

### 3. De hedonistische calvinist

Als Florida beweert dat ‘de plaats’ de voornaamste economische en sociale organiserende eenheid is van onze tijd<sup>9</sup>, dan mogen we ons niet vergissen. Het gaat hier niet zomaar om het marxistische inzicht in wat David Harvey het ‘centrale moment van de stedelijke constructie’ noemt. Zo stelt Harvey dat ‘alle politiek-economische processen die we waarnemen bemiddeld zijn doorheen de filter van de stedelijke organisatie’, en dus dat ‘het stedelijke en de stad niet simpelweg geconstitueerd worden door sociale processen, maar dat deze [juist andersom de sociale processen] constitueren.’<sup>10</sup> In tegenstelling hiermee is de factor ‘plaats’ voor Florida in de eerste plaats afhankelijk van wat hij noemt de ‘drie T’s’: technologie, talent en tolerantie.<sup>11</sup> Al stelt Florida dat deze drie waarden evenwaardig zijn, niettemin wordt tolerantie naar voor geschoven als de belangrijkste van de drie, als een waarde die boven alles verheven is. Het is duidelijk dat het bij Florida dus niet zozeer om ‘de plaats’ gaat, maar om een persoonlijke eigenschap van ‘de mens’: een tolerante geesthouding.

Hiermee stoten we op een zuivere omkering van de Marxistische overtuiging dat de economisch-ruimtelijke inrichting van de samenleving de basis is van de maatschappelijke constructie – de zogenaamde ‘onderbouw’ – waarop vervolgens een cultureel-ideologische ‘bovenbouw’ geconstrueerd wordt. De functie van de laatste bestaat erin om de economische beslissingen te rationaliseren en aannemelijk te maken, bijvoorbeeld door het mobiliseren van religieuze overtuigingen of culturele normen en waarden. Binnen de theorie van de creatieve stad wordt deze rangschikking ondersteboven gekeerd. De psychologische instelling van de mens wordt nu de bepalende factor in de maatschappelijke constructie, terwijl een bloeiende economische ontwikkeling gezien wordt als een effect van de juiste mentaliteit of gemoedstoestand. Vertaald naar het geval van Rotterdam betekent dit dat een duurzame economische ontwikkeling wordt gekoppeld aan de bereidheid van het individu om zijn of haar creativiteit onbelemmerd uit te leven en ten dienste te stellen van de gemeenschap. We stoten hier op een ontwikkeling die analoog is aan wat Boris Groys identificeert als de psychologisering van het communisme tijdens het bewind van Stalin.<sup>12</sup> Nu duidelijk wordt dat de herstructurering van de maatschappij naar kapitalistische snit niet in staat is haar beloften waar te maken – bijvoorbeeld de belofte van een open en vrije samenleving – worden haar onderdanen opgeroepen zich te gedragen alsof ze reeds vrij en creatief zijn.<sup>13</sup> Hoe wordt de creatieve klasse nu gemobiliseerd om haar revolutionaire taak op zich te nemen in de historische ontwikkeling naar een creatieve samenleving? In het traditionele marxistische scenario is de ‘revolutionalisering’ van

het proletariaat een logisch gevolg van haar plaats binnen de productieverhoudingen – een plaats die, in het geval van het proletariaat, tevens als symbool fungeert van het structurele onrecht waarop de hele maatschappelijke organisatie is gebouwd. Het gepraat over authenticiteit die de wervingstrategieën van Rotterdam voor creatieve jongelingen doorspekt, maakt pijnlijk duidelijk dat dit gebeurt door de zuivere dwang van het superego. De huidige generatie kunstenaars en ontwerpers zouden wel gek zijn om de vele voordelen die hen toegespeeld worden – de gratis woonwerkplekken, de spannende uitgaansmogelijkheden enzovoort – niet met open armen te ontvangen. Deze zijn immers toegesneden om tegemoet te komen aan hun meest intieme verlangens: om hun ingebakken creativiteit de vrije loop te laten en zo ‘zichzelf’ te worden. Dit is de superegologica ten top: het subject wordt gehanteerd om voor iets te kiezen door de geslepen argumentatie dat hij of zij dit ‘iets’ niet niet kan doen, omdat hij of zij hiermee zou ingaan tegen zijn eigen ‘natuur’. Kortom, het reduceert iets van de orde van een keuze tot dit van een natuurlijke noodzakelijkheid.

Dit is uiteraard een mes dat aan twee kanten snijdt. De creatieve klasse wordt niet alleen met aandrang gestimuleerd om haar aangeboren potentie tot innovatie uit te leven, tegelijk wordt er een massieve verwachting op haar schouder geladen. Dit is de oorzaak van de typische ‘gespleten’ persoonlijkheid van de creatieve klasse. Zo stellen Gerard Marlet en Clemens van Woerkens dat de creatieve klasse ‘een calvinistisch arbeidsethos (met hard werken als doel) verenigt met een hedonistische levensstijl (met genot als doel).’<sup>14</sup> Hoe moeten we dit begrijpen? Doordrongen van haar heilige opdracht, past de creatieve klasse haar hele denken en handelen hiertoe aan: na een bloederige dag van pogingen om haar creativiteit productief te maken, geeft zij zich ter compensatie volop over aan de stedelijke genotcultuur. Verder lijkt de creatieve klasse juist te genieten doorheen haar intensieve arbeidsritme – wat haar een subjectieve structuur biedt die nog het best overeenkomt met de paradoxale structuur van het masochisme: het ontlenen van genot aan pijn. Het is voor buitenstaanders nooit volledig duidelijk wanneer de creatieve klasse nu feitelijk ‘arbeid verricht’ of zij gewoon ‘even lekker aan het genieten’ is. Haar dagelijkse arbeid is een feestelijk gebeuren, terwijl haar uitgaansleven een geïntegreerd deel is van haar werk – netwerken tijdens tentoonstellingsbezoeken, interactieve *dance-labs*, technische discussies met collega’s op restaurant, enzovoorts. Eerder dan dat we hier stoten op een authentiek genietend individu, lijkt vooral het omgekeerde het geval te zijn: het hele ‘zijn’ van de creatieve klasse getuigt van een dwangmatig antwoord op het gebod om creatief te zijn.