

Het publiek over openbare stadskunst

CASUS Dirk de Bekker & Martin Zebracki

Kunstwerken op onze weg door de stad hebben de potentie om de manier waarop we de stedelijke openbare ruimte beleven sterk te beïnvloeden. Vaak blijken intenties bij het creëren van kunst in de openbare ruimte echter mank te gaan aan de ervaringen van het publiek, oftewel de ‘consument’.

Het beschikbaar stellen van publiek geld voor kunst en cultuur staat in toenemende mate ter discussie. Zo ook voor kunst in de openbare ruimte. Veel organisaties die zich inzetten voor kunst in de stedelijke openbare ruimte hebben de afgelopen jaren het onderspit moeten delven in de zoektocht naar financiële middelen. In een dergelijk klimaat lijkt het zinvol om de ervaringen van degenen voor wie kunst in de openbare ruimte in de eerste plaats is bedoeld, namelijk het publiek dat zich in de alledaagse openbare ruimte manifesteert, goed in beeld te brengen.

Er is een kloof tussen de producenten en consumenten van kunst in de openbare ruimte

Terwijl in het cultuurbeleid en de praktijk van de publieke kunst beweringen over de politieke, economische, sociale, esthetische en cultureel-symbolische functies van publieke kunst ons om de oren vliegen, is er doorgaans weinig onderbouwing voor deze claims. Beleidsmakers, kunstenaars, landschapsarchitecten en alle andere partijen die verantwoordelijk zijn voor de productie van publieke kunst baseren zich op claims die niet altijd stroken met – of zijn ‘gemeten’ aan – de ervaringen van de aanschouwer of ‘consument’ van diezelfde kunst. Er is dus sprake van een kloof tussen de zogenaamde producenten en

consumenten van kunst in de openbare ruimte. De vraag die opdoemt is hoe die productie-consumptiekloof er precies uitziet. Wat is de relatie tussen publieke kunst, de openbare ruimte en de aanschouwer die de producenten voor ogen hebben? En hoe verhoudt deze zich tot de eigenlijke ervaringen van de aanschouwers?

Dit artikel baseert zich op de resultaten van een onderzoek naar openbare kunst in de stad Den Bosch. Als hoofdstad van de provincie Noord-Brabant heeft Den Bosch een zeer ambitieus kunst- en cultuurbeleid. Onlangs heeft de stad – zonder succes – meegedongen naar de titel Culturele Hoofdstad van Europa. Bovendien staat het Jeroen Bosch-jaar voor de deur: in 2016 herinnert de stad de vijfhonderdjarige dood van haar beroemdste inwoner. De schilder Jeroen Bosch is een onmisbaar symbool voor Den Bosch. De stad wil zich dan ook graag via het Jeroen Bosch-jaar sterker op de nationale en internationale culturele erfgoedkaart zetten. Of de ambitieuze doelen van de stad ook doorsijpelen in haar openbare kunst is een tweede vraag die middels uitgebreid empirisch, kwantitatief-kwalitatief onderzoek is beantwoord, te weten via enquêtes, diepte-interviews, discoursanalyse en observaties ter plaatse in het voorjaar van 2013.

Veel pretenties, weinig middelen

Lokale overheden spelen een belangrijke rol bij de productie van kunst in de openbare ruimte. Dit gebeurt doorgaans in een uitgebreid samenwerkingsverband van instanties als woningbouwverenigingen, bewonerscomités en (semi-)publieke kunstorganisaties en -fondsen. Een discoursanalyse van de claims die de gemeente Den Bosch met betrekking tot openbare kunst tentoonspreidt, leert ons dat haar enthousiasme niet bepaald strookt met het toegepast beleid en feitelijk beschikbare budget voor openbare kunst. Dit verhaal is herkenbaar in veel Nederlandse, Belgische en in zijn algemeenheid West-Europese steden. Toch is deze bevinding enigszins verrassend, aangezien de cultuurnota van Den Bosch, waarin de grote lijnen van het kunst- en cultuurbeleid zijn uitgestippeld, de lat zeer hoog legt.

Met een combinatie van historisch erfgoed, waarbij het thema Jeroen Bosch centraal staat, en eigentijdse kunst en cultuur, wil de stad zich internationaal profileren. Wat betreft openbare kunst in het bijzonder wordt de ontwikkeling van kunst in wijken als zeer belangrijk of zelfs als een noodzakelijke voorwaarde ervaren, terwijl ook de ambitie bestaat om juist museale beeldende kunst verder te ontwikkelen. Het is dus op zijn minst opmerkelijk te noemen dat een stad als deze, die zichzelf uitdrukkelijk profileert als dé cultuurstad van Zuid-Nederland, nauwelijks beleidsbudget beschikbaar stelt voor openbare kunst. Interviews met gemeentelijke beleidsmedewerkers maken duidelijk dat budget voor openbare kunst uit verschillende potjes moet worden bijeengeschrapt: een apart, coherent budget is simpelweg niet aanwezig.

Ondanks het gebrek aan budget, blijken er wel degelijk veel initiatieven te bestaan voor de implementatie van openbare kunst in Den Bosch. Deze initiatieven ontstaan vooral vanuit de stadsbewoners en private instellingen. Dit laatste grijpt de gemeente dan ook gretig aan als excuus voor het gebrek aan publiek kunstbeleid: klaarblijkelijk wordt een vastomlijnd en gewichtig beleid voor publieke kunst niet als noodzaak beschouwd. Dat gaat echter niet ongemerkt voorbij aan kunstenaars in Den Bosch, die zich beklagen over een gebrek aan financiële middelen

en de, naar verluidt, onkunde bij de gemeente in het ten uitvoer brengen van de hoog gegrepen plannen. Paradoxaal genoeg bestaat er onder de kunstenaars weerstand tegen uitgebreide beleidsstructuren die het kunstklimaat in de stad zouden moeten sturen. Dit zou volgens hen de spontaniteit en een bottom-upbenadering van publieke kunst in de weg staan.

Openbare kunst in Den Bosch

In dit onderzoek concentreren we ons specifiek op twee kunstwerken in Den Bosch: het Jeroen Bosch-standbeeld en De Vier Seizoenen, een door een wijk verspreid vierluik van foto's en tekeningen op dibond (panelen met externe duurzame aluminiumlagen). Deze twee werken zijn typisch voor respectievelijk vlaggenschipkunst en gemeenschapskunst. Met vlaggenschipkunst wordt getracht een plek te promoten aan de buitenwereld. 'Image building' neemt hier dus een zeer belangrijke rol in, waarbij veelal economische en cultureel-symbolische claims centraal staan. Bij gemeenschapskunst zijn de doelen van het publieke kunstwerk vaak primair van sociale aard. Denk aan het gezamenlijk opknappen van een wijk en het creëren van meer sociale cohesie, dat wil zeggen, intensievere sociale contacten tussen bewoners.

Het Jeroen Bosch-standbeeld, dat fier de markt overziet vanaf zijn sokkel, is een sterk voorbeeld van een prestigieus kunstobject in de openbare ruimte van Den Bosch. De stad gebruikt de schilder Jeroen Bosch – volgens sommige inwoners tot in den treure – als actief reclamemiddel voor de stad. In 2009 werd het Jeroen Bosch-standbeeld na een grondige renovatie en een complete herinrichting van het marktplein op zijn huidige locatie geplaatst. Volgens de gemeente is deze specifieke locatie op het marktplein dé uitgerekende plek voor het Jeroen Bosch-standbeeld. Dit hoofdsymbool zou nu vanaf een centrale plek uitkijken over de hele markt. Daarbij is het niet onbelangrijk dat het beeld staat voor het vermoedelijke geboortehuis van de schilder.

Het gemeenschapskunstwerk De Vier Seizoenen – dat zich ten tijde van het onderzoek bevond in de laatste fase van ontwikkeling – is gelegen in de Bossche wijk Rivierenplein, een zogenaamde 'preventiewijk'. Een actieve wijkaanpak door onder meer de politie, de woningbouwcorporatie, het wijkcomité en de gemeente zou ervoor moeten zorgen dat Rivierenplein niet in structurele sociale problemen vervalt. Het kunstproject De Vier Seizoenen kan worden gezien als onderdeel van deze wijkaanpak. De betrokkenheid van de wijk bij dit project zou een sociaal bindende werking moeten hebben.



Het Jeroen Bosch-standbeeld, een vlaggenschipkunstwerk op het marktplein in Den Bosch. Foto: Dirk de Bekker

Stem van de producent

In het propageren van openbare kunst lijkt de gemeente zich vooral te baseren op de aangenomen economische, sociale en cultureel-symbolische functies van deze kunst. Openbare kunst wordt geassocieerd met grotere processen van stedelijke regeneratie, het aantrekken van meer stadsbezoekers, en het creëren van een collectieve identiteit voor de stad. In het geval van het Jeroen Bosch-standbeeld ligt de nadruk op de veronderstelde iconische waarde van dit beeld en de rol daarvan bij het adverteren van de stad. Bovendien wordt dit kunstwerk beschouwd als een historisch symbool dat de inwoners van de stad met elkaar verbindt.

In het geval van gemeenschapskunst in haar algemeenheid – en in meer specifieke zin het project De Vier Seizoenen – klinkt vooral door dat kunst zou bijdragen aan het bouwen van een gezamenlijke identiteit, het creëren van een maatschappelijk ankerpunt, en het dichterbij brengen van kunst naar de wijkbewoners. De verantwoordelijke kunstenares voor De Vier Seizoenen, Rieneke de Vries, is bescheidener in haar claims. Aangezien het haar taak is om in nauw overleg met de wijkbewoners een kunstwerk tot stand te brengen, vindt ze het belangrijk om haar doelen af te stemmen op die van de bewoners. Ze gaat vooral uit van een sociale en esthetische wisselwerking in gemeenschapskunst. De kunstenares gelooft dat kunst in de openbare ruimte een educatieve en identiteitscheppende kracht belichaamt. Deze dient volgens haar niet te worden overdreven, maar ze erkent tegelijkertijd wel dat publieke kunst een positieve uitwerking kan hebben op de belevingswereld van mensen in de gebouwde omgeving.

Peiling van publieke perceptie

Hoe verhouden de beweringen en doelen van de publieke kunstproducenten zich tot de belevingen van de aanschouwers? In hoeverre zijn die claims dus houdbaar? Ter illustratie: weten alle bezichtigers van het Jeroen Bosch-standbeeld eigenlijk wel wie die man op de sokkel moet voorstellen? Op wat voor manier plaatst de aanschouwer het kunstwerk in een historisch en sociaalruimtelijk kader? En hoe laat zich dat rijmen met de veronderstelde functies van kunst volgens degenen die haar in het leven roepen? Hierbij rijst tevens de vraag of er in dit opzicht verschillen te bespeuren zijn tussen het Jeroen Bosch-vlaggen-schipkunstwerk en het gemeenschapskunstwerk De Vier Seizoenen.

In dit onderzoek is de beleving van de aanschouwer uitgesplitst naar de volgende aspecten: familiariteit, geschiktheid, sociabiliteit, betekenisvorming en educatie. De eerste drie aspecten bekijken respectievelijk de bekendheid van de respondent met het kunstwerk en de ruimte eromheen; de gewaardeerde toepasselijkheid van het kunstwerk bij de locatie en andersom; en de representatie en het gebruik van het kunstwerk en de plek als afspreekpunt. Betekenisvorming peilt in hoeverre de respondent een betekenis aan het kunstobject weet te ontleen en het ziet als stedelijk herkenningspunt. Educatie, tot slot, relateert de beleving van de publieke kunst aan de mate waarin de respondent zichzelf beschouwt als cultureel ontwikkeld, waarbij het opleidingsniveau ook een rol speelt. Bij het Jeroen Bosch-standbeeld zijn willekeurig benaderde passanten ondervraagd middels een uitgebreide vragenlijst. Voor De Vier Seizoenen zijn de deelnemers van tevoren gericht benaderd voor het afnemen van een diepte-interview.



De Vier Seizoenen, een gemeenschapskunstproject in de Bossche wijk Rivierenplein. Foto: Dirk de Bekker

Een grondige analyse van de verzamelde data geeft inzicht in de mate waarin de onderzochte aspecten van kunstbeleving verband houden met de waardering van het kunstwerk en de locatie. Met open vragen is bekeken in wat voor zin, en in relatie tot welke geografische schaalniveaus, de aanschouwers het kunstobject en de omliggende ruimte weten te liëren. Daarbij is de hamvraag wat voor tijdruimtelijke perceptie de respondent vertoont in de beleving van het kunstobject en

zijn plek. Dit kan bijvoorbeeld variëren van puur fysiek-esthetische beschrijvingen, waarbij alleen uiterlijke kenmerken als kleur en grootte van het beschouwde object aan bod komen, tot interpretaties die de symbolische waarde van het kunstwerk in ogenschouw nemen. In het laatste geval plaatsen respondenten het werk in een breder sociaalruimtelijk perspectief en schrijven daarbij ook specifieke betekenissen toe aan de plek en stad.

Stem van de aanschouwer

De empirische analyse van de publieke perceptie levert een aantal interessante inzichten op. Ten eerste weet van alle 46 deelnemers aan het onderzoek naar het Jeroen Bosch-kunstwerk maar liefst 85 procent wie de figuur op de sokkel voorstelt. Er mag voorzichtig worden gesteld dat Jeroen Bosch een effectief symbool lijkt te zijn voor de Bossche 'image building'. Bovendien bestaat een positieve relatie tussen familiariteit en zowel betekenisvorming als geschiktheid. Met andere woorden: hoe bekender iemand is met het Jeroen Bosch-kunstwerk en het plein, des te meer betekenis deze persoon ziet in dit kunstwerk en de ruimte eromheen. Bovendien vindt de persoon het beeld en de plek in zo'n geval beter bij elkaar passen.

Veel 'consumenten' zien de openbare kunst slechts in een fysiek-esthetisch perspectief

Ook valt op dat de mate van zowel betekenisvorming als educatie in geringe mate samenhangt met de waardering van het kunstwerk en het plein. Betekenisvorming blijkt bovendien niet te worden beïnvloed door het opleidingsniveau van de respondenten. Wel is het zo dat de participanten die zichzelf als meer cultureel ontwikkeld beschouwen meer betekenis weten toe te kennen aan het kunstobject en de plek, en tevens meer waardering kunnen uitspreken voor hoe het beeld en zijn omliggende ruimte op elkaar aansluiten.

Bij het gemeenschapskunstproject De Vier Seizoenen zijn de verantwoordelijke kunstenaars, drie leden van het wijkcomité en drie bewoners van de buurt grondig geïnterviewd. Wat opvalt is dat noch de bewoners noch de wijkcomitéleden een verbinding leggen tussen de gemeentelijke sociale doelen van gemeenschapskunst en het daadwerkelijk ontwikkelde project in hun wijk. Hoewel alle deelnemers aan het onderzoek wijzen op de problemen waarmee de wijk te kampen heeft, zoals drank- en drugsmisbruik, vandalisme en brandstichting, wordt er geen link gelegd tussen het kunstproject en de aanpak van die sociale problemen. Desgevraagd zeggen de bewoners niet te zien hoe een kunstproject 'iets' zou kunnen doen aan de betreffende problematiek. Het enige doel dat in hun ogen duidelijk naar voren treedt, is het 'opfleuren' van de buurt.

Volgens de kunstenaars Rieneke de Vries hoeft de sociale dimensie van een publiek kunstproject niet bewust bij de bewoners aanwezig te zijn. Dat bewoners niet direct de bredere doelen van een kunstproject

inzien, hoeft niet per se te betekenen dat die geheel afwezig zijn. De kunstenaar staat vrij sceptisch tegenover de sociale doelen die gemeenten en instanties als woningbouwverenigingen koesteren bij de ontwikkeling van gemeenschapskunst. Het koste wat kost een samenbindend effect creëren kan volgens haar juist tegendraads werken.

Kunst dicht bij de mensen

Al met al plaatst een aanzienlijk deel van de 'consumenten' de openbare kunst slechts in een fysiek-esthetisch perspectief. Vooral de uiterlijke kenmerken van de kunst en de plek worden beschreven, zonder dat er duidelijke verbindingen worden gelegd tussen het kunstobject en de plek, laat staan tussen de kunst en de sociaalruimtelijke realiteit en historie van andere plekken. De zogenaamde productie-consumptiekloof is het grootst bij het bestudeerde gemeenschapskunstproject De Vier Seizoenen. Hierbij praten bewoners voornamelijk over de eigenschappen van het kunstwerk an sich, terwijl de gemeente veeleer zaken als overlastreductie en het creëren van identiteit benadrukt. De ondervraagden bij het Jeroen Bosch-standbeeld geven daarentegen doorgaans een meer relatieve interpretatie van hun sociaalruimtelijke beleving van dit kunstwerk en zijn plek. Ze refereren bijvoorbeeld aan de geschiedenis van de stad en kunstwerken in andere steden, en ze snijden aan wat het kunstwerk voor de bewoners van de stad betekent. De respondenten geven bij dit kunstwerk dus een bredere invulling aan de openbare kunstruimte.

Wij nemen aan dat onze casestudy tekenend is voor tendensen op het gebied van publieke kunst in legio andere Nederlandse steden. Net als Den Bosch blazen andere gemeenten hoog van de toren over hun kunst in de openbare ruimte, ook in tijden van crisis, maar voegen niet de daad bij het woord wanneer wezenlijk wordt gevraagd om doeltreffende zorg, ontwikkeling en financiering van publieke kunst. Den Bosch stelt zichzelf als doel om kunst dicht bij de mensen te brengen. Hiervoor zou een benadering waarbij ook metterdaad en ongeveinsd naar de stem van het publiek wordt geluisterd, op zijn plaats zijn.

Dirk de Bekker (dirkdebekker@planet.nl) is student Political Thought and Intellectual History aan de University of Cambridge. Martin Zebracki (m.m.zebracki@leeds.co.uk) is docent-onderzoeker in Critical Human Geography aan de University of Leeds.

Literatuurselectie

- Cartiere, C., & S. Willis (Eds.) (2008) *The Practice of Public Art*. New York: Routledge.
- Lacy, S. (Ed.) (1995) *Mapping the Terrain: New Genre Public Art*. Seattle: Bay Press.
- Pollock, V. & R. Paddison (2010) *Embedding Public Art: Practice, Policy and Problems*. *Journal of Urban Design* 15(3), pp. 335–356.
- Selwood, S. (1995) *The Benefits of Public Art: The Polemics of Permanent Art in Public Places*. London: Policy Studies Institute.
- Zebracki, M. (2012) *Public Artopia: Art in Public Space in Question*. Amsterdam: Pallas Publications/Amsterdam University Press.