

De eenzame kunstenaar

Samenwerken en samenwerken in de creatieve industrie

Samen werken in de creatieve industrie is een veelvoorkomende, maar ook veelvormige praktijk. Voortbouwend op haar proefschrift over creatieve broedplaatsen neemt Yosha Wijngaarden verschillende werkvormen en motivaties onder de loep. Wat weten we al over samen werken, hoe vertaalt dit zich naar de praktijk van kunstenaars en andere makers en wat is het potentieel hiervan?

Yosha Wijngaarden

Als we denken aan kunstenaars, dan denken we vaak aan individuen. In tegenstelling tot de kantoorclerk, fabrieksarbeider, verpleegkundige of leraar zien we de kunstenaar – of creatief maker in brede zin – in onze verbeelding vaak in eenzaamheid achter een schildersezel, gebogen over een manuscript, of tokkelend op een gitaar. Natuurlijk is dit niet het hele verhaal. Muzikanten zijn actief in orkesten of bands, theatermakers zijn deel van een theatergezelschap, en architecten opereren vaak binnen architectenbureaus. Desalniettemin werken veel makers, van webdesigners tot acteurs, als eenpitter. In Nederland is zo'n 45 procent van de bijna 175.000 personen werkzaam in de creatieve industrie zelfstandig ondernemer, en combineert nog eens 6 procent van de makers met een aanstelling een of meerdere banen vaak met een bestaan als zelfstandige. Kortom, een bestaan als maker in de creatieve industrie kan soms eenzaam zijn.

Immateriële waarden

De uitdagingen van het solitair werken zijn niet gering. De creatieve industrie wordt niet alleen gekenmerkt door een hoog percentage zelfstandigen, maar ook door sterke concurrentie en gemiddeld lagere en vaak onregelmatige verdiensten in vergelijking met werkenden met een vaste aanstelling. Tegelijkertijd bestaat er onder zelfstandige creatieven weinig animo om op te schalen. Uit onderzoek van Marčeta, Been en Keune blijkt dat makers immateriële waarden als autonomie en individuele zelf-expressie als de meest belangrijke en gewaardeerde aspecten van hun werk zien, meer nog dan materiële waarden zoals inkomen en arbeidsvoorwaarden. Zelfs onder respondenten die zich in een precaire positie bevinden blijven deze bevindingen overeind, wat benadrukt hoe belangrijk autonome creatieve productie is voor veel makers.

Tegelijkertijd moeten we voorzichtig zijn met het afschilderen van kunstenaars en makers als eenzame 'starving artists'. Er bestaat een mozaïek aan samenwerkingsvormen om te kunnen overleven als maker. Muzikanten gaan

samen op tournee, of spelen zelfs in elkaars bands om verschillende inkomensbronnen te hebben. Individuele ontwerpers vormen tijdelijke samenwerkingsverbanden of partnerschappen om grotere projecten te kunnen binnenhalen en uitvoeren. Anderen vormen een coöperatie om op de langere termijn winsten en verliezen met elkaar te kunnen delen, en samen sterk te staan. Recentelijk zien we ook de opkomst van Broodfondsen, waarbij makers van diverse pluimage elkaar helpen in voor- en tegenspoed door bijvoorbeeld mee te betalen aan elkaars ziekteverlof. Dergelijke vormen van samenwerking hebben een duidelijk doel: risicospreiding, vergroting van het verdienvermogen, en vermindering van de algehele precariteit.

De uitdagingen van het solitair werken zijn niet gering

Samen werken in scenes, spaces en cirkels

Waar we het minder vaak expliciet over hebben is samen werken: het werken in de nabijheid van anderen. Waar werk in de creatieve industrie enerzijds gekenmerkt wordt door isolement – het individueel werken en individueel dragen van lasten en risico's – zien we anderzijds juist een heel sterke gemeenschappelijkheid. Een bekend voorbeeld is de eerdergenoemde band, die opereert in een lokale scene waarin makers, producenten, technici, verkopers en het publiek interacteren in concertzalen, studio's en →

platenzaken. Ook in de beeldende kunst zien we vaak een al dan niet top-down gedreven concentratie van atelierruimtes in speciaal daarvoor aangewezen gebouwen en complexen. En voor makers wiens instrumentarium beperkt is tot een laptop is er tegenwoordig een veelvoud aan *co-working spaces* te vinden in elke kleine tot grote stad.

Samen werken – werken in elkaars nabijheid – kent een lange geschiedenis. Ver voordat makers bureaus deelden in *co-working spaces* zochten zij elkaar al op in cafés of elkaars woningen. De socioloog Michael Farrell beschrijft bijvoorbeeld de collaboratieve cirkels van zes bekende groepen kunstenaars, waaronder de Franse impressionisten en de groep rondom de Britse auteurs C.S. Lewis en J.R.R. Tolkien. Ook in Nederland vinden we dat soort groepen van gelijkgestemden, denk bijvoorbeeld aan het netwerk van beeldend kunstenaar Charley Toorop, waarin iconische tijdgenoten als Piet Mondriaan, Gerrit Rietveld en Adriaan Roland Holst elkaar ontmoetten. Zoals Pieter Hoexum elders in dit nummer illustreert, was het in de villa van Roland Holst in het Noord-Hollandse Bergen een komen en gaan van ‘collega’s, vrienden, kennissen uit de kunstwereld’. Het meest in het oog springende voorbeeld is Monets en Renoirs impressie van de badplaats La Grenouillère. Letterlijk zij aan zij experimenteerden zij met technieken om het licht weerkaatsende water vast te leggen, en leerden ze van elkaars experimenten.

Theoretische perspectieven

Het clusteren van werkenden en bedrijven is een eeuwenoud fenomeen. Al aan het einde van de 19de eeuw omschreef de Britse econoom Alfred Marshall clusters als ‘concentraties van gespecialiseerde industrieën in specifieke locaties’ [eigen vertaling]. Zo’n honderd jaar later werd het idee van clusters gepopulariseerd, met name nadat onderzoekers en consultants als Charles Landry en Richard Florida deze als aanjager van de creatieve industrie en in het bijzonder innovatie zagen. Vanaf dat moment werd samen werken een beleidsdoel, bijvoorbeeld in de vorm van het stimuleren van creatieve werkgelegenheid in daarvoor aangewezen stedelijke gebieden. Deze creatieve clusters werden gezien als plekken waar

innovatie plaatsvond, de stad kon opleven, cultureel erfgoed zich kon ontwikkelen, en de werkgelegenheid zou toenemen. Volgens econoom Michael Porter zijn deze clustering en innovatie onlosmakelijk met elkaar verbonden, allereerst omdat een grotere ‘pool’ van gespecialiseerde werkenden helpt om nieuwe productie op gang te brengen en te houden, maar ook omdat kennis, bijvoorbeeld van technologische mogelijkheden zich beter verspreidt door ‘face-to-face’ interactie. Deze vorm van samen werken vertaalt zich met name naar de creatieve ecosystemen in steden, of de hierboven genoemde scenes waarin veelvuldig contact tussen makers, tussenpersonen en consumenten plaatsvindt.

Rond de eeuwwisseling schoten ook de zogenoemde creatieve broedplaatsen als paddenstoelen uit de grond. Makers huren er – tijdelijk op anti-kraakbasis of met meer permanente contracten – een bureau of ruimte om enerzijds een betaalbare werkplek te hebben, en anderzijds de eenzaamheid van het bestaan als zelfstandige af te wisselen met enige reuring. Persoonlijke, face-to-face interactie helpt bij het uitwisselen van kennis, en deze reuring speelt hierbij een belangrijke rol. De Oostenrijkse geograaf Gernot Grabher beschrijft dit op levendige wijze: creatieven in broedplaatsen zijn ‘omringd door een brouwsel van geruchten, indrukken, aanbevelingen [en] handelsfolklore’, die andere makers al dan niet bewust delen. Op deze manier, stellen economen Capone en Lazzaretti, leidt de sociale nabijheid van andere makers en bedrijven tot informele regels en werkwijzen, een gemeenschappelijke taal, gedeelde gewoonten, en zelfs een samensmelting van persoonlijkheidskenmerken, wat vervolgens weer de kans op kennisuitwisseling vergroot.

Sociaal, cultureel en symbolisch kapitaal

In mijn proefschrift onderzocht ik deze kennisuitwisseling onder makers in creatieve broedplaatsen. Uit meer dan zestig interviews met makers bleek dat de behoefte aan kennis enorm is. Zelfstandige creatieven – denk aan ontwerpers, sounddesigners, beeldhouwers of scriptschrijvers – hebben immers meestal wel een opleiding in hun veld genoten¹, het doorleren na het afstuderen kan uitdagend zijn. In traditionele beroepen worden makers gesocialiseerd in de bedrijfscultuur door bijvoorbeeld samen te



Charley Toorop, *De maaltijd der vrienden*, 1932-1933. Olieverf op doek, 200 × 129,5 cm. Collectie Museum Boijmans Van Beuningen, Rotterdam. Schenking stadsgenoten Rotterdam, 1935. © Pictoright Amsterdam 2023. Fotografie: StudioTromp
 Afgebeeld van boven naar beneden en van links naar rechts: een sculptuur van John Raedecker, Edgar Fernhout, Rachel Fernhout Pellecaan, John Raedecker, Annie Raedecker, Gerrit Rietveld, Kocki Raedecker, Wim Oepts, Annie Fernhout, Pyke Koch, John Fernhout, A. Roland Holst, Charley Toorop en Eva Besnyö.

werken met senior collega's en deel te nemen aan vergaderingen. Deze directe collegiale cirkel ontbreekt bij zelfstandige makers, waardoor zij zelf op zoek moeten naar een groep gelijkgestemden om van en mee te leren.

Deze nood wordt bovendien versterkt door een breed gedragen gevoel dat kennisinstellingen excelleren in het overdragen van vakinhoudelijke kennis, maar minder in de strategische en praktische kanten van het bestaan als kunstenaar, muzikant of ontwerper. Juist in deze – meer praktische – vorm van kennisoverdracht kan samen werken in broedplaatsen een cruciale rol spelen. Respondenten vertelden bijvoorbeeld hoe korte gesprekjes tijdens de lunchpauze hielpen om uit vastgelopen 'cirkelgedachten' te komen. Bij de koffieautomaat wisselden zij tips uit over belastingzaken. Ook refereerden zij aan het sparren over professionele ontwikkeling of moeilijke cliënten tijdens tafeltennissessies. Als zodanig is samen werken niet alleen een efficiënte wijze om kosten te besparen, maar ook een manier om surrogaatcollegialiteit te ervaren.

Nieuwe ideeën ontstaan echter niet alleen door directe kennisoverdracht. Samen werken kan ook inspiratie stimuleren. Vanuit de sociale psychologie bezien heeft inspiratie drie kenmerken: inspiratie wordt opgewekt door een →



Voorgevel
van broedplaats
De Vlucht,
Amsterdam.
Fotografie:
Renata Chede /
Urban Resort

stimulus, het impliceert transcendentie die verder gaat dan de dagelijkse gang van zaken, en het motiveert mensen om hun ideeën te realiseren. Onderzoek in geografie en creatief ondernemerschap suggereert dat contextuele factoren – waaronder de plaats waar men werkt – een positieve of negatieve invloed kunnen hebben in hoe geïnspireerd men zich voelt. Samen met mijn collega's Pawan Bhansing en Erik Hitters onderzocht ik in hoeverre samen werken in broedplaatsen naast kennisuitwisseling ook inspiratie kan stimuleren door de benodigde stimulus te bieden. Ons onderzoek – gebaseerd op een enquête onder creatieven in tien broedplaatsen in Nederland – toont aan dat het zien van creatieven die gepassioneerd met hun werk bezig zijn in de broedplaats ook bij anderen gevoelens van passie voor het werk oproept. De opgeroepen passie voor het eigen werk kan vervolgens weer inspirerend werken. Samen werken leidt dus niet alleen tot meer kennis, maar ook tot meer passie en inspiratie.

In het laatste deel van mijn proefschrift onderzocht ik wat de nabijheid van anderen bood aan symbolische waarde. Samen werken met gepassioneerde kunstenaars straalt immers ook af op het imago naar de buitenwereld. Daarbij keek ik niet naar culturele hotspots als New York of Berlijn, maar juist naar creatieve broedplaatsen in middelgrote Nederlandse steden als Den Bosch en Haarlem. Zelfs in deze steden kunnen makers vaak kiezen uit meerdere werkplaatsen: broedplaatsen, atelierruimtes, of zelfs hun zolderkamer. De reputatie van een plaats speelt een belangrijke rol in hun keuze,

en creatieven laten zich vaak leiden door twee factoren: de mate waarin ze denken te kunnen profiteren van de face-to-face interacties met anderen, en de mate waarin ze een plek als 'cool' percipiëren. Deze 'coolheid' wordt niet alleen gedefinieerd als het karakteristieke industriële uiterlijk die dit soort broedplaatsen – vaak gevestigd in oude fabrieken – hebben, maar ook de nabijheid van invloedrijke makers. Zo is samen werken ook een (soms zelfs bewuste) strategie ter verrijking van de eigen waarde als creatief maker.

Samen werk is samen sterk

Een recente stroom aan onderzoek en initiatieven belicht nog een andere kant van het samen werken en samenwerken, namelijk die van zorg en hoop. Het meest in het oog springend hier is het werk van sociologen Ana Alacovska en Marisol Sandoval, voortbouwend op extensief onderzoek naar informele werkpraktijken en coöperatieven in de creatieve industrie. De creatieve industrie, stelt Alacovska, is doordrongen van hoop: de dagelijkse strategieën die creatieven hanteren om om te gaan met de preciaire conditie waarin velen van hen zich bevinden. Een van de manieren waarop deze hoop zich kan manifesteren is door het opzetten van zelf-georganiseerde gemeenschappelijkheid en solidariteit, waarbij het maken van kunst en het zorgen voor elkaar hand in hand gaan. Alacovska illustreert dit met het verhaal van Vera, een operazangeres en actrice, die na jarenlange onzekere arbeidsomstandigheden een activistisch koor van makers heeft opgericht.

**Samen werken is
ook een strategie ter
verrijking van de eigen
waarde als creatief
maker**

Door te zingen over de problemen die ze meemaakt in de creatieve sector – machtsmisbruik, nepotisme, discriminatie – probeert ze enerzijds bewustzijn bij beleidsmakers te creëren over de deplorabele positie waarin veel freelancers in de creatieve sector zich bevinden, en anderzijds een baken van hoop en solidariteit te bieden voor makers die zich in een moeilijke persoonlijke of financiële positie bevinden. Met haar onderzoek naar culturele coöperatieën vult Sandoval dit potentieel nog concreter in. Coöperatief werken, stelt zij, transformeert het individuele denken in co-operatief denken, en onderlinge competitie in breder gedragen sociale veranderingen. Samen werken in deze context is solidair werken, en doordrenkt van zorg voor elkaar, omdat het succes – of het gebrek daaraan – een collectieve aangelegenheid is. Bij een coöperatie is immers iedereen verantwoordelijk voor de winsten en verliezen die worden gemaakt. Compassie voor elkaar is in deze context geen ‘nice to have’, maar een ‘need to have’, want om als coöperatief een stabiele basis te hebben, moet elk lid zich gewaardeerd en gemotiveerd voelen. Om een van haar respondenten te citeren: ‘If we fight each other, we don’t get anywhere.’ Zoals ook Kate Oakley elders in dit nummer schrijft is dit juist in de creatieve industrie, waar de competitie tussen werkenden vaak als groot wordt ervaren, een cultuuromslag. Ook in Nederland is er groeiende aandacht voor coöperatieën in de creatieve industrie, bijvoorbeeld in de videogame industrie.² In een diep geïndividualiseerd werkveld is het samenwerken en samen werken – in coöperatieën, broedplaatsen, Broedfondsen of informele netwerken – daarom niet alleen een individueel coping-mechanisme, maar ook een potentieel tot bredere transformaties. •

Literatuur

- Alacovska, A. (2019) ‘“Keep hoping, keep going”: towards a hopeful sociology of creative work’. In: *The Sociological Review*, jrg. 67, nr. 5, 1118-1136.
- Bhansing, P.V., E. Hitters en Y. Wijngaarden (2018) ‘Passion inspires: motivations of creative entrepreneurs in creative business centres in the Netherlands’. In: *The Journal of Entrepreneurship*, jrg. 27, nr. 1, 1-24.
- Been, W., Y. Wijngaarden en E. Loots (2023) ‘Welcome to the inner circle? Earnings and inequality in the creative industries’. In: *Cultural Trends*, 25 februari, 1-18.
- Bennett, A. en R.A. Peterson (eds.) (2004) *Music scenes: local, translocal and virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press.
- Capone, F. en L. Lazeretti (2018) ‘The different roles of proximity in multiple informal network relationships: evidence from the cluster of high technology applied to cultural goods in Tuscany’. In: *Industry and Innovation*, jrg. 25, nr. 9, 897-917.
- Cinti, T. (2008) ‘Cultural clusters and districts: the state of the art’. In: *Creative cities, cultural clusters and local economic development*, 70-92.
- Drake, G. (2003) ‘“This place gives me space”: place and creativity in the creative industries’. In: *Geoforum*, jrg. 34, nr. 4, 511-524.
- Farrell, M. P. (2003) *Collaborative circles: friendship dynamics and creative work*. Chicago: University of Chicago Press.
- Grabher, G. (2002) ‘Cool projects, boring institutions: temporary collaboration in social context’. In: *Regional studies*, jrg. 36, nr. 3, 205-214.
- Marčeta, P., W. Been en M. Keune (2023) ‘Turning post-materialism on its head: self-expression, autonomy and precarity at work in the creative industries’. In: *Cultural Trends*, 2 augustus, 1-24.
- Marshall, A. (1890) *Principles of economics*. New York: Cosimo, Inc. (heruitg. 2009).
- Porter, M. E. (2000) ‘Location, competition, and economic development: local clusters in a global economy’. In: *Economic Development Quarterly*, jrg. 14, nr. 1, 15-34.
- Sandoval, M. (2018) ‘From passionate labour to compassionate work: cultural co-ops, do what you love and social change’. In: *European Journal of Cultural Studies*, jrg. 21, nr. 2, 113-129.
- Thrash T. M. en A.J. Elliot (2003) ‘Inspiration as a psychological construct’. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, jrg. 84, nr. 4, 871-889.
- Wijngaarden, Y. (2019) *Spaces of co-working: situating innovation in the creative industries*. Proefschrift Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Wijngaarden, Y., E. Hitters en P.V. Bhansing (2019) ‘Close to the “local cool”: creative place reputation in Dutch “ordinary cities”’. In: *Creative Industries Journal*, jrg. 12, nr. 1, 86-104.
- Wijngaarden, Y., E. Hitters en P.V. Bhansing (2020) ‘Cultivating fertile learning grounds: collegiality, tacit knowledge and innovation in creative co-working spaces’. In: *Geoforum*, nr. 109, 86-94.

Noten

- Onderzoek van Been, Wijngaarden en Loots laat zien dat veel makers in Nederland een hbo- of wo-opleiding hebben. Tegelijkertijd zijn er natuurlijk ook veel makers die juist autodidact zijn.
- Waaronder de Franse gamedevelopers Motion Twin, het Canadese KO_OP en het Nederlandse A Bunch of Hacks.



Yosha Wijngaarden
is universitair docent aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en onderzoekt werkpraktijken en inkomens in de creatieve industrie