

# • De creatieve stad en de autonome kunst

## 'CREATIEVE INDUSTRIE – LEUK – EN WIJ DAN?'



Tekst: Janet Meester

**Arjo Passchier en Janet Meester, autonoom beeldend kunstenaars, voerden gesprekken waarin ze de betekenis van hun vak definieerden en het plaatsten in het licht van de creatieve stad. Een verslag van hun bevindingen.**

### De creatieve stad

De creatieve stad van Richard Florida en de zijnen, is bedacht als economisch concept. Nu er een einde is gekomen aan het monopolie van de westerse kennisindustrie, moeten we iets anders verzinnen om aanvoerder op de internationale markt te blijven. Razendsnelle eigentijdse ontwikkelingen vragen om nieuwe inzichten en oplossingen; creatief denken zou het antwoord bieden.

Creativiteit in het model van Florida wordt ingezet als economisch kapitaal. Dankzij het mechaniek van de creativiteit wordt er breed gedacht, ontwikkeld, vernieuwd en verkocht. De stad waarin dit plaats vindt biedt voorwaarden en

*'Hanging out with culture'*

profiteert. Een bloeiende economie, een stedenbouwkundige flow en een bruisend stadsleven zijn het gevolg van het inzetten van creativiteit op alle fronten.

De creatieve industrie zet zich in voor de markt van vraag en aanbod. Vormgevers en ontwerpers mengen zich in het bedrijfsleven en houden zich bezig met het ontwikkelen van innovatieve producten. Kunstenaars worden ingezet in denktanks, om het creatief denken dat hun eigen is, in te zetten ten bate van de industrie.

Over de autonome kunst horen we, in verband met de creatieve stad, weinig. Kunst kan dienen als lardering voor een bruisend stadsleven, wordt ingezet als pr-materiaal voor bijvoorbeeld banken in ruil voor sponsoring, wordt tentoongesteld in een ruimte waar kan worden genoten. *'Hanging out with culture'*.<sup>1</sup> Boven alles dienen de autonome kunstenaars als lid van 'de creatieve klasse', cultureel ondernemer te zijn in een creatieve stad; innovatieve cultuur producerend, creatief talent inzetend in de interactie met omgeving, publiek en bedrijfsleven. De traditionele autonomie lijkt opgeheven. Waar het over economie gaat, is de autonome kunst al snel het stiefkind. Zij blijft bestaan, tegen wil en dank, en lijkt telkens te ontsnappen aan

het economisch model. Het waarom is eenvoudig. Autonome kunstenaars denken niet in termen van vraag en aanbod, winst en verlies, maar in termen van betekenis. Voor hen is creativiteit niet in de eerste plaats een middel om geld te genereren, maar een doel op zichzelf. Dit artikel wil de focus richten op de autonome (beeldende) kunst, die de andere kant van het economisch verhaal laat zien – en creativiteit als mogelijkheid, mentaliteit en meerwaarde neerzet, meer dan alleen als economisch goed.

### Creativiteit is geen kunst

Terug naar de basis. Wat verstaan we onder creativiteit? Mihaly Csikszentmihalyi, psycholoog, omschrijft het als volgt: Creativiteit is het ontwikkelen van iets dat werkelijk nieuw is en waardevol wordt geacht om aan een cultuur te worden toegevoegd.<sup>2</sup> Belangrijk is de verstaanbaarheid en de toepasbaarheid van het product binnen een cultuurgebied en de deskundige beoordeling van de creatieve waarde van het product. Creativiteit moet toetsbaar en houdbaar zijn. Het creatief proces, op welk gebied dan ook, kent vijf stappen van probleemstelling via broedperiode, aha-erlebnis en evaluatie, naar oplossing of inzicht. >>



## Autonome kunstenaars denken niet in termen van vraag en aanbod, winst en verlies, maar in termen van betekenis

Het is dit mechaniek van de creativiteit, waarmee de creatieve industrie werkt. Maurice Merleau-Ponty, filosoof, omschrijft creativiteit als basale menselijke houding, die leidt tot zingeving.<sup>3</sup> Creatief handelen is je verhouden tot de wereld om je heen, steeds nieuwe vragen stellend en zoekend naar nieuwe inzichten. Iedere uiting van zinvolle creativiteit draagt bij aan de ontwikkeling van ons werkelijkheidsbesef, een ontwikkeling die geen einde kent, aangezien onze werkelijkheid nog een oneindig aantal mogelijkheden en betekenissen voor ons verborgen houdt.

Er is een verschil tussen creativiteit als zingevende handeling die hoort bij de manier waarop mensen zich tot de wereld verhouden en de professionele creativiteit, waar mensen er hun beroep van hebben gemaakt (een bepaald gebied van-) de werkelijkheid te ondervragen en de vaardigheden en mogelijkheden hebben ontwikkeld om tot interessante en overdraagbare oplossingen te komen. Over de professionele creatieven gaat het hier. Waar de toegepasten en de 'brainstormers' onder hen oplossingen zoeken voor door de markt gestelde vragen, nemen de autonomen de vrijheid buiten die markt om te denken en hun eigen vragen te stellen, binnen hun eigen discours of dat van hun vakgebied, om vervolgens in die vrijheid nieuwe (kunst-)producten en daarmee nieuwe betekenissen te ontwikkelen. Natuurlijk kan een vraag vanuit de markt of de maatschappij leiden tot een interessant kunstwerk. Waar het om gaat, is de vrijheid om buiten toepasbaarheid en verstaanbaarheid te kunnen werken, opdat de eigen vorm gewaarborgd blijft. De autonome kunstenaars zijn de filosofen onder de creatieven. Voor hen is de visie op creativiteit als zingeving

essentieel; zij houden zich bezig met het vorm geven aan inhoud.

Juist deze directe koppeling van vorm aan inhoud, maakt kunst tot kunst, in vergelijking met andere vormen van creativiteit. Waar de toegepasten en de 'brainstormers' hun producten en ideeën toetsen op toepasbaarheid binnen het afzetgebied, wordt de autonome kunst getoetst op betekenis, in de eerste plaats binnen het discours van het eigen vakgebied. Deze schijnbare zelfbevruchting is nodig om tot kwaliteiten te kunnen komen, die vervolgens in de maatschappij kunnen worden uitgezet. Waar het om zingevende creativiteit gaat, zijn de autonomen de kenners, de verkenneren, en daarmee de wegbereders.

### De autonome kunst

De betekenis die kunst blootleegt, is direct gekoppeld aan de vorm van het kunstwerk, en valt buiten het gangbare idee over 'betekenis'. Het mooie is, dat de betekenis van kunst precies buiten het economisch denken ligt: buiten het denken in tijd, geld, efficiëntie, haalbaarheid en nut. Waar het economisch denken zich dreigt blind te staren op zijn eigen principes, laat kunst zien dat er meer bestaat dan geldstromen en houdt zij de blik open naar 'de andere kant'. 'Wij willen het onbegrijpelijke begrijpen, en jullie vangen het in een vorm', zei een atelierbezoeker eens.<sup>4</sup> Kunst als 'taal' heeft de mogelijkheid om betekenissen onder te brengen, die in andere talen (zoals die van wetenschap en techniek) niet te vangen zijn. Zij heft de tweespalt tussen verstand en gevoel, werkelijkheid en illusie, kennis en verbeelding op.<sup>5</sup> Kunst laat ruimte voor het onzegbare, het onnoembare, het ongrijpbare. Waar onze maatschappij bij voorkeur op zoek is naar sluitende antwoorden op passende vragen, laat kunst ruimte voor het feit dat het leven niet te beheersen is, niet te vangen in een economisch systeem – of wat voor systeem dan ook. In plaats van sluitende antwoorden te zoeken, roept zij steeds nieuwe vragen op. Zij draait het voor de hand liggende om en laat ruimte aan de verwondering, de stilte, de ontroering, de liefde, de woede, de schoonheid, de lelijkheid, het raadsel, het open einde. In een tijd waarin er voornamelijk gerend wordt, biedt kunst de mogelijkheid om stil te staan, te reflecteren, een binding aan te gaan met de dingen. 'Kunst doet ons op ons leven betrokken zijn'.<sup>6</sup>

Kunst ondervraagt de werkelijkheid. Zij komt voort uit de dialoog met de wereld en treedt op haar beurt met de wereld in dialoog. Daarin ligt het engagement van de kunst, dat een eigen vorm van engagement is, niet perse gekoppeld aan politieke of maatschappelijke standpunten; in de eerste plaats gekoppeld aan haar eigen betrokkenheid op de wereld. Waar de creatieve industrie inspeelt op de trends van de tijd en de maakbaarheid van onze wereld promoot, door het idee als consumptiemiddel en het merk als zingever te presenteren,<sup>7</sup> heeft de autonome kunst, juist door haar positie aan de zijlijn, de kans te ontsnappen aan de trends van de tijd en terug te keren naar de echtheid van de dingen. 'Ik ben nooit zo hype- en modegevoelig geweest, misschien ben ik daarom wel zo geschikt voor de beeldende kunst,' stelde een collega.<sup>8</sup>

Onze maatschappij lijkt de kunst 'grijpbaar' te willen maken door haar in te passen in het economisch model, haar cultuurinnovatie en maatschappelijke relevantie op te leggen. Daarbij wordt gedacht vanuit de economie en de politiek in plaats van vanuit de kunst. Men gaat voorbij aan wat de werkelijke betekenis is van de autonome kunst en aan het belang van de autonomie bij het tot stand brengen van die betekenis. Autonome kunstenaars hebben ruimte en tijd nodig om hun vragen te kunnen stellen, hun onderzoek te verrichten, hun werk te kunnen maken, hun eigen betekenissen te kunnen ontwikkelen, los van wie of wat dan ook. Dat is de kern van autonomie. Werkelijke innovatie van cultuur komt tot stand dankzij het vakmanschap van de autonome kunstenaars. Wanneer de autonomen zonder meer zouden moeten opgaan in de markt van vraag en aanbod, hun werk zouden moeten richten op de vraag van de consument, hun ateliers zouden moeten openstellen, constant zouden moeten netwerken en 'cross-overen', zou hen de ruimte worden ontnomen die ze nodig hebben om te kunnen maken wat ze maken. Omwille van het ontwikkelen van 'geëngageerde' en vernieuwende kunst, moeten de drempels van de ateliers 'omhoog in plaats van omlaag'.<sup>9</sup> In de hele discussie over creatieve stad en autonome kunst, moeten we de eigenheid van de autonomie centraal stellen. Haar vermeende ongrijpbaarheid is een eigen kwaliteit. De 'lege plek' die fundamenteel is voor de autonome kunst, namelijk die >>