

Het creatieve monster

- 1 Ze heeft een mooie baan aan de hogeschool. Administratief werk. Vooruit, de functieomschrijving maakt misschien geen verpletterende indruk tijdens de schoolreünie, maar het is nuttig werk, geheel in overeenstemming met haar opleiding. Ze maakt eerstejaarsstudenten, op zoek naar antwoorden, wegwijzen in het onderwijslabrynt. Nuttig en dankbaar werk. En nog goed betaald ook. Wat heeft ze te klagen? Ze heeft heel veel te klagen. Want ze kan haar ei niet kwijt. Het is niet creatief genoeg, het werk. “Ik kan me niet uiten.”
- 2 Creativiteit, zelfactualisatie, de kans je te kunnen ontplooiën – de nieuwe werknemer berust allang niet meer in een betrekking die past bij zijn diploma’s en bewezen capaciteiten. De lat wordt hoger gelegd, op zweefniveau, want in de nieuwe werkomgeving wil de werknemer ‘zijn creatieve ik’ vinden, zijn emoties en fantasieën tot uiting kunnen brengen, van zijn werkend bestaan een kunstwerk maken. ‘Iets met mensen doen’, dat lange tijd de verlanglijst van de sollicitant aanvoerde, is nu vervangen door ‘lekker creatief bezig zijn, het liefst in de media’.
- 3 Nog nooit was het uitoefenen van een creatief beroep zo populair en statusverhogend als in de huidige economie. Begripen als temperament, inspiratie en vrolijke chaos worden door de meest fantasieloze types gehanteerd met een ernst alsof ze zojuist de laatste hand hebben gelegd aan een meesterwerk.
- 4 Vooral werkgevers van internetbedrijven proberen hun medewerkers ervan te overtuigen dat ze kunstenaars zijn, constateerde Andrew Ross, econoom aan de New York University, die onderzoek deed naar de arbeidsomstandigheden in de nieuwe economie. In hun boek *Kunstenaars in de beleveniseconomie* schetsen Joseph Pine en James Gilmore een economie waarin werk theater is en elke onderneming haar eigen podium creëert.
- 5 Ook in de media wordt de status van homo ludens, de spelende mens, verheerlijkt. Heroïsche verhalen over mensen die hun baan in de harde sector verruilen voor een creatief, ambachtelijk beroep als meubelmaker, edelsmid of schrijver, kunnen in de bladen rekenen op een buitenproportionele dosis aan sympathie en respect, alsof ze zich als martelaren hebben ontdaan van de ketenen van het moderne bestaan. Iedereen die maar enig blijk geeft van literaire of anderszins artistieke ambitie, wordt met alle egerds ontvangen in nieuwsshow en praatprogramma. Het onbeduidende dichtbuntje van de debutant is genoeg voor een etmaal *media exposure*.
- 6 “Ik wil leven voor de essentie”, zei onlangs een ex-advocaat die nu een kleine, spirituele uitgeverij runt. Leve de bevrijding van de advocaat! Leve de creatieve mens die de weg terug naar de essentie heeft gevonden!
- 7 Vanwaar al die hulde? In ieder van ons schuilt een kunstenaar, willen de creatieve therapeuten en motivatiegoeroes ons doen geloven. Een gevaarlijk dogma, want onrust en mislukking liggen op de loer. Welke frustratie is groter? Een weinig creatief beroep uitoefenen, of je karakter afpellen, op zoek naar de inspiratiebron, en vervolgens oog in oog staan met je eigen saaie, inspiratieloze ik?
- 8 Uit de tijdbestedingsonderzoeken, uitgevoerd door het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), blijkt dat er in de populariteit van de amateurkunst de afgelopen decennia nauwelijks verandering is gekomen. Nederland volgt massaal fotografie-, schrijf- en pottenbakcursussen. Overdag leraar, maar ’s avonds zwoegen aan die veelbelovende debuutroman. Een miljoen Nederlanders, volgens NIPO-onderzoek in 1997, werkt in zijn vrije tijd aan een manuscript, filmscenario of dichtbundel; KreaDoe, de grootste internationale hobbybeurs, trekt jaarlijks honderdduizend bezoekers; zes-honderdduizend Nederlanders besteden meer dan een uur per week aan hun zanghobby; balletscholen kunnen de toeloop amper verwerken en iedere provinciestad beschikt over minstens één tangosalon.
- 9 Volgens SCP-onderzoeker Jos de Haan, die gegevens bijhoudt over de kunstzinnige burger, is de Nederlander van oudsher een drukbezette amateur-kunstenaar. Het ‘Bildungs-ideaal’, het belang van een brede culturele ontwikkeling, heeft altijd hoog aangeschreven gestaan. De Haan: “De nadruk op creativiteit is groter geworden. Vooral mensen uit de hogere beroepssectoren hebben de behoefte zich in creativiteit te onderscheiden.”
- 10 Tegelijkertijd stelt De Haan dat de jachtigheid van het moderne leven niet erg bevorderlijk is voor toewijding aan kunst. “De rust en de concentratie die hiervoor nodig zijn, lijken te ontbreken. De cultureel-actieve is steeds vaker een zappende omnivoor die aan meerdere activiteiten deelneemt, maar minder intensief.” Veel cursisten vervallen in het patroon van de *hobby hopper*: gisteren fotografie, morgen edelsmeden, volgende week videomontage. Voor wie zijn creatieve potentie niet al te serieus

- neemt, is het een aangenaam en afwisselend
tijdverdrijf. Maar de cursussen in de avonduren
worden ook bezocht door mensen die op zoek
zijn naar een nieuwe levensvervulling. Voor
115 hen kan de zoektocht pijnlijk zijn, want de kans
op teleurstelling is groot. Ze leiden een ruste-
loos, tweeslachtig bestaan: in de huidige baan
vinden ze geen voldoening meer en de ambitie
het leven een kunstzinnige draai te geven, gaat
120 gepaard met onwetendheid. Alsof die artistieke
toekomst zo veelbelovend en meeslepend zou
zijn.
- 11 'Iets in de media willen doen' is het beste
voorbeeld. "Soms denk ik: ik ga gewoon doen
125 wat jij doet. Lekker kiekjes maken, op repor-
tage naar verre landen, een vrij en creatief be-
roep. Héérlijk lijkt me dat." De bevriende foto-
journalist windt zich allang niet meer op als hij
met deze stompzinnigheid wordt geconfron-
130 teerd. Iedere week meldt zich wel een kennis
van hem die het om wat voor reden dan ook
niet meer ziet zitten in accountancy, advocatuur
of onderwijs, en in zijn vrije tijd wel een aardige
foto maakt.
- 12 135 Moet de fotograaf zijn kennissen duidelij-
k maken dat er meer bij komt kijken? Om wat
te noemen: talent, opleiding, werkervaring, het
opbouwen van een netwerk, een stijl, techniek,
durf en doorzettingsvermogen? Verspilde moei-
140 te, want de artistieke drang is hardnekkig en de
zelfoverschatting groot.
- 13 Dat-kan-ik-ook, die overtuiging mani-
festeert zich in de Nederlandse cultuur. Met de
jaarlijkse vrijmarkt tijdens Koninginnedag als
145 dieptepunt. Met een volk dat massaal de open-
lucht opzoekt om op aanstellerige wijze zijn
halftalenten te tonen. In welk ander beschaafd
land durft men zich zo te kijk te zetten?
Vrijmarkt volksvermaak? De schaamteloosheid
150 en de zelfoverschatting duiden eerder op een
gebrek aan respect voor de echte kunstenaars.
- 14 Het gemene van het creatieve monster is
dat de artistieke drang veelal meer wordt inge-
geven door minderwaardigheidsgevoelens dan
155 door aanleg en noodzaak. De administratrice bij
de hogeschool zou meer voldoening in haar
werk vinden als ze zich niet zo liet opjatten
door het in de media gepresenteerde ideaalbeeld
van de vrijgevochten, creatieve mens. Ze zou
160 zelfs alle creativiteit die in haar sluimert kun-
nen aanwenden om in haar huidige werk te
excelleren – en kunst aan geofende kunste-
naars te laten. Zij zou beter 's avonds het nood-
lijdende professionele theatergezelschap eens
- 165 kunnen verrassen met haar bezoek. Maar te
vrezend valt, dat zij blind is voor deze raadge-
vingen.
- 15 Originaliteit. Jezelf onderscheiden. Uniek
zijn. Over de ziekelijke angst van de westerling
170 voor herhaling en stagnatie deed de Vlaamse
filosofe/publiciste Patricia de Martelaere on-
langs tijdens een symposium een verrassende
uitspraak: "Hoe beschaafder de cultuur, hoe
groter de routine, en hoe groter de waarde die
175 dus wordt gehecht aan originaliteit. Maar helaas
wordt daarmee ook de neiging sterker het origi-
nele te laten onttaarden in routine." Hiermee legt
De Martelaere de paradox van de kunstzinnige
burger bloot: in zijn streven naar uniek-zijn is
180 hij een saai kuddedier.
- 16 Interessant is de vraag in hoeverre de
economie door collectieve gevoelens van min-
derwaardigheid en het verkeerd benutten van
aanleg en vaardigheden van de werknemers
185 wordt ondermijnd. Illustratief is de situatie bij
de banken, die op service en persoonlijk contact
hebben bezuinigd. De man die ooit als balie-
medewerker begon omdat hij het leuk en uit-
dagend vond 'iets met mensen te doen', zit
190 straks ergens op de vijfde verdieping achter een
terminal: geen vonkje betrokkenheid meer te
bekennen. Niet verwonderlijk dat de baliemede-
werker al zijn positieve energie en gedachten
bewaart voor na werktijd, als hij het manuscript
195 van zijn debuutroman weer ter hand neemt.
- 17 Hoeveel creatieve beroepen kan een
westerse economie verdragen? "Het komt over-
een met het aantal artiesten dat je in een gezels-
schap kunt verdragen", zegt cultuureconoom
200 Arjo Klamer. "Ik schat één op tien." Volgens
Klamer geeft de creativiteits hype de leegte van
nu aan. "Met hoeveel geld je verdient, heb je
geen goed verhaal meer. Dus zijn we druk
bezig ons leven te vullen met verre reizen en
205 schildercursussen. Het is een wanhopig zoeken
dat je vooral in de zakelijke wereld aantreft."
- 18 Het grappige is: in de creatieve wereld
treft men juist verzakelijking en verharding aan.
In de theater- en reclamewereld heerst vaak een
210 strenge discipline. Dat moet ook wel, want
anders leidt de creativiteit tot niets. Anderzijds
zie je dat in de aloude harde sector de creatieve
taal haar intrede doet. Men spreekt er van regie,
scenario's en spiritualiteit. Het is een
215 romantisch verlangen, maar in de praktijk
kunnen mensen en bedrijven maar moeilijk
overweg met creativiteit. Creativiteit is een
illusie die we onszelf aanpraten.

naar: Tijn Sadée
uit: de Volkskrant, 6 januari 2001

Tekst 1 Het creatieve monster

De tekst *Het creatieve monster* kan onderverdeeld worden in drie delen waar achtereenvolgens de volgende kopjes boven geplaatst kunnen worden:

- 1 Hoog aanzien van creativiteit in economie en samenleving
- 2 Nadelige kanten van grote rol creativiteit in persoonlijk leven
- 3 Vraagtekens bij beleid bedrijfsleven.

- 1p **1** Bij welke alinea begint deel twee?
1p **2** Bij welke alinea begint deel drie?

Het tekstgedeelte van alinea 3 tot en met 7 kan onderverdeeld worden in drie delen:

- deel 1:* alinea 3;
deel 2: alinea 4, 5 en 6;
deel 3: alinea 7.

Binnen dit geheel vervult elk deel een eigen functie. Benoem die functie door voor elk deel één van de volgende functiewoorden te kiezen: *aanleiding, conclusie, definitie, oplossing, samenvatting, tegenwerping, vaststelling, voorbeelden.*

- 1p **3** Welk functiewoord past bij deel 1?
1p **4** Welk functiewoord past bij deel 2?
1p **5** Welk functiewoord past bij deel 3?

tekstfragment

*Tegenwoordig werkt iedereen onder druk. In tijden van recessie grijpt men zoals in een aanval van paniek terug op 'beproefde concepten', totdat deze volledig spaak lopen. Het gevolg is dat niemand het nog heeft over creativiteit. De persoonlijke, economische en politieke toekomst wordt tegenwoordig bij voorkeur zo somber mogelijk afgeschilderd. Voor sommige mensen is dat gunstig: waar niemand meepraat, staat de hiërarchie zo stevig als een rots en wordt de eigen positie niet door nieuwkomers bedreigd. Problemen zijn er genoeg, maar de oplossingen zoekt men steeds vaker in het wegnemen van verkeerde verwachtingen en het uitwissen van dromen. Waarom valt zo veel mensen niets meer in? Waarom is uitgerekend in deze tijd waarin zo veel opgelost moet worden, geestelijke verveling een epidemische ziekte? Waarom laten zo veel mensen zich ketenen door oude denkwijzen? Waarom mag creatief denken niet meer? Naar: Peter Weiler, *Verhoog uw creatief denkvermogen*, 1998.*

- 3p **6** Welk wezenlijk verschil in waarneming is er met betrekking tot het verschijnsel creativiteit in het bedrijfsleven tussen Tijn Sadée, zoals in alinea 1 tot en met 6 is verwoord, en Peter Weiler (zie bovenstaand tekstfragment)?
Neem in je antwoord zowel de waarneming van Sadée als van Weiler op.
Gebruik voor je antwoord maximaal 25 woorden.

In regels 66–67 spreekt de auteur van “onrust” en “mislukking”.

- 1p **7** In welke alinea vooral gaat hij in op deze *beide* verschijnselen?
A alinea 8
B alinea 9
C alinea 10
D alinea 11

“Soms denk ... me dat.” (regels 124–127)

- 1p **8** Wie is de ik-figuur in dit citaat?
A de auteur
B de fotojournalist
C een kennis van de auteur
D een kennis van de fotojournalist

“‘Iets in de media willen doen’ is het beste voorbeeld.” (regels 123–124)

- 2p **9** Wat wil de auteur met dit voorbeeld duidelijk maken over artistieke ambities?
Gebruik voor je antwoord maximaal 20 woorden.

Eindexamen Nederlands havo 2002-II

havovwo.nl

- “Maar te vrezen valt, dat zij blind is voor deze raadgevingen.” (regels 165–167)
- 1p **10** ■ Waarop is die vrees gebaseerd?
- A Op haar gebrek aan respect voor echte kunstenaars.
 - B Op haar hardnekkigheid en zelfoverschatting.
 - C Op haar onkunde en onwetendheid.
- In de regels 178–179 is sprake van “de paradox van de kunstzinnige burger”.
- 1p **11** ■ Welke uitspraak met betrekking tot deze paradox is juist?
- De kunstzinnige burger probeert origineel te zijn, maar
- A beseft niet dat dit streven vandaag de dag weinig bijzonder is.
 - B heeft niet door dat de cultuur slechts gebaat is bij routine.
 - C is te angstig om zijn artistieke doelen te bereiken.
 - D kan door een gebrek aan talent zijn ideaal niet verwezenlijken.
- 1p **12** ■ Welke uitspraak met betrekking tot de opvattingen van Patricia de Martelaere (zie alinea 15) is juist?
- A Haar opvatting is een ondersteuning van de opvatting van de auteur, want ook de auteur vindt dat het streven naar uniek-zijn meestal alleen maar negatieve gevolgen heeft.
 - B Haar opvatting is een ondersteuning van de opvatting van de auteur, want ook de auteur vindt dat het streven naar uniek-zijn meestal voortkomt uit angst en frustratie.
 - C Haar opvatting wordt door de auteur bestreden, want de auteur vindt dat de burger die naar originaliteit streeft de routine juist ontvlucht.
 - D Haar opvatting wordt door de auteur bestreden, want de auteur vindt dat de cultuur juist niet gebaat is bij een samenleving waarin de routine een grote rol speelt.
- 2p **13** □ Welke *twee* verschillende gevoelens veroorzaken of versterken in mensen de drang tot creativiteit, gelet op alinea 14 en 15?
- “Illustratief is... hebben bezuinigd.” (regels 185–187)
- 1p **14** ■ Wat kan uit het voorbeeld worden opgemaakt?
- A Door bezuinigingen zullen de banken op den duur veel klanten verliezen.
 - B Het bedrijfsleven weet de talenten van werknemers onvoldoende te benutten.
 - C Het streven naar originaliteit onttaardt in het bedrijfsleven in routine.
 - D Werknemers die beweren creatief te zijn, zijn dat in de praktijk dikwijls juist niet.
- De titel van de tekst luidt “Het creatieve monster”.
- 4p **15** □ Geef twee verschillende, uit de tekst af te leiden redenen waarom creativiteit iets *monsterlijks* zou hebben.
- Nummer deze redenen en gebruik per reden niet meer dan 15 woorden.*
- 1p **16** ■ Welke conclusie kan getrokken worden na lezing van de slotalinea?
- A Creativiteit is een noodzakelijke voorwaarde om in het bedrijfsleven gedisciplineerd te kunnen werken.
 - B De activiteiten in de creatieve wereld hebben feitelijk weinig met kunstzinnigheid en fantasie te maken.
 - C Professionele creativiteit stelt geheel andere eisen dan in de zakelijke buitenwereld doorgaans wordt verondersteld.
 - D Regelmaat en orde zijn kwaliteiten die vandaag de dag in het bedrijfsleven weinig worden aangetroffen.
- 1p **17** ■ Welke zin drukt het beste de hoofdgedachte uit van de tekst *Het creatieve monster*?
- A Het geloof dat in ieder van ons een kunstenaar schuilgaat, heeft een prikkelend effect op individuele burgers en groeperingen in de samenleving.
 - B Het is doorgaans beter tevreden te zijn met een weinig creatief beroep dan zich geforceerd over te moeten geven aan de door de werkgever opgelegde eis tot creativiteit.
 - C In onze maatschappij treffen wij een verkeerde omgang met het verschijnsel creativiteit aan, die schadelijk is voor personen en bedrijven.
 - D Wie op zoek gaat naar de kunstenaar in zichzelf, dient zich te realiseren dat hem ontberingen wachten en teleurstelling op de loer ligt.

Eindexamen Nederlands havo 2002-II

havovwo.nl

- 1p **18** ■ Hoe kan het schrijfdoel van de tekst *Het creatieve monster* het beste worden getypeerd?
- A betogend
 - B tot handeling aansporend
 - C uiteenzettend
 - D vermakend

tekstfragment

Creativiteit is meer dan actieve vrijetijdsbesteding, zoals knutselen, pottenbakken en schilderen van traditionele motieven. Bij creativiteit kunnen we denken aan bijzondere scheppingen van componisten, schrijvers, schilders, uitvinders en wetenschappers. Creativiteit zit echter ook in de fantasie van een kind, in dromen, in originele oplossingen voor huis-tuin-en-keukenproblemen of in fantasierijke vormen van uitnodigingen, feesten, brieven of felicitaties. Creativiteit is iets voor elk mens, voor elke situatie, hoe gewoon ook, die ongewone vondsten, ideeën en daden vraagt of mogelijk maakt.
Naar: Siegfried Preiser, *Meer succes door creatief denken*, 1997

- 3p **19** □ Wat is het wezenlijke verschil in opvatting over creativiteit tussen Tijn Sadée en Siegfried Preiser? Neem in je antwoord zowel de opvatting van Sadée als van Preiser op.
Gebruik voor je antwoord maximaal 25 woorden