegd, van steden en industrieën en een hele klasse. Wee degene die niet “creatief” is, “dynamisch”, “flexibel” en “out of the box” denkt.

We weten het intussen. We zijn allemaal besmet. Het economische taalspel, het jargon van het “managerialism” is zo dominant dat het sluipend ook in het taalspel van de zorgsector, de culturele wereld en het onderwijs is binnengedrongen. Niemand ontsnapt eraan. In jaarverslagen en subsidieaanvragen passen ook wij ons vaak aan het vigerende taalspel aan. Het is meer dan een esthetisch probleem. Zo vind ik woorden als “opportuniteit” – wat is er verkeerd aan “kans”, “mogelijkheid”? – ronduit lelijk. Zie ook de neiging om alles wat we voortbrengen een “product” te noemen. Maar wie maalt daar om? Het gaat om meer. Het gaat om de dominantie van een ideologie die niet meer als een ideologie wordt ervaren. Men zou ze kunnen

omschrijven als “neoliberaal”. Privatisering en deregulering zijn haar ordewoorden. De staat moet “gerund” worden als een bedrijf. Ze laat het liefst zo veel mogelijk over aan de markt. Die werkt namelijk beter, efficiënter. “Dit boekje is gebaseerd op de eenvoudige stelling dat de economisering van alles, de overheersing van het marktdenken en de ideologie van management en marketing, een cruciale pijler vormt van de neoliberale hegemonie of de overheersing van het ‘marktfundamentalisme’”, lees ik in de inleiding van *Klein lexicon van het managementjargon*. Voilà. Noties als algemeen belang of de publieke zaak zetten niet meer de toon. Terwijl de discussie erover juist het hart van het democratische debat zou moeten uitmaken, gevoerd op het forum, de agora, waar geen goederen worden verkocht, maar meningen botsen en ideeën worden uitgewisseld.

Daarom is een boekje als dit, dat een zekere hygiëne voorschrijft in ons spreken en dus ons denken, meer dan nodig en nuttig. Je realiseert je (opnieuw) dat “output” (“meetbare activiteit van een individuele werknemer”) het tegendeel is van een oeuvre; “content” het tegendeel van inhoud, iets als “inhoud die af is, klaar voor consumptie”; “format” het tegendeel van vorm: “Vorm en inhoud zijn één, format en inhoud zijn water en vuur: een format heeft geen inhoud maar een *content*.”

Ik leerde ook voor het eerst anders aankijken tegenover het concept “meerwaarde” (“de winst bij de verkoop van bijvoorbeeld grond of aandelen tegen een hogere prijs dan die men er zelf voor heeft betaald”), bijvoorbeeld in de context van een “meerwaardeonderzoek”. Is het niet genoeg dat iets “waarde” heeft?

*Je realiseert je dat output
het tegendeel is van een
oeuvre, content het
tegendeel van inhoud,
format van vorm*

Waarde op zich, *an sich*? Waarde is immaterieel, en daarom nogal “weerloos”, zoals de dichter weet. Een meerwaardeonderzoek naar bijvoorbeeld het Nederlands in de wereld is dus nogal vreemd. Ofwel is Nederlands waardevol op zich, of niet. Als het waardevol is, dan doet men er alles aan om het aan te bieden. Pas als men daaraan twijfelt, heeft men blijkbaar behoefte aan meetbare effecten, die als nuttig kunnen worden voorgesteld (meetbaar en instrumenteel in een economische logica). Hier raken we aan enkele andere axioma’s van het neoliberale, economische taalspel. Meten is weten. Kwantificeerbaarheid is een voorwaarde voor controle. De werkelijkheid is namelijk maakbaar. Daarom worden we onderworpen aan “assessments” en “audits”, worden we “geëvalueerd”, beoordeeld op het halen van onze “targets” of doelen. Het evalueren en meten van onze competenties, vaardigheden en/of skills moet leiden tot een overal en altijd inzetbare, flexibele, dynamische en onderneemende werknemer. Maar hoe meet je de empathie van een dokter voor zijn zieke, het enthousiasme van een leraar voor zijn vak? Dat *supplément d’âme*, dat tikkeltje extra bevlogenheid dat ons boven onszelf doet uitstijgen, en dat voor een goed begrip niets te maken heeft met “meerwaarde”?

Omdat de schrijvers van de lemmata in dit lexicon academici zijn, halen ze vele voorbeelden uit de vermarkting van de universiteit. En laat die bezorgdheid over de universiteit nu ook opklinken in een reflectie van de Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten, over de positie en het wezen van het professoraat, “een beroep in volle verandering”. Ook de “professor”, de “magister”, de “*maître à penser*”, die intellectuele en culturele tradities doorgeeft en een voorbeeld geeft hoe men kan denken, is niet meer wat hij (of zij) geweest is. Het evenwicht tussen de drie hoofdtaken staat onder druk: onderzoek, onderwijs en maatschappelijke dienstverlening, zeg maar de vulgarisatie van wetenschappelijke inzichten ten gunste van de samenleving. Administratieve planlast, managementopdrachten en de druk om onderzoeksresultaten te boeken, bedreigen de onderwijsop-

dracht. Verhoogde prestatiedruk, publicatiedruk en competitiviteit, de toenemende bureaucratie bedreigen de vertrouwensrelatie tussen hoogleraar en instelling. Manieren van denken en handelen uit de bedrijfs sfeer perverteren de kerntaken van de universiteit door haar financiering afhankelijk te maken van “objectief” meetbare gegevens (publicaties en citaties), en door het installeren van een cultuur van concurrentie tussen en binnen de instellingen. Vooral geesteswetenschappen lijden hieronder. Het voortdurend aandringen op transparantie leidt tot het meer en meer opzetten van controlesystemen, maar ook tot betwistingen van examenresultaten en evaluaties. Die juridisering tast het vertrouwen aan dat broodnodig is in elke organisatie. Het vertrouwen in personen wordt meer en meer vervangen door een systeemvertrouwen. Maar eigenlijk zouden we met zijn allen de eindigheid van het beheersen van menselijke processen moeten erkennen.

De reflectie eindigt met de retorische vraag: “Hoe kan men jonge mensen ertoe brengen hun leven te wijden aan wetenschap, kunst, inzicht in natuur, mens en maatschappij, of echte interesse leren hebben in een of ander soort werk of taak, als in de maatschappij waarin ze leven alleen succes en concurrentie gepredikt wordt, en geen enkel ander doel nog de moeite waard geacht wordt?” Breng die vraag aan boven alle aula’s.

LUC DEVOLDERE

RUDI LAERMANS, LIEVEN DE CAUTER, KAREL VANHAESEBROUCK, *Klein lexicon van het managementjargon. Een kritiek van de nieuwe newspeak*, EPO, Antwerpen, 2016, 208 p.

HERMAN DE DIJN, IRINA VERETENNICOFF, DOMINIQUE WILLEMS (E.A.), *Het professoraat anno 2016. Reflectie over een beroep in volle verandering*, Standpunten nr. 40, Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten, Brussel, 2016, 35 p. Online: www.kvab.be/downloads/stp/professoraat-anno-2016.pdf.