

Creativiteit, diversiteit en werkomstandigheden: een analyse van de drietand van culturele en creatieve arbeid in België

Jef Vlegels^{1,2} & Walter Ysebaert¹*

Samenvatting

Literatuur over de CCI wordt gekenmerkt door een beruchte paradox: aan de ene kant beschrijven aanhangers van Florida de CCI als open, divers, egalitair en 'cool' om bij te werken, aan de andere kant wijst steeds meer onderzoek op een persistente ongelijkheid op het vlak van gender, leeftijd, etniciteit, opleidingsniveau, sociale klasse en locatie, gekoppeld aan preciaire arbeidsomstandigheden.

In deze paper zijn we dieper ingegaan op die paradox door de CCI te ontleden aan de hand van de culturele-drietandmetafoor. Onderzoeken naar werkomstandigheden en diversiteit focusten zich tot nu toe ofwel op sector, ofwel op beroepsopdelingen, waardoor ze slechts een deel van de drietand van cultureel werk belichten. In deze paper spelen we in op die lacune door de methodologie van de culturele drietand toe te passen op indicatoren van diversiteit en ongelijkheid. Dat laat ons toe om te onderzoeken of problemen op het vlak van ongelijkheid en precariteit gebonden zijn aan het creatieve beroep, of eerder aan de culturele en creatieve sectoren. Samengevat tonen onze resultaten aan dat de relatie tussen de drietand van cultureel werk en onze indicatoren van diversiteit en werkomstandigheden complex is. Enerzijds zijn er effecten toe te wijzen aan subsectoren. Zo stellen we vast dat voornamelijk de podiumkunsten, audiovisuele sector en modesector problemen vertonen met diversiteit en werkomstandigheden, onafhankelijk van het type job. Naast die sectoreffecten zijn het voornamelijk de beroepstypes die van belang zijn. We vinden consequent, ongeacht de sector van tewerkstelling, dat artistiek creatieve beroepen gekenmerkt worden door inferieure werkomstandigheden en een elitair socio-demografisch karakter. Aan de andere kant van het spectrum stellen we vast dat creatieve professionals over het algemeen goed scoren op werkomstandigheden, al blijven ook hier de diversiteitsissues gelden.

Kernwoorden

culturele drietand, werkomstandigheden, diversiteit, creativiteit, survey naar de arbeidskrachten

* jef.vlegels@ugent.be

1 Vrije Universiteit Brussel

2 Universiteit Gent

Inleiding

De opmars van de creatieve fetisj

Er was een discours rond het economisch potentieel van de sector voor nodig, maar sinds de tweede helft van de jaren negentig hebben de culturele en creatieve industrieën (CCI) de aandacht te pakken van beleidsmakers en onderzoekers. Voornamelijk westerse regeringen hebben sindsdien de CCI omarmd als een panacee voor een diverse reeks van socio-economische problemen verbonden aan de de-industrialisatie van de westerse economie. Er ontstaat in die periode een *creative fetish*, waarbij de CCI in regionale, nationale en internationale beleidsdocumenten beschreven wordt als een regenerator voor achtergestelde urbane centra, een facilitator van sociale inclusie en cohesie, een antwoord op de opkomende problematiek van werkloosheid, en zelfs als een mogelijke oplossing voor nationale gezondheidsproblematieken (Banks, 2007; Cunningham, 2009). Er is geen probleem, zo lijkt het, waarvoor de CCI geen oplossing kunnen bieden.

Richard Florida's (2002) vroege werk was, hoewel vaak bekritiseerd, een belangrijke katalysator voor dat creatieve fetisj-discours. In zijn boek, *The rise of the creative class*, argumenteert hij dat de postindustriële samenleving beter omschreven kan worden als een *new age of creativity*, waarbinnen economisch succes van regio's en steden voornamelijk afhankelijk is van hun vermogen om jonge, bekwame werkkrachten aan te trekken die gespecialiseerd zijn in het creatief toepassen van hun vaardigheden. Nog volgens Florida wordt die nieuwe creatieve klasse gekenmerkt door een algemene openheid naar anderen, cultureel eclecticisme, meritocratische idealen en een diversiteit van socio-economische achtergronden. Hun werkcultuur zou bovendien omschreven kunnen worden als *cool, creative and egalitarian* (Florida, 2005; Gill, 2002).

Florida's these klonk als muziek in de oren van beleidsmakers op zoek naar oplossingen voor de economische malaise gelinkt aan de verschuiving van industriële naar kennissamenleving. Beleids- en allerlei gelieerde documenten stonden al snel bol van verwijzingen naar Florida's werk. Het zouden de CCI zijn die, met hun creatieve innovaties, de economie terug op gang gingen trekken. Dynamische werkomgevingen, open rekruteringsprocessen en natuurlijk de erg diverse groep van creatievelingen zelf zijn daarbij de motor van het succes, zo klonk het (Banks & O'Connor, 2009; Cunningham, 2002; Florida, 2002; Garnham, 2005; Gill & Pratt, 2008; Hesmondhalgh & Pratt, 2005; Pratt, 2005).

Vooraf bij bestuurders van stedelijke omgevingen viel de boodschap van Florida in goede aarde. Theorieën over de regeneratieve eigenschappen van de CCI zijn vooral gericht op urbane centra. Culturele en creatieve activiteiten hebben immers de neiging om geografisch sterk geclusterd te zijn, omdat ze afhankelijk zijn van menselijke input, een vlotte doorstroom van informatie, aanwezige skills en knowhow. Maar ook van meer vage concepten als *'atmosphere'*, *'buzz'* of de aanwezigheid van een *'creative scene'*. Al die zaken zijn typisch meer voorhanden in urbane centra dan daarbuiten.

Uit academische, en dan voornamelijk sociologische hoek bleven de reacties op het werk van Florida echter niet lang uit. Zijn boek werd sterk bekritiseerd, zowel wat betreft de methodologische onderbouw als de theoretische argumentatie. Een belangrijke stroom van kritiek concentreert zich op de assumpties over het egalitaire karakter en de werkomstandigheden binnen de CCI. Gebruikmakend van zowel kwalitatieve als kwantitatieve data hebben onderzoekers intussen geprobeerd aan te tonen dat de CCI zowel op het vlak van toegankelijkheid als op het vlak van werkomstandigheden een aantal uitgesproken problemen vertonen. Hun resultaten suggereren dat er binnen de CCI een tendens is om verschillende jobs te combineren, onregelmatige uren te hebben, via kortetermijncontracten aangesteld te zijn, onzekere carrièrevooruitzichten te hebben en dat de inkomstenverdelingen erg ongelijk zijn. Bovendien lijken vrouwen, migranten, ouderen en laagopgeleiden ondervertegenwoordigd onder de werkkrachten en zorgt de concentratie van CCI in urbane centra voor een bijkomende geografische ongelijkheid (voor een overzicht van deze studies, zie: Banks & Hesmondhalgh, 2009; Gill, 2002; Guile, 2006; Menger, 2006; Oakley, Laurison, O'Brien, & Friedman, 2017).

Sector versus beroep: de creatieve klasse gedefinieerd

Hoewel de studies waarop het bovenstaande overzicht gebaseerd is elk op zich overtuigend bewijsmateriaal aandragen, zijn ze meer gefragmenteerd dan op het eerste gezicht lijkt. We identificeren met name een probleem wat betreft de gehanteerde definitie voor de CCI. Studies naar werkomstandigheden en diversiteit binnen de CCI maken ofwel gebruik van een definitie gebaseerd op een classificatie van sectoren, ofwel op basis van beroepskwalificaties. Beide benaderingen verschillen sterk van elkaar en resulteren in erg verschillende analyses met elk op zich incomplete resultaten.

Die inconsistentie in operationele definities is een probleem dat we kunnen terugleiden tot het ontstaan van Florida's creatieve klasse-concept. Sinds de publicatie van Florida's these ontstond bij beleidsmakers en academisch onderzoekers de nood om de creatieve beroepsbevolking in kaart te brengen. Het mappen van die groep was immers een eerste stap in het bewijzen of ontkrachten van theorieën over het belang van creatief werk in hedendaagse kennissamenlevingen (Cunningham, 2011). Onmiddellijk werden die onderzoekers echter geconfronteerd met een praktisch probleem: de conceptuele vaagheid achter het *creative class*-concept gecombineerd met de onverenigbaarheid van bestaande datasets met datzelfde concept maakt het mappen van de creatieve beroepsbevolking minder voor de hand liggend dan gedacht.

Dat de creatieve klasse te vaag omschreven is door Florida, wordt duidelijk als we dieper ingaan op de definitie van dat concept. Vanuit Florida's standpunt zijn creatieve mensen niet zozeer een groep individuen die toevallig een creatieve activiteit beoefenen, maar eerder een sociale klasse. Dat impliceert dat creatieve individuen, naast hun creatieve focus, ook sociodemografische kenmerken delen. Zo schrijft Florida hun een hoog opleidingsniveau, professionele autonomie en mobiliteit, en gedeelde waarden als diversiteit, tolerantie en openheid toe (Clifton, 2008; Florida, 2002, 2005).

Verder maakt hij een onderscheid tussen een *core group*, later nog uitgebreid met de *Bohemiens*, van creatieve mensen wiens hoofddoel het ontwikkelen van originele ideeën en inhoud is, voornamelijk binnen puur artistieke velden als bijvoorbeeld podiumkunsten. Ten tweede, een groep van *creative professionals*, die in hun dagdagelijks werk een hoge mate van creativiteit vertonen bij probleemsituaties of de ontwikkeling van nieuwe inzichten en zich volgens Florida voornamelijk situeert in hightechsectoren als de bank- of juridische sector. En tot slot is er nog de categorie van *service class*, wiens werk bestaat uit ondersteunende activiteiten voor de creatieve kern en professionelen (Florida, 2002, 2005; Fritsch & Stuetzer, 2009).

Die driedeling in combinatie met sociodemografische karakteristieken krijgt echter al snel veel kritiek te verwerken. Onderzoekers wijzen voornamelijk op de ambiguïteit van die definitie die gekenmerkt wordt door erg vage en brede opdelingen tussen mensen op basis van zowel hun beroep, hun sector, en hun sociodemografische kenmerken waarvan opleidingsniveau de belangrijkste lijkt (Boschma & Fritsch, 2007, 2009; Markusen, 2006; Mcgranahan & Wojan, 2007). Florida's creatieve klasse-concept is een te vage taxonomie, een eclectische lijst van erg vaag beschreven beroepen in allerlei sectoren, waarbij het erg onduidelijk is wat precies verstaan moet worden onder creativiteit (Pratt, 2008). Het in kaart brengen van de creatieve klasse is bijgevolg een problematisch gegeven; het is niet duidelijk hoe en wat er precies gemeten moet worden. De creatieve klasse bevindt zich ergens op het snijpunt van beroep, sector en opleidingsniveau, maar verder blijft er veel onduidelijkheid over.

Daar komt bij dat bestaande officiële datasets zo goed als allemaal incompatibel bleken met een definitie waarbij zowel sector, beroep als sociodemografische kenmerken van belang zijn. Zulke datasets zijn opgebouwd rond internationaal afgesproken classificatiesystemen, waarbij ze zich ofwel toespitsen op een sectorale, ofwel op een beroepsopdeling. De combinatie van beide is erg zeldzaam, en sociodemografische informatie is vaak erg vaag of helemaal afwezig (Cunningham, 2011; Higgs & Cunningham, 2008).

Het aflijnen van de creatieve klasse binnen die datasets bleek bijgevolg nagenoeg onmogelijk. Als gevolg hiervan waren onderzoekers geïnteresseerd in het mappen van de CCI zo goed als verplicht een pragmatische houding aan te nemen. Dat heeft aanleiding gegeven tot de zogenaamde eerste generatie studies die zich volledig concentreren op een sector-benadering van de CCI. Dat wil zeggen dat ze de creatieve klasse beschouwen als de som van alle jobs binnen bedrijven die actief zijn in creatieve sectoren (Markusen, Wassall, DeNatale, & Cohen, 2008). De publicaties van het invloedrijke, Britse *Department for Digital, Culture, Media & Sport* werden doorgaans gebruikt als referentie voor het bepalen van welke sectoren als creatief beschouwd kunnen worden, namelijk: *advertising, art and antiquities, architecture, crafts, design, fashion, film, leisure software, music, performing arts, publishing, software, TV and radio* (DCMS, 1998, 2001).

De nadelen van die eerste generatie studies liggen voor de hand; verschillende auteurs argumenteren dat die sectorreductie leidt tot onjuiste resultaten, aangezien

ze iedereen die binnen die sectoren werkt als onderdeel van de creatieve klasse beschouwen, ongeacht het feit of ze ook daadwerkelijk betrokken zijn bij creatieve activiteiten. Bovendien negeert die methode creatieve arbeid die zich afspeelt buiten een creatieve sector, zoals bijvoorbeeld een designer actief in de automobielindustrie. Dat maakt het onmogelijk om in te schatten hoe belangrijk creatieve jobs zijn voor andere sectoren (Markusen et al., 2008; Potts, Cunningham, Hartley & Ormerod, 2008; Pratt, 1997, 2004; Throsby, 2001).

Een tweede generatie studies kiest een heel andere invalshoek; ze gebruiken beroepsclassificaties in plaats van sectoropdelingen. Dat maakt dat het belangrijker wordt wat “*workers do rather than what they make*” (Markusen et al., 2008, p. 29). Alle creatieve beroepen komen hierbij in aanmerking, onafhankelijk van in welke sector ze zich afspelen. Alhoewel die tweede generatie studies daarmee inspeelt op een belangrijke kritiek van de eerste generatie, blijven er nog veel onduidelijkheden over. Zo blijken *occupational classification systems* in de praktijk vaak ontoereikend om creatieve beroepen te kunnen onderscheiden van niet-creatieve, vallen zelfstandigen en freelancers vaak uit de boot en kunnen ondersteunende beroepen niet langer opgenomen worden in de analyses (Boschma & Fritsch, 2009; Fritsch & Stuetzer, 2009; Markusen et al., 2008; Throsby, 2001).

Sector versus beroep: consequenties voor onderzoek naar diversiteit en werkomstandigheden

Het gebruik van eerste en tweede generatie-definities voor het mappen van de CCI heeft niet alleen geleid tot onvolledigheden bij het mappen van de sector, ook voor kritisch onderzoek naar diversiteit en werkomstandigheden binnen de CCI zijn er belangrijke gevolgen. Aangezien die studies ofwel een eerste, ofwel een tweede generatie-definitie hanteren voor het aflijnen van hun onderzoekspopulatie, is het moeilijk vast te stellen in hoeverre diversiteits- en arbeidsomstandighedenproblemen bepaald worden door de creatieve jobinhoud of door het werken binnen een creatieve sector, onafhankelijk van het type job dat men uitvoert. Een aantal van de oorzaken die momenteel gesuggereerd worden door onderzoekers zijn immers louter op jobinhoud gebaseerd, terwijl de anderen sectorgeïnspireerd zijn.

Beroepsgerelateerde verklaringen suggereren dat creatieve jobs intrinsiek individualistisch zijn, creativiteit is een idiosyncratische bezigheid die autonomie en zelfrealisatie vereist. Door die individualistische focus zou er een gebrek aan collectief denken zijn, waardoor solidariteit en collectieve belangenorganisaties ontbreken met negatieve gevolgen voor werkomstandigheden als gevolg (Bain & McLean, 2013). Anderen argumenteren dat creatieve mensen vaak ‘*risk-lovers*’ zijn, ‘*rational fools*’ die hun werk doen uit liefde voor het vak, waarbij ze psychologisch inkomen belangrijker vinden dan monetair inkomen (Conor, Gill & Taylor, 2015; Menger, 1999, p. 554). Bovendien hebben ze niet de ondernemerschapsvaardigheden die nodig zijn om hun positie te kunnen verdedigen. Verder wordt er geargumenteed dat er een overaanbod van

creatieve mensen circuleert op de arbeidsmarkt, wat hun onderhandelingsmogelijkheden sterk beperkt (Menger, 1999). Dat alles zou gepaard gaan met een *'career-line vulnerability to aging'*. Naarmate men ouder wordt, is er minder bereidheid om die individualistische, idiosyncratische job vol te houden. De creatieve werkrachten worden gevoeliger voor onzekerheid naarmate de leeftijd stijgt, en dat vooral bij vrouwen, aangezien ze een groter belang hechten aan *work-life balance* (Menger, 1999, p. 555).

Meer sectorgerelateerde verklaringen argumenteren dat de CCI gekenmerkt worden door kortetermijnprojecten, waarbij onzekerheid over resultaat en onvoorziene omstandigheden typisch zijn. Dat zou komen doordat smaken en voorkeuren van consumenten erg snel veranderen, waardoor de output van creatieve projecten erg moeilijk te voorspellen is (Conor et al., 2015; Menger, 1999, 2006). Bijgevolg maken ondernemingen binnen de CCI zowel voor hun creatieve als hun ondersteunende jobs gebruik van erg tijdelijke, projectgebaseerde arbeidscontracten die typisch gekenmerkt worden door relatief inferieure werkomstandigheden. Bovendien heeft die *'high rate of change'* binnen de CCI ook grote gevolgen voor aanwervingsprocedures. Formele screeningprocedures zijn inefficiënt in een sector waar de noden steeds veranderen, en zijn bovendien te kostelijk voor tijdelijk werk. Dat maakt dat netwerken erg belangrijk wordt, mensen worden aangenomen op basis van hun *'network sociability'* (Conor et al., 2015, p. 3; Menger, 2006). Die informele aanwervingsprocedures werken echter sociale ongelijkheid in de hand doordat zelfselectienetwerken de neiging hebben tot polarisatie; *"hiring calls for more hiring"* (Menger, 2006, p. 555). Maar ook omdat die netwerken sterker vertegenwoordigd zijn in urbane settings, waardoor er een spatiale ongelijkheid ontstaat bovenop de sociale ongelijkheid (Banks, 2010; Conor et al., 2015; Menger, 2009; Oakley et al., 2017).

Het onderscheid maken tussen beroeps- en jobgerelateerde verklaringen is belangrijk en relevant, omdat het kan leiden tot een beter inzicht in de verklaringen voor de diversiteitsissues en de preciaire werkomstandigheden binnen de CCI: indien (een deel van) die issues job- of sectorspecifiek zijn, moeten verklaringen ook binnen de respectievelijke definitie gezocht worden en kunnen andere oorzaken uitgesloten worden. Ook voorgaand kwalitatief onderzoek heeft dat reeds deels aangetoond. Zo zijn er studies die wijzen op het feit dat vrouwen binnen culturele en creatieve sectoren vaker terechtkomen in 'buitenbanen' met beperkte verantwoordelijkheden en preciaire omstandigheden (Creative skillset, 2012; Hesmondhalgh & Baker, 2010; Jones & Pringle, 2015). Een inzicht op sector- versus beroepsverklaringen zal zorgen voor een beter begrip van de mechanismen achter precariteit en beperkte diversiteit van de CCI, wat ultiem kan leiden tot betere en concretere aanbevelingen voor de CCI zelf.

De creatieve drietand van culturele en creatieve arbeid

Daarom stellen we in deze paper voor om gebruik te maken van de *'creative trident'*-methodologie voor het onderzoeken van diversiteit en arbeidsomstandigheden binnen de CCI. Die methode is oorspronkelijk ontwikkeld voor mapping studies van de CCI

waarbij men enkel geïnteresseerd is in het aantal werkrachten, maar ze is eenvoudig uit te bereiden naar andere indicatoren zoals die voor werk en diversiteit (Cunningham, 2011). De drietand-metafoor wijst op drie delen van een tewerkstellingskwadrant samengesteld uit een beroep/sectormatrix met twee rijen en twee kolommen. De kruising van beroep met sector maakt het mogelijk om een onderscheid te maken tussen drie categorieën: een eerste categorie bevat de creatieve beroepen binnen de CC-sector, ook wel *specialists* genoemd. De tweede groep zijn creatieve beroepen *embedded* in andere sectoren dan de CC. En de derde categorie, *support*, zijn de ondersteunende jobs binnen de CC-sector, gaande van managers, accountants tot technische staf. De som van de drie tezamen geeft het geheel van creatieve tewerkstelling weer (Cunningham, 2011; Higgs & Cunningham, 2008).

De voordelen van die benadering zijn duidelijk: door het onderscheid te maken tussen *specialists*, *embedded* en *support* kunnen we nagaan of eventuele problemen wat betreft diversiteit en werkomstandigheden binnen de CCI van België job- of eerder sectorgerelateerd zijn. Een empirische toepassing van dat idee is dan ook een belangrijke aanvulling voor de bestaande literatuur over ongelijkheid en werkomstandigheden van de CCI, zowel op nationaal als op internationaal vlak. Binnen België zijn er momenteel nog geen studies die op nationaal niveau cijfers kunnen geven over werk, werkomstandigheden en diversiteit binnen de CCI.³ Op internationaal vlak is de toepassing van de creatieve drietand tot nu toe beperkt gebleven tot studies die enkel focussen op tewerkstellingsgrootte, een uitbereiding naar werkomstandigheden en diversiteit is bijgevolg een belangrijk innovatief aspect van onze studie.

In het vervolg van deze paper geven we eerst een kort overzicht van de data en variabelen waarvan we gebruikmaken voor onze analyses. Vervolgens stellen we aan de hand van die dataset de drietand van cultureel werk in België op, analyseren we de diversiteit en werkomstandigheden en besluiten we met een uitgebreide conclusie en discussie.

Data en methoden

Data

We maken voor onze analyses gebruik van de Belgische enquête naar de arbeidskrachten (EAK), jaargang 2015 (FOD economie, n.d.). De EAK heeft als voornaamste doel het

3 Er bestaan wel studies die zich concentreren op een specifiek gewest binnen België en/of een beperkt aantal deelsectoren, maar geen van hen behandelt zowel werkgelegenheid, diversiteit als werkomstandigheden (De Voldere, Mertens, Wautelet & Berckmoes, 2011; Duchêne, 2014; Guiette, Jacobs, Schramme & Vandenbempt, 2011; Lazzaro & Lowies, 2014; Mauri, Vlegels, Amez, Lazzaro & Ysebaert, 2017; Schrauwen, Demol, Van Andel & Schramme, 2014).

in kaart brengen van het aantal werkenden, werklozen en inactieven volgens internationaal vastgelegde standaarden. De enquête wordt gecoördineerd door Eurostat, het statistisch bureau van de Europese Unie, en wordt in België uitgevoerd door de FOD Economie. Naast het in kaart brengen van de potentieel actieve bevolking verzamelt de EAK ook sociodemografische informatie zoals beroep, onderwijsniveau en indicatoren van werkomstandigheden.

De survey vertrekt van een representatieve steekproef van Belgische huishoudens. De trekking van de huishoudens gebeurt op toevallige wijze binnen het rijksregister. De enquête wordt in regel persoonlijk afgenomen bij iedereen ouder dan 14 jaar en deelname is verplicht. Een enquêteur komt op afspraak op bezoek en neemt het interview af (CAPI) dat gemiddeld een vijftiental minuten per persoon in beslag neemt. In 2015 hebben er op die manier 98.988 personen van 15 jaar en ouder effectief deelgenomen aan de enquête. Een poststratificatie op basis van provincie, geslacht en leeftijd wordt berekend, een proportionele wegingsfactor is bijgevolg beschikbaar en wordt hier toegepast.

We hebben de data verkregen na een gemotiveerde aanvraag bij het statistisch toezichtscomité. Die is goedgekeurd en besproken in beraadslagingsnummer 22/2016 van 8 november 2016.

Variabelen

Voor we aan de analyses beginnen, is het belangrijk, gegeven onze onderzoeksvraag en -interesse, de actieve werkende bevolking te selecteren binnen de EAK. Aan de hand van een door de EAK aangeleverde variabele kunnen we alle personen met een lopende betrekking onderscheiden: dat zijn zowel werkenden in loondienst als zelfstandigen. Bovendien kunnen ze in de referentieweek op het werk aanwezig zijn, of tijdelijk niet aanwezig wegens een onderbreking als ziekte, zwangerschapsverlof, vakantie, sociaal conflict, weersomstandigheden of andere reden. Een toepassing van die selectievariabele herleidt de steekproef tot 40.099 effectief bruikbare respondenten.

Ook de sector van tewerkstelling en beroep is uiteraard van centraal belang voor dit onderzoek, met name het onderscheiden van culturele en creatieve sectoren ten opzichte van de rest van de economie, en het definiëren van creatieve jobs is een basisvoorwaarde om de culturele drietand te kunnen opstellen. Wat de sectoren betreft, hebben we gebruikgemaakt van het NACEBEL-classificatiesysteem voor economische activiteiten in België. Dat officieel statistisch raamwerk laat ons toe te bepalen in welke sector elke respondent tewerkgesteld is als werknemer of als zelfstandige. Het gebruik van Europees geharmoniseerde classificatiesystemen voor sectoren om culturele en creatieve sectoren af te lijnen is wijdverspreid in de literatuur over de CCI. Alhoewel er geen algemeen toegepaste en aanvaarde lijst van codes is die de CC-sectoren bevat, zijn de verschillen tussen de verschillende beleids- en academische studies over het algemeen erg klein. Voor onze studie maken we gebruik van de aanbevelingen

geformuleerd door de hoog aangeschreven EESnet-Culture-studie, en daarnaast van een synthese van de bestaande Belgische studies die gebruikmaken van de NACEBEL-codes om CCI te definiëren⁴ (Amez, Dobbels, Ysebaert & Martens, 2013; De Voldere, Mertens, Wautelet & Berckmoes, 2011; ESSnet-Culture, 2012; Guiette, Jacobs, Schramme & Vandenbempt, 2011; Lazzaro & Lowies, 2014; Schrauwen, Demol, Van Aniel & Schramme, 2014). Dit alles resulteert in een lijst van 84 NACEBEL-5 *digit*-codes, die we kunnen aggregeren in tien culturele en creatieve subsectoren, een indeling die vaak gebruikt wordt in de literatuur. Die subsectoren zijn: podiumkunsten en uitvoerende kunsten, bibliotheken, openbare archieven, musea en exploitatie van erfgoed, fotografie, detailhandel in kunstvoorwerpen en antiques, audiovisuele sector, pers en geschreven media, mode, reclame en publiciteit, architectuur en, tot slot, design. Een gedetailleerd overzicht van alle NACEBEL-5 *digit*-codes en de gebruikte aggregaties is opgenomen in bijlage 1.

Om een creatief beroep te onderscheiden van niet-creatieve beroepen, ongeacht de sector van tewerkstelling, kunnen we gebruikmaken van het ISCO-08-classificatiesysteem voor beroepen, opgenomen in de EAK. Ook hier hebben we ons laten inspireren door het invloedrijke EESnet-rapport, op basis waarvan we vier klassen van culturele en creatieve beroepen kunnen opstellen (ESSnet-Culture, 2012). Een eerste categorie artistieke creatie, een tweede voor kunstpreservatie, disseminatie en management, ten derde ambachten en modeprofessionals, en tot slot creatieve professionals. Alle andere beroepscode worden beschouwd als niet-creatief. Een volledige lijst van alle gebruikte ISCO-08-codes en de bijhorende beroepen hebben we opgenomen in bijlage 2.

Tot slot kunnen we gebruikmaken van de variabelen geslacht, leeftijd, geboorteland, diploma en plaats van tewerkstelling voor het in kaart brengen van de diversiteit binnen de creatieve drieland. Wat werkomstandigheden betreft, beschikken we over nettomaandloon per respondent, werkregime (voltijds of deeltijds), type contract (vast of tijdelijk) en werkschema (avond- en nachtwerk). Beschrijvende statistieken voor onze selectie van actieve werkende respondenten zijn weergegeven in tabel 1, gedetailleerde informatie over de codering en exacte bevragingen zijn eenvoudig te consulteren in de openbaar beschikbare documentatie van de FOD Economie (FOD Economie, n.d.). Tot slot is het belangrijk mee te geven dat we bij de multivariate analyses met nettomaandloon als afhankelijke variabele gebruikgemaakt hebben van een log-transformatie van die variabele om de typisch rechtsscheve inkomstenverdeling te corrigeren tot een symmetrische normaalverdeling.

4 Het NACE-classificatiesysteem voor economische activiteiten is geharmoniseerd voor de hele Europese gemeenschap tot op het 4 *digit*-niveau. Vanaf het 5 *digit*-niveau bevat het Belgische NACEBEL-systeem enkele codes die specifiek ontwikkeld zijn voor België.

Tabel 1. Beschrijvende statistieken actieve werkende respondenten

		Frequentie	Percentage
Geslacht	Man	21439	53,5
	Vrouw	18660	46,5
	Missing	0	0,0
Leeftijd	15-24	2710	6,8
	25-34	9765	24,4
	35-54	21633	53,9
	55+	5991	14,9
	Missing	0	0,0
Geboorteland	België	33950	84,7
	EU15	2236	5,6
	Buiten EU15	3913	9,8
	Missing	0	0,0
Opleidingsniveau	Geen, lager of lager secundair	6795	16,9
	Hoger secundair	15994	39,9
	Hoger niet-universitair, korte type	9899	24,7
	Hoger lange type, universitair of doctoraat	7410	18,5
	Missing	0	0,0
Plaats tewerkstelling	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	6184	15,4
	Niet Brussels Hoofdstedelijk Gewest	32967	56,9
	Buitenland	948	2,4
	Missing	0	0,0
Contract	Vast werk	30945	77,2
	Tijdelijk – wenste geen vast werk	527	1,3
	Tijdelijk – geen vast werk gevonden	2540	6,3
	Missing	6087	15,2
Werkregime	Voltdijs	30182	75,3
	Halftijds – persoonlijke redenen	7061	17,6
	Halftijds – externe redenen	2592	6,5
	Missing	265	0,7
Moeilijke werkuren	Nooit of slechts sporadisch	27972	69,8
	Regelmatig avond-, nacht- of weekendwerk	10708	26,7
	Missing	1419	3,5
Netto maandloon	<1320	6808	17,0
	1321-1600	8167	20,4
	1601-1800	5776	14,4
	1801-2200	7149	17,8
	>2201	6111	15,2
	Missing	6088	15,2

Resultaten

De culturele en creatieve drietand van België

We beginnen onze analyses met het opstellen van de drietand van culturele en creatieve arbeid van België volgens de hierboven besproken beroeps- en sectordefinities. In tabel 2 presenteren we de creatieve *trident* voor België. Hieruit kunnen we afleiden dat naar schatting 4,8% van alle jobs in België zich situeren binnen culturele en creatieve sectoren, en dat we 5,5% van alle jobs als creatief kunnen beschouwen. Belangrijk is echter dat we vaststellen dat binnen de culturele en creatieve sectoren de meerderheid van de jobs (64,8%) niet creatief is. Omgekeerd geldt dat van alle creatieve jobs slechts 30,7% zich binnen de culturele en creatieve sectoren situeert. Die eerste figuur toont meteen de relevantie van het toepassen van de culturele drietand aan: de meerderheid van de jobs binnen de culturele en creatieve sectoren is niet creatief, en de meerderheid van de creatieve jobs bevindt zich buiten de culturele en creatieve sectoren. We kunnen bijgevolg concluderen dat het van groot belang is elk kwadrant van de drietand op te nemen en te bestuderen om onder- of overschattingen van cultureel werk te vermijden en een goed zicht te krijgen op diversiteit en werk-omstandigheden van de CCI.

Tabel 2. De creatieve drietand van België

		Geen CC sector	CC sector	Totaal
Geen creatief beroep	freq.	36597	1252	37849
	rijpercentage	96,7	3,3	100,0
	kolompercentage	96,0	64,8	94,5
Creatief beroep	freq.	1532	679	2211
	rijpercentage	69,3	30,7	100,0
	kolompercentage	4,0	35,2	5,5
Totaal	freq.	38129	1931	40060
	rijpercentage	95,2	4,8	100,0
	kolompercentage	100,0	100,0	100,0

Als we die drietand verder ontleden door meer gedetailleerde creatieve beroepstypes te kruisen met de culturele en creatieve subsectoren (tabel 3), valt meteen op dat de percentages sterk verschillen naargelang subsector en het type creatief beroep. Architectuur, design en fotografie zijn drie sectoren waarin het aandeel creatieve beroepen erg hoog ligt, namelijk tussen 70,4% en 77,1%. Dat staat in scherp contrast met sectoren als mode, kunstvoorwerpen en antiquiteiten en bibliotheken, archieven, museum en erfgoed, waar we vaststellen dat respectievelijk slechts 5,6%, 14,3% en

33,1% van de beroepen als creatief geklasseerd kunnen worden. Bovendien zijn er ook binnen de creatieve beroepen grote verschillen tussen subsectoren vast te stellen. Creatieve professionals zijn vooral sterk vertegenwoordigd bij design, architectuur en reclame en publiciteit. Artistiek creatieve beroepen vinden we vooral terug binnen podiumkunsten, fotografie en de audiovisuele sector. Culturele preservatie, disseminatie en management is vanzelfsprekend vooral in de bibliotheken, archieven, musea en erfgoedbeheer terug te vinden. En ambachten zijn, opvallend, bijna niet aanwezig binnen de culturele en creatieve sectoren.

Die cijfers tonen aan dat de CCI verre van een homogene sector vormen. Binnen de verschillende subsectoren zijn er grote verschillen naargelang het type werk dat uitgevoerd wordt. Enkele subsectoren, met name architectuur, design en fotografie, zijn sterk afhankelijk van de creatieve werkrachten. Bij de andere subsectoren, zelfs kerncreatieve sectoren als podiumkunsten en de audiovisuele sector, maken de niet-creatieve werkrachten een substantieel deel van de beroepsbevolking uit. Dat toont ook aan dat de culturele en creatieve sectoren over het algemeen sterk afhankelijk zijn van ondersteunende, niet-creatieve functies, een beroepsbevolkingsgroep die zeker niet over het hoofd gezien mag worden.

Diversiteit

Vervolgens presenteren we in tabel 4 een bivariate analyse van de sociodemografische compositie van zowel de creatieve beroepen als de culturele en creatieve subsectoren. De gerapporteerde gestandaardiseerde residuen laten ons toe om onder- of oververtegenwoordiging (significant indien absolute waarde groter dan twee) van sociodemografische categorieën binnen bepaalde beroepen of sectoren te identificeren, rekening houdend met de marginale frequenties. Wegens te lage celfrequenties is het niet mogelijk de variabelen sector en beroep met elkaar te kruisen, we kunnen enkel die effecten naast elkaar weergeven.

Zo kunnen we vaststellen dat, wat betreft genderongelijkheid, de meeste culturele en creatieve subsectoren een relatief evenwichtige genderverdeling vertonen, met uitzondering van de audiovisuele en de modesector. Binnen de audiovisuele sector zien we een significante ondervertegenwoordiging van vrouwen, slechts 33% van de tewerkstelling binnen die subsector is vrouwelijk. Omgekeerd stellen we vast dat de modesector gedomineerd wordt door vrouwen, slechts 23,4% van de werkrachten binnen de modesector is mannelijk. Als we de genderverdelingen naar beroepstype ontleden, kunnen we meer verschillen vaststellen. Zo blijkt duidelijk dat vrouwen sterk ondervertegenwoordigd zijn in creatieve beroepen, en oververtegenwoordigd in de niet-creatieve, onafhankelijk van de sector waarin ze werken. 60% van de artistiek creatieve beroepen wordt door mannen ingevuld, 68,4% van de ambachten is mannelijk en niet minder dan 73,4% van de creatieve professionals zijn mannen.

Tabel 3. De creatieve drieland volgens beroepstype en subsector

Beroep	Sector										Totaal	
	Buiten CCS	Podium-kunsten	Bibliotheken, openbare archieven, musea en erfgoedbeheer	Fotografie	Detailhandel in kunstvoorwerpen en antiequiteiten	Audiovisuele sector	Pers en geschreven media	Mode	Reclame en publiciteit	Architectuur		Design
Geen creatief beroep	Freq. 36597	87	83	8	24	86	272	558	62	48	23	37848
	Kolompercentages	96,0	41,6	29,6	85,7	48,9	73,7	94,4	59,0	22,9	25,0	94,5
Artistieke creatie	Freq.	96	4	17	2	73	51	1	4	0	1	342
	Kolompercentages	0,3	44,5	3,2	63,0	7,1	13,8	0,2	3,8	0,0	1,1	0,9
Kunstpreservatie, disseminatie en management	Freq.	115	13	33	1	1	1	2	0	0	0	167
	Kolompercentages	0,3	6,2	26,6	3,7	3,6	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,4
Ambachten en mode professionals	Freq.	191	3	0	0	0	0	13	1	0	1	209
	Kolompercentages	0,5	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	1,0	0,0	1,1	0,5
Creatieve professionals	Freq.	1129	13	4	1	1	45	17	38	162	67	1493
	Kolompercentages	3,0	6,2	3,2	3,7	3,6	12,2	2,9	36,2	77,1	72,8	3,7
Totaal	Freq.	38128	209	124	27	28	369	591	105	210	92	40059
	Kolompercentages	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabel 4. Bivariate analyse sociodemografische compositie beroepen en subsectoren

Sector	Geslacht		Leeftijd					Geboorteland			Opleidingsniveau				Plaats van tewerkstelling		
	Man	Vrouw	15-24	25-34	35-54	55+	België	EU15	Buiten EU15	Geen lager secundair	Hoger secundair	Hoger niet-universitair, korte type	Hoger lange type, universitair of doctoraat	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	Niet-BHG	Buitenland	
Buiten CCS	Freq.	20503	17626	2565	9218	20626	5720	32257	2114	3758	6551	15269	6879	5784	31449	89%	
	Rijpercentage	53,8%	46,2%	6,7%	24,2%	54,1%	15,0%	84,6%	5,5%	9,9%	17,2%	40,0%	18,0%	15,2%	82,5%	2,3%	
	Std. residuël	0,8	-0,9	-0,3	-0,8	0,4	0,4	-0,2	-0,1	0,6	1,2	0,5	-2	-1,3	0,6	-0,1	
Podiumkunsten	Freq.	119	91	9	58	111	33	172	18	21	25	59	43	61	145	5	
	Rijpercentage	56,7%	43,3%	4,3%	27,5%	52,6%	15,6%	81,5%	8,5%	10,0%	11,9%	28,1%	20,5%	28,9%	68,7%	2,4%	
	Std. residuël	0,6	-0,7	-1,4	0,9	-0,3	0,3	-0,5	1,8	0,1	-1,8	-2,7	-1,2	7,1	5	-2,2	0
Bibliotheken, openbare archieven, musea en erfgoedbeheer	Freq.	52	72	2	24	72	25	112	6	600,0%	13	40	33	19	104	2	
	Rijpercentage	41,9%	58,1%	1,6%	19,5%	58,5%	20,3%	90,3%	4,8%	4,8%	10,5%	32,3%	26,6%	15,2%	83,2%	1,6%	
	Std. residuël	-1,8	1,9	-2,2	-1,1	0,7	1,5	0,7	-0,3	-1,8	-1,7	-1,3	0,4	-0,1	0,1	-0,5	
Fotografie	Freq.	15	13	2	7	12	7	26	2	0	2	9	8	3	25	1	
	Rijpercentage	53,6%	46,4%	7,1%	25,0%	42,9%	25,0%	92,9%	7,1%	0,0%	7,1%	32,1%	28,6%	10,7%	86,2%	3,6%	
	Std. residuël	0	0	0,1	0,1	-0,8	1,4	0,5	0,4	-1,7	-1,3	-0,6	1,2	-0,6	0,2	0,4	
Detailhandel in kunstvoorwerpen en antiquiteiten	Freq.	15	12	0	5	14	8	25	2	0	7	12	6	9	18	0	
	Rijpercentage	55,6%	44,4%	0,0%	18,5%	51,9%	29,6%	92,6%	7,4%	0,0%	25,9%	44,4%	22,2%	33,3%	66,7%	0,0%	
	Std. residuël	0,1	-0,2	-1,4	-0,6	-0,1	2	0,4	0,4	-1,6	1,1	0,4	-1,8	2,4	-0,9	-0,8	
Audiovisuele sector	Freq.	118	58	8	74	82	13	159	11	7	5	28	71	87	86	3	
	Rijpercentage	67,0%	33,0%	4,5%	41,8%	46,3%	7,3%	89,8%	6,2%	4,0%	2,8%	15,9%	40,3%	49,2%	48,9%	1,7%	
	Std. residuël	2,5	-2,6	-1,1	4,7	-1,4	-2,6	0,7	0,4	-2,5	-4,5	-5	4,2	6,9	-4,9	-0,6	
Pers en geschreven media	Freq.	211	157	19	83	222	43	323	19	26	41	138	88	56	300	11	
	Rijpercentage	57,3%	42,7%	5,2%	22,6%	60,5%	11,7%	87,8%	5,2%	7,1%	11,2%	37,6%	24,0%	15,2%	81,7%	3,0%	
	Std. residuël	1	-1,1	-1,2	-0,7	1,7	-1,6	0,6	-0,3	-1,7	-2,7	-0,7	1	2,4	-0,1	0,8	
Mode	Freq.	138	453	90	163	275	63	486	33	72	113	341	101	76	505	10	
	Rijpercentage	23,4%	76,6%	15,2%	27,6%	46,5%	10,7%	82,2%	5,6%	12,2%	19,1%	57,7%	6,1%	12,9%	85,4%	1,7%	
	Std. residuël	0,6	-0,7	-1,4	0,9	-0,3	0,3	-0,5	1,8	0,1	-1,8	-2,7	-1,2	7,1	5	-2,2	0

Beroepstype	Geslacht		Leeftijd				Geboorteland			Opleidingsniveau			Plaats van tewerkstelling			
	Man	Vrouw	15-24	25-34	35-54	55+	België	EU15	Buiten EU15	Geen, lager of secundair	Hoger secundair	Hoger niet-universitair, korte type	Hoger lange type, universitair of doctoraat	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	Niet-BHG	Buitenland
	Std. residueel	Std. residueel	Rijpercentage	Rijpercentage	Rijpercentage	Rijpercentage	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel	Std. residueel
Reclame en publiciteit	-10	10,7	7,9	1,6	-2,5	-2,7	-0,6	0	1,9	1,3	6,9	-3,7	-7	-1,6	0,9	-1
	Freq.	62	43	6	35	4,6	18	92	6	7	12	33	27	34	69	2
Architectuur	59,0%	41,0%	5,7%	33,3%	43,8%	17,1%	87,6%	5,7%	6,7%	11,5%	31,7%	30,8%	26,0%	32,4%	65,7%	1,9%
	Std. residueel	0,8	-0,8	-0,4	1,9	-1,4	0,6	0,3	0,1	-1,3	-1,3	1,2	1,8	4,4	-1,9	-0,3
Design	131	80	8	66	99	38	186	12	12	4	26	41	138	32	166	12
	Rijpercentage	62,1%	37,9%	3,8%	31,3%	46,9%	18,0%	88,6%	5,7%	5,7%	12,4%	19,6%	66,0%	15,2%	79,0%	5,7%
Geen creatief beroep	1,7	-1,8	-1,7	2	-1,4	1,2	0,6	0,1	-1,9	-5,3	-6,3	-1,5	16	-0,1	-0,5	3,2
	Std. residueel	51	41	0	30	48	14	82	5	4	9	21	31	22	69	1
Creatieve professionals	55,4%	44,6%	0,0%	32,6%	52,2%	15,2%	90,1%	5,5%	4,4%	9,7%	22,6%	33,3%	34,4%	23,9%	75,0%	1,1%
	Std. residueel	0,3	-0,3	-2,5	1,6	-0,2	0,1	0,6	0	-1,6	-2,6	1,7	3,6	2,1	-0,8	-0,8
Kunstprenatie, disseminatie en management	19913	17975	2609	9096	20459	5724	32042	2081	3764	6676	15514	9159	6538	5670	31343	875
	Rijpercentage	52,60%	47,40%	6,90%	24,00%	54,00%	15,10%	84,60%	5,50%	9,90%	17,60%	24,20%	17,30%	15,00%	82,70%	2,30%
Artiestiek creatief	-2,4	2,6	1	-1,4	0,1	0,8	-0,2	-0,7	1,1	3,2	3,3	-2	-5,5	-2,3	1,1	-0,7
	Std. residueel	204	136	17	113	165	45	288	29	24	74	94	153	119	212	9
Ambachten en mo-deprofessionals	60,00%	40,00%	5,00%	33,20%	48,50%	13,20%	84,50%	8,50%	7,00%	6,10%	21,60%	27,50%	44,70%	35,00%	62,40%	2,60%
	Std. residueel	1,6	-1,8	-1,2	3,3	-1,4	-0,8	0	2,3	-1,6	-4,9	-5,3	1	11,3	9,2	-4
Creatieve professionals	82	85	6	41	91	30	138	19	10	5	35	42	85	40	124	3
	Freq.	49,10%	50,90%	3,60%	24,40%	54,20%	17,90%	82,60%	11,40%	6,00%	3,00%	21,00%	50,90%	24,00%	74,30%	1,80%
Creatieve professionals	-0,8	0,8	-1,6	0	0	1	-0,3	3,2	-1,6	-4,4	-3,9	0,1	9,7	2,8	-1,1	-0,5
	Std. residueel	143	66	9	35	121	44	178	10	21	60	128	18	10	195	6
Creatieve professionals	68,40%	31,60%	4,30%	16,70%	57,90%	21,10%	85,20%	4,80%	10,00%	28,60%	61,00%	8,60%	1,90%	4,70%	92,40%	2,80%
	Std. residueel	3	-3,2	-1,4	-2,2	0,8	2,3	0,1	-0,5	0,1	4,1	4,8	-4,7	-5,6	-4	1,6
Creatieve professionals	109%	398	69	480	797	148	1304	97	93	33	244	587	630	345	1094	54
	Freq.	73,40%	26,60%	4,60%	32,10%	53,30%	9,90%	87,30%	6,50%	6,20%	2,20%	16,30%	39,30%	42,20%	73,30%	3,60%
Creatieve professionals	10,5	-11,3	-3,2	6,1	-0,3	-5	1,1	1,5	-4,4	-13,8	-14,4	11,4	21,3	7,6	-3,8	3,2
	Std. residueel															

Wat leeftijd betreft, zien we grote verschillen tussen subsectoren. Zo stellen we vast dat jonge werkkrachten sterk ondervertegenwoordigd zijn binnen de designsector en bij bibliotheken, archieven, musea en erfgoedbeheer. Oudere werkkrachten zijn dan weer oververtegenwoordigd binnen de sector detailhandel van kunstvoorwerpen en antiquiteiten. Dat is een duidelijke tegenstelling met mode, een jonge sector waarbij de jongste leeftijdsklasse (15 tot 24 jaar) sterk oververtegenwoordigd is. Opvallend is nog het belang van de categorie 25- tot 34-jarigen, zowel binnen de audiovisuele als binnen de architectuursector. Die leeftijdscategorie is significant meer aanwezig dan verwacht. Dat alles is vermoedelijk te verklaren door de leeftijdsverdelingen binnen de verschillende beroepstypes. Zo kunnen we in het tweede deel van tabel 3 vaststellen dat voor alle creatieve beroepen geldt dat werkkrachten tussen 15 en 24 jaar en ouder dan 55 ondervertegenwoordigd zijn. Het overgrote deel van de creatieve beroepen wordt bijgevolg, onafhankelijk van de sector, uitgevoerd door mensen van middelbare leeftijd.

Ook opleidingsniveau levert enkele markante resultaten op, zowel wat betreft verschillen tussen subsectoren als verschillen tussen beroepstypes. We stellen vast dat de overgrote meerderheid van de culturele en creatieve subsectoren gedomineerd wordt door hoogopgeleiden. Dat geldt voor podiumkunsten, bibliotheken, archieven, musea en erfgoedbeheer, audiovisuele, pers en geschreven media, architectuur, en design. Bij de modesector zien we dan weer een omgekeerde verdeling: laagopgeleiden zijn hier oververtegenwoordigd. Enkel bij fotografie, detailhandel in kunstobjecten en antiquiteiten, en reclame en publiciteit vinden we geen duidelijke samenhang met opleidingsniveau. Als we de opdeling maken met beroepstype, stellen we vast dat alle creatieve beroepen significant meer dan verwacht volgens toeval uitgevoerd worden door mensen met een hoog opleidingsniveau (hoger onderwijs of universitair), met uitzondering van ambachten en modeprofessionals. Het zijn met andere woorden waarschijnlijk voornamelijk de creatieve beroepen die verantwoordelijk zijn voor het gemiddeld erg hoge opleidingsniveau binnen culturele en creatieve subsectoren.

Op het vlak van geboorteland vertonen de verschillende subsectoren relatief weinig significante afwijkingen. Geen enkel van de subsectoren vertoont een significante oververtegenwoordiging van migranten, rekening houdend met het totaal aantal mensen geboren buiten België. Binnen de audiovisuele sectoren stellen we wel vast dat migranten van buiten de EU15 significant ondervertegenwoordigd zijn. Er is binnen die sector dus sprake van een lagere diversiteit dan je zou verwachten volgens toeval. Als we kijken naar beroepstype, zijn de resultaten wat meer uitgesproken: bij artistiek creatieve beroepen en kunstpreservatie, disseminatie en managementberoepen stellen we vast dat migranten van binnen de EU15 significant oververtegenwoordigd zijn. Maar, tegelijkertijd stellen we ook vast dat bij creatieve professionals migranten van buiten de EU15 sterk ondervertegenwoordigd zijn. De diversiteit binnen de culturele en creatieve beroepen blijft met andere woorden relatief beperkt. Enkel voor de EU15-landen stellen we een beperkte verhoogde diversiteit vast. Buiten de EU15-landen is dat niet het geval, integendeel.

Wat locatie van het werk betreft, tot slot, valt vooral de dominantie van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (BHG) op. Wat de subsectoren betreft, stellen we vast dat voor de podiumkunsten, verkoop van kunstvoorwerpen en antiquiteiten, de audiovisuele sector, reclame en publiciteit, en design geldt dat ze een grote kans vertonen om gevestigd te zijn in het BHG. Bovendien stellen we hetzelfde effect vast bij alle creatieve beroepen, behalve de ambachten en modeprofessionals.

De hierboven besproken resultaten van tabel 4 tonen aan dat de CCI in realiteit een relatief elitair karakter vertonen. Zowel wat betreft gender als leeftijd, geboorteland, opleidingsniveau en locatie stellen we vast dat de openheid van de sector en van de creatieve beroepen beperkt is. Op sectorniveau blijken vooral de mode- en audiovisuele sector uitgesproken diversiteitsissues te vertonen op het vlak van gender, leeftijd en geboorteland. Problemen met toegankelijkheid op het vlak van opleidingsniveau zijn meer wijdverspreid en vinden we terug in bijna alle creatieve sectoren behalve fotografie, verkoop van kunstvoorwerpen en antiquiteiten en reclame en publiciteit. De grootste onder- en oververtegenwoordiging van sociodemografische groepen vinden we echter terug op beroepsniveau: er is een structureel probleem wat betreft de sociodemografische toegankelijkheid van creatieve beroepen, over alle sectoren heen. Creatieve beroepen, met de uitzondering van ambachten en modeprofessionals, worden gedomineerd door mannen van middelbare leeftijd met een hoog opleidingsniveau, geboren binnen de EU15. Daarnaast stellen we een sterke concentratie vast van zowel de creatieve sectoren als de creatieve beroepen in het BHG. De CCI in België vertonen een duidelijke neiging tot geografische concentratie, waarvan het Brussels gewest profiteert.

Werkomstandigheden

Naast een overzicht van diversiteitsindicatoren binnen de culturele en creatieve sectoren en beroepen kunnen we ook onderzoeken in hoeverre de werkomstandigheden binnen de drie kwadranten van de culturele drietand bepaald worden door beroepstype versus subsector van tewerkstelling. We gebruiken hiervoor een serie van logistische, multinomiale en lineaire regressieanalyses, waarbij telkens een indicator van werkomstandigheden als afhankelijke variabele opgenomen wordt. Als onafhankelijke variabelen nemen we sector en beroep op. Opnieuw kunnen we hier geen interactie-effecten testen wegens te lage celfrequenties. Daarnaast nemen we bij die analyses ook de sociodemografische variabelen gebruikt bij de diversiteitsanalyses op als controlevariabelen.

Een eerste indicator van werkomstandigheden is de variabele vast versus tijdelijk werk. Bij personen met een tijdelijke functie kunnen we bovendien ook onderscheid maken tussen degenen die geen vast werk wensen en degenen die wel een vaste functie gezocht hebben maar geen gevonden hebben. De resultaten in tabel 5 tonen aan dat zowel de subsector als het type beroep belangrijke voorspellers zijn voor het ongewenst uitoefenen van een tijdelijke job. Meer bepaald hebben, ongeacht van het type

job, werkrachten binnen de podiumkunsten en de audiovisuele sector een significant grotere kans om ongewenst tijdelijk te werken dan personen die werken buiten de creatieve sectoren. Omgekeerd geldt dat voor personen die werken binnen de geschreven pers, hun kans op een ongewenst tijdelijk contract significant kleiner is. Controlerend voor subsector blijven er echter grote effecten van beroepstype bestaan: mensen met een artistiek creatief beroep hebben een significant grotere kans om ongewenst tijdelijk te werken dan mensen met een niet-creatief beroep, onafhankelijk van de sector waarin ze werken. Het effect is omgekeerd voor creatieve professionals, zij hebben significant minder kans om in die categorie van tijdelijk werk te belanden.

Voor voltijds versus halftijds werk kunnen we een onderscheid maken tussen personen die om persoonlijke redenen bewust een halftijdse job gekozen hebben (combinatie met studies, gezondheidsredenen, zorg voor kinderen of afhankelijke personen, persoonlijke of familiale redenen, wenst geen voltijdse betrekking) en degenen die vanwege externe redenen geen voltijds werk hebben gevonden (geen voltijds werk gevonden, vanwege bedrijfseconomische redenen, werksfeer- of omstandigheden, pesterijen). Ook hier wordt duidelijk dat voornamelijk het type beroep van belang is voor het voorspellen van halftijds werken wegens externe redenen. We stellen vast dat artistiek creatieve beroepen een significant hogere kans hebben om ongewild halftijds te werken dan niet-creatieve jobs. Omgekeerd is die kans significant kleiner voor ambachten en creatieve professionals. Op subsectorniveau vinden we ook een effect voor podiumkunsten en de modesector. Binnen die sectoren zal je, onafhankelijk van je type job, een significant grotere kans hebben op ongewild halftijds werken dan buiten de culturele en creatieve sectoren.

Moeilijke werkuren, geoperationaliseerd als regelmatig werken op avonden, tijdens nachten of in het weekend, lijken wel samen te hangen met de subsector. Zowel voor de podiumkunsten, fotografie, verkoop van kunstvoorwerpen en antiquiteiten, geschreven pers, modesector, architectuur, als voor design geldt dat er binnen die subsectoren een significant grotere kans is tot moeilijke werkuren dan buiten de culturele en creatieve sectoren, onafhankelijk van het type werk. Desalniettemin blijft er na controle voor de sector van tewerkstelling nog een duidelijk effect over van beroepstype. Opnieuw stellen we vast dat artistiek creatieve beroepen meer kans, en creatieve professionals minder kans vertonen op moeilijke werkuren dan personen met een niet-creatief beroep.

Wat netto-inkomen per maand tot slot betreft, waarschijnlijk een van de meest gebruikte indicatoren voor arbeidsomstandigheden, kunnen we vaststellen dat het loon bij verschillende culturele en creatieve subsectoren significant lager ligt dan dat van niet-creatieve sectoren, onafhankelijk van het type beroep. Dat gaat op voor podiumkunsten, bibliotheken, archieven, musea en erfgoedbeheer, verkoop van kunstvoorwerpen en antiquiteiten, de audiovisuele sector, de modesector, reclame en publiciteit, en architectuur. Opnieuw blijkt, na controle voor die sectoren, dat beroepstype van groot belang is. Artistiek creatieve beroepen en ambachtslui verdienen, onafhankelijk van de sector, significant minder dan niet-creatieve beroepstypes. Creatieve professionals daarentegen verdienen significant meer.

Tabel 5. Multivariate analyse werkomstandigheden

	Contracttype (vast werk is ref.)			Werkregime (Volrijds is ref.)			Werkuren			Netto maandloon		
	Tijdelijk – wenst geen vast werk	Tijdelijk – geen vast werk gevonden	Halfzijdig – per-sonlijke redenen	Halfzijdig – ex-terne redenen	Regelmatig avond-, nacht- of weekendwerk	Log(netto maandloon)						
	B	Sign.	B	Sign.	B	Sign.	B	Sign.	B	Sign.	B	Sign.
Intercept	-4,572	***	-2,766	***	-0,007	***	-1,945	***	-1,287	***	7,258	***
Geslacht	-0,269	***	-0,223	***	-2,107	***	-1,936	***	0,163	***	0,241	***
Leeftijd												
15-24	3,393	***	2,459	***	-0,380	***	1,054	***	0,259	***	-0,329	***
25-34	1,169	***	1,095	***	-0,581	***	0,321	***	0,069	*	-0,139	***
55+	0,665	***	-0,489	***	0,631	***	0,229	***	0,031		0,002	
35-54 (ref.)												
Geboorteland												
EU15	0,357	***	0,637	***	-0,087	***	0,448	***	0,112	*	0,028	***
Buiten EU15	0,473	***	0,966	***	-0,089	***	0,745	***	0,095	*	-0,108	***
België (ref)												
Opleidingsniveau												
Hoger secundair	-0,960	***	-0,443	***	-0,272	***	-0,494	***	0,146	***	0,14	***
Hoger niet-universitair, korte type	-1,347	***	-0,463	***	-0,481	***	-1,407	***	-0,140	***	0,346	***
Hoger lange type, universitair of doctoraat	-0,009		-0,205	**	-0,859	***	-1,682	***	-0,175	***	0,533	***
Geen, lager of lager secundair (ref.)												
Plaats tewerkstelling												
Brussels Hoofdstedelijk Gewest	-0,140		-0,179		-0,553	***	0,577	***	-0,060		-0,07	***
Niet-Brussels Hoofdstedelijk Gewest	0,103		-0,120		-0,107		0,746	***	0,200	*	-0,145	***
Buitenland (ref.)												
Sector												
Podiumkunsten	1,610	***	0,561	*	0,004		0,631	*	0,694	***	-0,168	***

	Contracttype (vast werk is ref.)			Werkregime (Volijds is ref.)			Werkuren			Netto maandloon									
	Tijdelijk – wens geen vast werk			Tijdelijk – geen vast werk ge- vonden			Halfijds – per- soonlijke redenen			Halfijds – ex- terne redenen			Regelmatig avond-, nacht- of weekendwerk			Log[netto maandloon]			
	B	Sign.		B	Sign.		B	Sign.		B	Sign.		B	Sign.		B	Sign.		
Bibliotheken, openbare archieven, musea en erfgoedbeheer	0,583			-0,724			0,468			0,630			0,351			-0,137			***
Fotografie	1		1			-1,025			-0,740			0,880	*			-0,094			
Detailhandel in kunstvoorwerpen en antiques	1		0,562			0,165			1			2,598	***			-0,374			***
Audiovisuele sector	0,588		0,584	*		0,028			0,122			0,573	***			-0,095			**
Pers en geschreven media	0,290		-1,033	**		-0,244			-0,112			0,298	*			-0,02			
Mode	0,247		-0,074			0,094			0,582	***		1,688	***			-0,06			***
Reclame en publiciteit	0,896		0,319			-0,209			-0,164			-0,165				-0,075			*
Architectuur	1,365		-0,191			0,230			-0,067			1,254	***			-0,092			*
Design	1		0,715			-0,683			-0,894			1,243	***			-0,105			
Geen CC sector (ref.)																			
Beroepstype	0,653		0,869	***		0,500	***		0,847	***		0,550	***			-0,103			***
Kunstprijzen, dissemi-	0,219		0,234			-0,069			0,198			0,247				-0,029			
natie en management																			
Ambachten en modepro-	-0,647		-0,670			-0,432	*		-1,914	***		-0,237				-0,009			
fessionals																			
Creative professionals	-1,239	***	-0,654	***		-0,285	**		-1,072	***		-0,96	***			0,034			***
Geen creatief beroep (ref.)																			

* voor $p \leq 0,05$,** voor $p \leq 0,01$,*** voor $p \leq 0,001$

1 Categorie weggelaten wegens te kleine celrequentie en bijgevolg onbetrouwbare resultaten

De resultaten wat de werkomstandigheden betreft, vertonen een aantal duidelijke patronen. Ten eerste stellen we vast dat er een erg sterke link is tussen elk van onze indicatoren voor werkomstandigheden en het type beroep dat uitgevoerd worden. De creatief artistieke beroepen zijn daarbij telkens in het nadeel: ze hebben vaak ongewenst tijdelijke contracten, werken ongewenst halftijds, moeten vaak 's avonds, 's nachts of in het weekend werken en verdienen minder dan wie werkt in een niet-creatief beroep, ongeacht de sector waarin men werkt. De creatieve professionals, daarentegen, vertonen exact het omgekeerde patroon: hun werkomstandigheden zijn gevoelig beter dan die van niet-creatieve werkrachten. Ambachtsberoepen vallen ergens tussen de twee: ze verdienen niet goed, maar hun werkregime is vaak gunstiger. Op het vlak van beroepstype is het in elk geval erg belangrijk een onderscheid te maken tussen verschillende types van creatieve beroepen. En, ongeacht de sector van tewerkstelling, is het type creatief beroep sterk gelinkt aan werkomstandigheden.

Ten tweede, wat verschillen tussen subsectoren betreft, onafhankelijk van het type beroep, valt in eerste instantie de sector podiumkunsten op. Die sector scoort opvallend slecht op het vlak van werkomstandigheden: onafhankelijk van het type job hebben de werkrachten binnen die sector een significant hoge kans op een preciaire werksituatie met een laag loon. Ook binnen de modesector zijn de werkomstandigheden opvallend slecht, zowel wat betreft ongewild halftijds werk, moeilijke uren en loon scoren zij zeer slecht. De andere creatieve sectoren zijn iets beter af, al scoren ze vaak ook uitzonderlijk slecht op loon en moeilijke uren, hun contracten zijn doorgaans minder precair.

Conclusie en discussie

Literatuur over de CCI wordt gekenmerkt door een beruchte paradox: aan de ene kant beschrijven aanhangers van Florida de CCI als open, divers, egalitair en 'cool' om bij te werken, aan de andere kant wijst steeds meer kwantitatief en kwalitatief onderzoek op de aanwezigheid van een persistente ongelijkheid op het vlak van gender, leeftijd, etniciteit, opleidingsniveau, sociale klasse en locatie, gekoppeld aan preciaire arbeidsomstandigheden (Conor et al., 2015).

In deze paper zijn we dieper ingegaan op die paradox door de CCI te ontleden aan de hand van de culturele drietand-metafoor. Onderzoeken naar werkomstandigheden en diversiteit focussen zich tot nu toe ofwel op sector, ofwel op beroepsopdelingen, waardoor ze slechts een deel van de drietand van cultureel werk belichten. Dankzij de uitgebreide en gedetailleerde informatie aanwezig in de survey van de arbeidskrachten van België, hebben we in deze paper ingespeeld op die lacune door de methodologie van de culturele drietand toe te passen op indicatoren van diversiteit en ongelijkheid. Dat liet ons toe om te onderzoeken of problemen op het vlak van ongelijkheid en precariteit gebonden zijn aan het creatieve beroep, of eerder aan de culturele en creatieve sectoren. Een onderscheid tussen beide verklaringen is belangrijk, aangezien

dat zal bijdragen tot een beter begrip van hoe ongelijkheden en inferieure arbeidsomstandigheden tot stand komen en ultiem ook verholpen kunnen worden.

Samengevat, tonen onze resultaten aan dat de relatie tussen de drietand van cultureel werk en onze indicatoren van diversiteit en werkomstandigheden complex is. Enerzijds zijn er effecten toe te wijzen aan subsectoren. Zo stellen we vast dat voornamelijk de mode- en de audiovisuele sector grote tekortkomingen vertonen op het vlak van gender-, leeftijd-, opleiding- en plaats van tewerkstellingsdiversiteit. De andere sectoren scoren voornamelijk slecht op het vlak van diversiteit in opleidingsniveau, waarbij hoogopgeleiden sterk oververtegenwoordigd zijn. Op het vlak van werkomstandigheden vallen vooral de podiumkunsten en de modesectoren op. Werkkrachten actief binnen die sectoren hebben een overmatig grote kans op preciaire werkomstandigheden. Naast die sectoreffecten zijn het voornamelijk de beroepstypes die van belang zijn voor de samenhang met sociodemografische diversiteit en het verklaren van slechte werkomstandigheden. We vinden consequent, ongeacht de sector van tewerkstelling, dat artistiek creatieve beroepen gekenmerkt worden door inferieure werkomstandigheden en een elitair sociodemografisch karakter. Aan de andere kant van het spectrum stellen we vast dat creatieve professionals over het algemeen goed scoren op werkomstandigheden, al blijven ook hier de diversiteitsissues op het vlak van gender, leeftijd, opleiding en plaats van tewerkstelling gelden.

In het algemeen kunnen we op basis van onze resultaten besluiten dat problemen op het vlak van diversiteit en werkomstandigheden helemaal niet beperkt blijven tot de creatieve jobs binnen de culturele en creatieve sectoren, ook hierbuiten stellen we ongelijkheden en preciaire omstandigheden vast. Dat lijkt erop te wijzen dat de beroepsgerelateerde verklaringen voor inferieure werkomstandigheden en diversiteitsissues meer overeenkomen met de realiteit dan sectorgerelateerde verklaringen. Het is mogelijk dat het individualistische, idiosyncratische karakter van een creatieve functie resulteert in een gebrek aan solidariteit en collectieve belangenorganisaties, met negatieve gevolgen voor werkomstandigheden. Bovendien komt dat overeen met onze vaststelling dat oudere werkkrachten ondervertegenwoordigd zijn in die preciaire functies, aangezien zij een groter belang zouden hechten aan zekerheid en *work-life balance* bij een job (Bain & McLean, 2013; Conor et al., 2015; Menger, 1999).

Anderzijds slagen die beroepsgerelateerde verklaringen er niet in de persistente ongelijkheden op het vlak van geslacht, diploma, plaats van tewerkstelling, en geboorteland binnen sectoren, onafhankelijk van het type job te verklaren die we voornamelijk terugvinden binnen de mode- en audiovisuele sector. Onze resultaten tonen aan dat de CCI helemaal niet gekenmerkt worden door de voorspelde openheid. Dat geldt zowel voor creatieve beroepen binnen die verschillende subsectoren als voor die erbuiten. Mogelijk kunnen die structurele ongelijkheden verklaard worden door selectieve netwerkeffecten. Informele screeningsprocedures en het belang van netwerking kunnen in het bijzonder van belang zijn voor de mode- en audiovisuele sector. Het zou alleszins een verklaring zijn voor de bestaande ongelijkheden en inferieure werkomstandigheden over beroepen heen binnen die sectoren. Bovendien kan dat de sterke effecten van plaats van tewerkstelling

bepalen. Eerder onderzoek heeft immers reeds aangetoond dat selectieve netwerkeffecten de aanleiding geven tot geografische concentratie in urbane settings. Binnen grootsteden kunnen er immers meer dense netwerken ontstaan, omdat zowel de vraag als het aanbod groter is (Oakley et al., 2017). Vandaar de neiging van culturele en creatieve sectoren en beroepen om zich te nestelen binnen urbane centra, zoals het BHG.

Een tweede belangrijk gevolg van die resultaten is dat, alhoewel de CCI in beleids- en academische publicaties vaak worden behandeld als een homogene sector, onze resultaten duidelijk aantonen dat er binnen de verschillende subsectoren en beroepsgroepen van de CCI grote verschillen bestaan wat betreft indicatoren voor diversiteit en werkomstandigheden. Dat impliceert dat het aggregeren van de verschillende culturele en creatieve subsectoren in een groot containerbegrip als de CCI incorrect is voor onderzoekers en beleidsmakers die de impact en samenstelling van de CCI beter willen begrijpen. Die bezorgdheid is niet nieuw binnen de literatuur. Onderzoekers hebben reeds meermaals aangehaald dat de verschillen binnen de CCI-subsectoren minstens even groot zijn als erbuiten (zie o.a. Conor et al., 2015; Hesmondhalgh, 2013; McRobbie, 2015; O'Brien, Laurison, Miles & Friedman, 2016). Wel vernieuwend is onze aandacht voor de verschillende creatieve beroepstypes versus niet-creatieve, zowel binnen als buiten de verschillende CCI-subsectoren. Naar analogie met de oproep tot het ontdebellen van de geaggregeerde CCI-sectordefinitie tonen onze resultaten aan dat onderzoekers en beleidsmakers ook onderscheid dienen te maken tussen verschillende beroepstypes. Het gebruikmaken van de culturele drietand is daarbij het middel bij uitstek om de intersectie van culturele en creatieve subsectoren en beroepstypes te onderzoeken.

Tegelijkertijd moeten we ook opmerkingen dat de drietandbenadering nog steeds beperkingen blijft meedragen. Zo is het belangrijk op te merken dat de drietanddefinitie nog steeds afhankelijk is van de bestaande job- en sectorclassificatiesystemen. Het gebruik van die NACEBEL- en ISCO-08-classificatiesystemen om CCI-sectoren en -beroepen te identificeren brengt een aantal nadelen met zich mee (voor een gedetailleerd overzicht in de Belgische context, zie Amez et al., 2013). Het is vooral relevant op te merken dat die classificatiesystemen niet per se alle verschillende activiteiten en sectoren binnen de economie bevatten. Dat is in het bijzonder het geval voor relatief nieuwe economische takken zoals de CCI. Bovendien maken ondernemingen en personen vaak een interne evolutie mee, waardoor hun oorspronkelijke NACEBEL- of ISCO-08-classificatie vaak niet meer up-to-date is. Desondanks is het voordeel dat die systemen Europees geharmoniseerd zijn, en dus vergelijkingen toelaten. Bovendien zullen wegens het CAPI-survey design van de EAK de classificaties meer up-to-date zijn dan de informatie waarover nationale statistiekbureaus beschikken. En, vanuit een meer pragmatisch oogpunt, zijn die classificatiesystemen in realiteit nog steeds de beste manier om mensen en bedrijven in erg grote surveys te kunnen onderverdelen, zoals hier het geval is.

Gegeven de implicaties en besluiten van onze studie, is het logisch te suggereren dat in de toekomst meer gedetailleerd onderzoek naar diversiteit en werkomstandigheden binnen de culturele drietand vereist is. Alhoewel de gebruikte survey naar de arbeidskrachten veel voordelen biedt op het vlak van representativiteit, maakt de brede focus van die dataset ook dat er weinig gedetailleerde indicatoren aanwezig zijn. Een

specifiek opgezette survey, die aan de hand van op maat gemaakte vragenbatterijen de NACEBEL- en ISCO-classificatiesystemen kan vermijden, zou een grote toegevoegde waarde kunnen zijn voor onderzoek naar de culturele drietand. Ten tweede maken de beperkingen van de EAK ook dat we niet dieper kunnen ingaan op de oorzaken van diversiteits- en precariteitsissues. We kunnen in die studie enkel indirect afleiden dat idiosyncratische jobkenmerken en netwerkselectie-effecten mogelijk onze resultaten kunnen verklaren, maar concreet kunnen we dat niet empirisch aantonen. Opnieuw zou een toegewijde dataverzameling hier uitsluitend over kunnen bieden. Tot slot is het belangrijk op te merken dat, ondanks de grootschalige dataverzameling van de EAK, de relevante cases voor die studie binnen de dataset relatief beperkt blijft in absolute aantallen. Meer specifiek wordt, door het opstellen van de culturele drietand, de absolute grootte van de steekproef herleid tot 3.463 cases, met slechts 679 cases in het kleinste kwadrant van creatieve jobs in de creatieve sector. Dat maakt dat we in onze analyses met betrekking tot de diversiteitsindicatoren beperkt waren tot het gebruik van bivariate statistieken, aangezien multivariate analyses onbetrouwbare resultaten opleveren wegens te kleine celfrequenties.

Niettemin hopen we met onze analyses en het innovatieve gebruik van de survey van de arbeidskrachten een eerste stap gezet te hebben naar een beter begrip van sector- versus beroepsverklaringen voor issues met betrekking tot diversiteit en werkomstandigheden in de CCI. Onze resultaten wijzen alvast uit dat meer gedetailleerd onderzoek in die richting aan de orde is.

Bibliografie

- Amez, L., Dobbels, J., Ysebaert, W. & Martens, B. (2013). *Creatieve metropool Brussel. Ontwikkeling van een indicatorenprofiel voor de monitoring van culturele en creatieve sectoren in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest*. VUB departement Research & Development.
- Bain, A. & McLean, H. (2013). The artistic precariat. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6(1), 93-111. <https://doi.org/10.1093/cjres/rss020>.
- Banks, M. (2007). *The politics of cultural work*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. Retrieved from <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=736373>.
- Banks, M. (2010). Craft labour and creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 16(3), 305-321. <https://doi.org/10.1080/10286630903055885>.
- Banks, M. & Hesmondhalgh, D. (2009). Looking for work in creative industries policy. *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), 415-430. <https://doi.org/10.1080/10286630902923323>.
- Banks, M. & O'Connor, J. (2009). After the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), 365-373. <https://doi.org/10.1080/10286630902989027>.
- Boschma, R. & Fritsch, M. (2007). Creative class and regional growth: empirical evidence from eight European countries. Retrieved from <http://www.econstor.eu/handle/10419/25631>.
- Boschma, R. & Fritsch, M. (2009). *Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries* (Vol. 85). <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2009.01048.x>.
- Clifton, N. (2008). The "creative class" in the UK: an initial analysis. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(1), 63-82.

- Conor, B., Gill, R. & Taylor, S. (2015). Gender and creative labour. *The Sociological Review*, 63, 1-22. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12237>.
- Creative skillset. (2012). Employment census of the Creative Media Industries.
- Cunningham, S. (2002). From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications. *Media International Australia*, 102-103.
- Cunningham, S. (2009). Creative industries as a globally contestable policy field. *Chinese Journal of Communication*, 2(1), 13-24. <https://doi.org/10.1080/17544750802638814>.
- Cunningham, S. (2011). Developments in measuring the “creative” workforce. *Cultural Trends*, 20(1), 25-40. <https://doi.org/10.1080/09548963.2011.540810>.
- DCMS. (1998). Creative Industries Mapping Document 1998. Department for Culture Media and Sport.
- DCMS. (2001). Creative Industries Mapping Document 2001. Department for Culture Media and Sport.
- De Voldere, I., Mertens, K., Wautelet, A. & Berckmoes, T. (2011). *De sector van creatieve en culturele bedrijven in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest*. Idea Consult in opdracht van de kamer van de Middenstand van de Economische en Sociale Raad voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.
- Duchêne, V. (2014). *Analyse des liens entre l'industrie wallonne, les services à haute intensité de connaissances et les industries créatives et culturelles, dans une perspective de chaînes de valeur*. Idea consult.
- ESSnet-Culture. (2012). ESSnet-Culture European statistical system network on culture: final report.
- Florida, R.L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, R.L. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge.
- FOD Economie. (n.d.). Enquête naar de arbeidskrachten (EAK). Retrieved September 26, 2017, from <http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/gegevensinzameling/enquetes/eak/>.
- Fritsch, M. & Stuetzer, M. (2009). The geography of creative people in Germany. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(1/2/3), 7. <https://doi.org/10.1504/IJFIP.2009.022096>.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15-29. <https://doi.org/10.1080/10286630500067606>.
- Gill, R. (2002). Cool, creative and egalitarian?: exploring gender in project-based new media work in Europe. *Information, Communication*, 5(1), 70-89.
- Gill, R. & Pratt, A.C. (2008). In the Social Factory?: Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work. *Theory, Culture & Society*, 25(7-8), 1-30. <https://doi.org/10.1177/0263276408097794>.
- Guiette, A., Jacobs, S., Schramme, A. & Vandenbempt, K. (2011). *Creatieve industrieën in Vlaanderen: mapping en bedrijfseconomische analyse: samenvatting*. Antwerpen: Antwerp Management School, Flanders DC.
- Guile, D. (2006). Access, learning and development in the creative and cultural sectors: from ‘creative apprenticeship’ to ‘being apprenticed.’ *Journal of Education and Work*, 19(5), 433-453. <https://doi.org/10.1080/13639080600988715>.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries*. London: SAGE.
- Hesmondhalgh, D. & Baker, S. (2010). *Creative labour: media work in three cultural industries*. Abingdon, Oxon; New York: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. & Pratt, A.C. (2005). Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/10286630500067598>.

- Higgs, P. & Cunningham, S. (2008). Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going? *Creative Industries Journal*, 1(1), 7-30. https://doi.org/10.1386/cij.1.1.7_1.
- Jones, D. & Pringle, J.K. (2015). Unmanageable Inequalities: Sexism in the Film Industry. *The Sociological Review*, 63(1_suppl), 37-49. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12239>.
- Lazzaro, E. & Lowies, J.-G. (2014). *Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles*. Université libre de Bruxelles (Cultural Management).
- Markusen, A. (2006). Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. *Environment and Planning A*, 38(10), 1921-1940. <https://doi.org/10.1068/a38179>.
- Markusen, A., Wassall, G.H., DeNatale, D. & Cohen, R. (2008). Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. *Economic Development Quarterly*, 22(1), 24-45. <https://doi.org/10.1177/0891242407311862>.
- Mauri, C.A., Vlegels, J., Amez, L., Lazzaro, E. & Ysebaert, W. (2017). The Cultural and Creative Economy in the Brussels Capital Region. Brussels: VUB.
- Mcgranahan, D. & Wojan, T. (2007). Recasting the Creative Class to Examine Growth Processes in Rural and Urban Counties. *Regional Studies*, 41(2), 197-216. <https://doi.org/10.1080/00343400600928285>.
- McRobbie, A. (2015). *Be creative: making a living in the new culture industries*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.
- Menger, P.-M. (1999). Artistic Labor Markets and Careers, (25), 541-574.
- Menger, P.-M. (2006). Artistic labor markets: Contingent work, excess supply and occupational risk management. In V.A. Ginsburgh & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume 1*. (pp. 765-811). Burlington: Elsevier. Retrieved from <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=274680>.
- Menger, P.-M. (2009). *Le travail créateur: s'accomplir dans l'incertain*. [Paris]: Gallimard: le Seuil.
- Oakley, K., Laurison, D., O'Brien, D. & Friedman, S. (2017). *Cultural Capital: Arts graduates, spatial inequality, and London's impact on cultural labour markets*.
- O'Brien, D., Laurison, D., Miles, A. & Friedman, S. (2016). Are the creative industries meritocratic? An analysis of the 2014 British Labour Force Survey. *Cultural Trends*, 25(2), 116-131. <https://doi.org/10.1080/09548963.2016.1170943>.
- Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J. & Ormerod, P. (2008). Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 32(3), 167-185. <https://doi.org/10.1007/s10824-008-9066-y>.
- Pratt, A.C. (1997). The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91. *Environment and Planning A*, 29(11), 1953-1974.
- Pratt, A.C. (2004). Mapping the cultural industries: Regionalization; the example of South East England. In D. Power & A.J. Scott (Eds.), *Cultural industries and the production of culture*. London; New York: Routledge.
- Pratt, A.C. (2005). Cultural industries and public policy: An oxymoron? *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 31-44. <https://doi.org/10.1080/10286630500067739>.
- Pratt, A.C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 107-117.
- Schrauwen, J., Demol, M., Van Anandel, W. & Schramme, A. (2014). *Creatieve industrieën in Vlaanderen - update*. Flanders DC en Antwerp Management School.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge, UK; New York: Cambridge University Press.

Abstract

Since the last decade, the cultural and creative industries (CCI) have been in the spotlight of policy makers and researchers. In an era of globalization, economic crisis and socio-political uncertainties, the CCI is often raised as a panacea for a diverse range of social and economic issues, particularly in a metropolitan environment. Followers of this creative fetish (Banks, 2007) see an open, diverse and bohemian sector in the CCI, whose employees are 'cool, creative and egalitarian'. On the other hand, quantitative and qualitative studies have emerged in recent years to show that employees within the CCI often work under precarious circumstances characterized by (self-) exploitation, irregular hours, the necessity to combine different jobs, short-term contracts, etc.. Moreover, there are strong indications that the sector is very unequal in terms of gender, ethnic background, social class, age and accessibility.

However, these studies typically use a sectoral approach and therefore only discuss the creative jobs within the CCI itself, while a large part of the creative workforce is probably employed in other sectors (cf. the creative trident). Indeed, recent studies suggest that the proportion of creative workers in non-creative sectors is increasing in response to the evolving knowledge economy that increasingly needs creative thinkers, regardless of the employment sector.

In this study, therefore, we examine the importance and composition of creative jobs in Belgium, both within and outside the CCI, on the basis of the most recent Survey of the Belgian Workforce. We investigate whether the same working conditions, inequalities and other work logics established within the CCI apply to creative jobs outside the CCI and, finally, how we can explain these differences.

Our results show, in first instance, the importance of using the creative trident for analyzing cultural and creative work. Each quadrant represents a substantial part of the workforce and can therefore not be overlooked. In addition, we show that the relative share of sector versus profession-type explanations for diversity and precarious issues is highly dependent on the subsector. Mainly within the performing arts and fashion sector, problems with working conditions are sector-related, diversity issues then consistently emerge within the fashion and audiovisual sector, regardless of the type of profession. In other sectors, it is mainly the occupational types within the sector that can explain the problems identified; all creative professions score remarkably bad on diversity indicators. Primarily the artistic creative professions are also characterized by inferior working conditions, while the creative professionals perform relatively well in terms of working conditions. Implications are discussed and suggestions for future research are formulated.

Keywords

cultural trident, working conditions, diversity, creativity, survey of the workforce

Bijlagen

Bijlage 1

Subsector	Label	NACE-bel
Podiumkunsten	Beoefening van uitvoerende kunsten door zelfstandig werkende artiesten	90011
	Beoefening van uitvoerende kunsten door artistieke ensembles	90012
	Promotie en organisatie van uitvoerende kunstevenementen	90021
	Ontwerp en bouw van podia	90022
	Gespecialiseerde beeld-, verlichtings- en geluidstechnieken	90023
	Overige ondersteunende activiteiten voor de uitvoerende kunsten	90029
	Scheppende kunsten, m.u.v. ondersteunende diensten	90031
	Ondersteunende activiteiten voor scheppende kunsten	90032
	Exploitatie van schouwburgen, concertzalen en dergelijke	90041
	Exploitatie van culturele centra en multifunctionele zalen ten behoeve van culturele activiteiten	90042
Bibliotheken, openbare archieven, musea en erfgoedbeheer	Bibliotheken, mediatheken en ludotheken	91011
	Openbare archieven	91012
	Musea	91020
	Exploitatie van monumenten en dergelijke toeristenattracties	91030
Fotografie	Activiteiten van fotografen, met uitzondering van persfotografen	74201
	Activiteiten van persfotografen	74202
	Overige fotografische activiteiten	74209
Detailhandel in kunstvoorwerpen en antiquiteiten	Detailhandel in nieuwe kunstvoorwerpen in gespecialiseerde winkels	47787
	Detailhandel in antiquiteiten in winkels	47791
Audiovisuele sector	Productie van bioscoopfilms	59111
	Productie van televisiefilms	59112
	Productie van films, m.u.v. bioscoop- en televisiefilms	59113
	Productie van televisieprogramma's	59114
	Activiteiten in verband met films en video- en televisieprogramma's na de productie	59120
	Distributie van films en video- en televisieprogramma's	59130
	Vertoning van films	59140

Subsector	Label	NACE-bel
	Programmeren en uitzenden van televisieprogramma's	60200
	Maken van geluidsopnamen	59201
	Geluidsopnamestudio's	59202
	Uitgeverijen van muziekopnamen	59203
	Overige diensten in verband met het maken van geluidsopnamen	59209
	Reproductie van opgenomen media	18200
	Groothandel in opgenomen beeld- en geluidsdragers	46432
	Detailhandel in audio- en video-opnamen in gespecialiseerde winkels	47630
	Verhuur van videobanden, dvd's en cd's	77220
	Uitzenden van radioprogramma's	60100
Pers en geschreven media	Uitgeverijen van boeken	58110
	Uitgeverijen van adresboeken en mailinglijsten	58120
	Uitgeverijen van kranten	58130
	Uitgeverijen van tijdschriften	58140
	Overige uitgeverijen	58190
	Prepress- en premediadiensten	18130
	Persagentschappen	63910
	Krantendrukkerijen	18110
	Overige drukkerijen	18120
	Binderijen en aanverwante diensten	18140
	Groothandel in kranten, boeken en tijdschriften	46491
	Detailhandel in kranten en kantoorbehoeften in gespecialiseerde winkels	47620
Mode	Vervaardiging van kleding van leer	14110
	Vervaardiging van werkkleding	14120
	Vervaardiging van andere bovenkleding	14130
	Vervaardiging van onderkleding	14140
	Vervaardiging van hoeden en petten	14191
	Vervaardiging van andere kleding en toebehoren, n.e.g.	14199
	Vervaardiging van artikelen van bont	14200
	Vervaardiging van gebreide en gehaakte kousen en sokken	14310
	Vervaardiging van andere gebreide en gehaakte kleding	14310
	Vervaardiging van kleding van leer	14390
	Vervaardiging van schoeisel	15200

Subsector	Label	NACE-bel
	Handelsbemiddeling in textiel, kleding, bont, schoeisel en lederwaren	46160
	Groothandel in werkkleding	46421
	Groothandel in onderkleding	46422
	Groothandel in kleding, met uitzondering van werk- en onderkleding	46423
	Groothandel in kledingaccessoires	46424
	Groothandel in schoeisel	46425
	Detailhandel in damesbovenkleding in gespecialiseerde winkels	47711
	Detailhandel in herenbovenkleding in gespecialiseerde winkels	47712
	Detailhandel in baby- en kinderbovenkleding in gespecialiseerde winkels	47713
	Detailhandel in onderkleding, lingerie en strand- en badkleding in gespecialiseerde winkels	47714
	Detailhandel in kledingaccessoires in gespecialiseerde winkels	47715
	Detailhandel in dames-, heren-, baby- en kinderboven- en onderkleding en kledingaccessoires in gespecialiseerde winkels (algemeen assortiment)	47716
	Detailhandel in schoeisel in gespecialiseerde winkels	47721
	Markt- en straathandel in textiel, kleding en schoeisel	47820
	Verhuur en lease van textiel, kleding, sieraden en schoeisel	77294
Reclame en publiciteit	Reclamebureaus	73110
	Mediarepresentatie	73120
Architectuur	Bouwarchitecten	71111
	Interieurarchitecten	71112
	Stedebouwkundige en tuin- en landschapsarchitecten	71113
Design	Ontwerpen van textielpatronen, kleding, juwelen, meubels en decoratieartikelen	74101
	Activiteiten van industriële designers	74102
	Activiteiten van grafische designers	74103
	Activiteiten van interieurdecorateurs	74104
	Activiteiten van decorateur-etagisten	74105
	Overige activiteiten van gespecialiseerde designers	74109

Bijlage 2

Beroep	Label	ISCO
Artistieke creatie	Visual artists	2651
	Musicians, singers and composers	2652
	Dancers and choreographers	2653
	Film, stage and related directors and producers	2654
	Actors	2655
	Creative and performing artists not elsewhere classified	2659
	Authors and related writers	2641
	Journalists	2642
	Announcers on radio, television and other media	2656
	Photographers	3431
	Other artistic and cultural associate professionals	3435
Kunstpreservatie, disseminatie en management	Archivists and curators	2621
	Librarians and related information professionals	2622
	Gallery, museum and library technicians	3433
	Other music teachers	2354
	Other arts teachers	2355
	Professional services managers not elsewhere classified	1349
	Sports, recreation and cultural centre managers	1431
Ambachten en mode professionals	Precision-instrument makers and repairers	7311
	Musical instrument makers and tuners	7312
	Jewellery and precious-metal workers	7313
	Potters and related workers	7314
	Glass makers, cutters, grinders and finishers	7315
	Sign writers, decorative painters, engravers and etchers	7316
	Handicraft workers in wood, basketry and related materials	7317
	Handicraft workers in textile, leather and related materials	7318
	Handicraft workers not elsewhere classified	7319
	Tailors, dressmakers, furriers and hatters	7531
	Garment and related pattern-makers and cutters	7532
Sewing, embroidery and related workers	7533	
Upholsterers and related workers	7534	

Beroep	Label	ISCO
Creatieve profes- sionals	Pelt dressers, tanners and fellmongers	7535
	Cabinet-makers and related workers	7522
	Craft and related workers not elsewhere classified	7549
	Shoemakers and related workers	7536
	Advertising and marketing professionals	2431
	Systems analysts	2511
	Software developers	2512
	Web and multimedia developers	2513
	Applications programmers	2514
	Software and applications developers and analysts not elsewhere classified	2519
	Building architects	2161
	Landscape architects	2162
	Product and garment designers	2163
	Town and traffic planners	2164
	Cartographers and surveyors	2165
	Graphic and multimedia designers	2166
	Interior designers and decorators	3432
	Draughtspersons	3118
	Advertising and public relations managers	1222