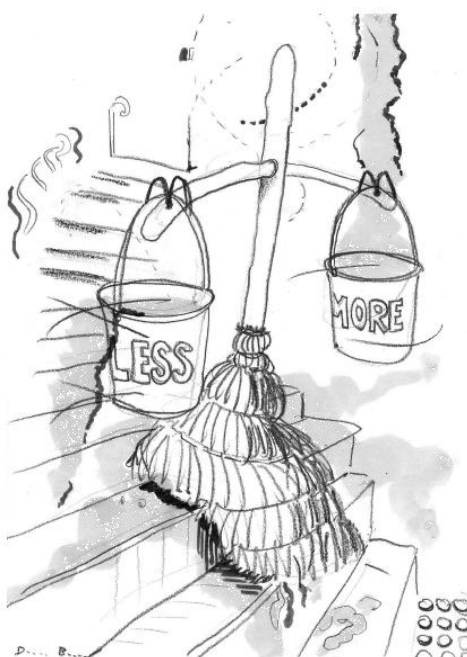


ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM

FACULTEIT DER HISTORISCHE- EN KUNSTWETENSCHAPPEN

OP ZOEK NAAR HET PUBLIEK



David Bade tekent u onder tafel (2010)

NAAR EEN CLASSIFICATIE VAN DE POSITIE VAN HET PUBLIEK IN HET VELD VAN DE GEËNGAGEERDE KUNST

MASTER THESIS KCW

BEGELEIDER PROF. DR. A.M. BEVERS

TWEDE LEZER: DR. C.J.M. VAN EIJK

E-MAILADRES:

VEERLE ROEYEN

STUDENTNUMMER 122363

14 AUGUSTUS 2011

VEERLE.ELISABETH@GMAIL.COM

Voorwoord

We zijn het allemaal; publiek. U kijkt, u reflecteert, u oordeelt en misschien bent u wel een actieve deelnemer. Het publiek is een groep die binnen de kunst en cultuur al vele malen onderzocht werd, aantallen, samenstelling, interesses; getallen die inzicht kunnen geven in de wijze waarop het publiek zijn vrije tijd doorbrengt. De relatie die de kunst met zijn publiek heeft blijkt een ander verhaal. Een relatie die door de tijd heen verandert. Op dit moment staat het publiek volop in de belangstelling van de kunsten zelf. Kunstenaars engageren zich, ze betrekken het publiek bij het maken van kunst. Betekent dit dat zij een nieuwe relatie aangaan met het publiek? En hoe wordt die dan vormgegeven? Deze vragen en uitvoerige gesprekken met Ton Bevers, brachten mij op het onderwerp voor deze masterthesis. Er wordt veel geschreven over het engagement in de kunst en de hernieuwende aandacht van de kunsten voor het publiek, maar wat die relatie precies inhoud en hoe die vorm gegeven wordt blijft daarbij achter. Deze masterthesis gaat dan ook niet over aantallen, maar over de relatie tussen kunstenaar en publiek. Niet het aantal deelnemers is van belang, maar de manier ze deelnemen.

Maar eerst wil ik mijn begeleider Ton Bevers bedanken voor zijn inspiratie en vakkennis. Maar vooral voor zijn sturende invloed om binnen de grenzen van het onderzoek te blijven. Niet altijd een gemakkelijke opgave.

Dank ook aan de mensen om me heen, voor hun geduld tijdens de eindeloze gesprekken over de positie van het publiek. Jack, dank je wel voor je vertrouwen in en je steun aan dit project, hoewel iets meer tijd en ruimte ook welkom geweest zouden zijn. En *last but NOT least*; Silke, dank je wel voor je geduld. Je hebt het volgehouden. Nu is het weer tijd voor jou.

Inhoudsopgave

I.	Inleiding	1
II	Theoretisch kader	5
	2.1 Het historisch perspectief	5
	2.2 De structuur van waardering in de kunstwereld	9
	2.3 De verandering in de waardering van kunst in historische context	11
	2.4 De positie van het publiek	15
	2.5 Het onderzoeksmodel	18
III.	Data en methode	26
IV.	Project analyse	31
	4.1. Erik van Lieshout	31
	4.1.1. Hart zonder Hart/ <i>Commision</i>	34
	4.1.2. De Mobiele Snoezel/ <i>Happiness</i>	40
	4.2. David Bade	45
	4.2.1. <i>Hang Out – Sit Down/Open Air Fitness Honk</i>	48
	4.2.2. 20x20 = vet	52
	4.3. Jeanne van Heeswijk	55
	4.3.1. De Strip	58
	4.3.2. <i>Works, Typologies and Capacities</i>	63
	4.4. Aernout Mik	65
	4.4.1. Video installaties	68
	4.4.2. AAP	73
	4.5. Jonas Staal	76
	4.5.1. Autobom I & II/ <i>Bomb Wreck</i>	80
	4.5.2. <i>Replaced Street Signs</i>	86
	4.6. Yvonne Dröge Wendel & Lino Hellings	89
	4.6.1. De Coupé	93
V.	Grafische presentatie projectanalyse	97
VI	Conclusie	109
	Literatuur	114
	Internetbronnen	117
	Bijlage I	118
	Bijlage II	125

I. Inleiding

Rutger Pontzen publiceerde in 2000 *Nice! Over nieuw engagement in de kunst*, waarin hij de opkomst van het ‘nieuwe’ engagement beschreef als een antwoord op de uit de gratie geraakte grote modernistische ideologieën in de beeldende kunst sinds de jaren negentig. Daarvoor in de plaats zag hij kleine, internationale groepen kunstenaars die in hun werk getuigden van een humanistisch en op mensenmaat gesneden engagement. Sinds deze vaststelling, nu meer dan tien jaar geleden lijkt het thema engagement inderdaad de nieuwe norm. Het is een veel besproken en bediscussieerd onderwerp in de kunstwereld. De veelheid aan publicaties en debatten maken duidelijk dat het niet gemakkelijk is om tot een definitie te komen wat dit ‘nieuwe’ engagement nu eigenlijk inhoudt. Er kan slechts vastgesteld worden dat het aanwezig is, de enige conclusie die uit een debat over het thema op de Vrije Academie Den Haag in april 2009 getrokken kon worden. De positie van geëngageerde kunst is (nog steeds) problematisch. Het probleem ligt, kort samengevat, in de vraag naar een inhoudelijke definitie van geëngageerde kunst. Engagement kan en wordt op vele manieren getoond, waardoor het onduidelijk is waarmee de kunstenaars zich precies engageren. Dat ze betrokken zijn is duidelijk, alleen de aard van hun betrokkenheid blijft moeilijk te definiëren. Eén van de redenen waarom dit zo moeilijk te definiëren is, stelt Sandra Trienekens in haar onderzoek *‘Kunst en sociaal engagement’* (2006), is dat de term ‘engagement’ als een containerbegrip functioneert, een brede verzameling van kunstuitingen samengebracht onder één noemer. Zo introduceerde de curator Nicolas Bourriaud, de oprichter van het museum voor hedendaagse kunst *Palais de Tokyo* in Parijs, in de jaren negentig de term *Relational Art*, waarmee hij een nieuw soort engagement lanceerde in de kunst. Kunst die over ontmoetingen gaat, relaties en menselijke interacties. Jonge kunstenaars die in hun werk relaties met het dagelijkse leven aangaan. Bourriaud maakte daarmee de term ‘relationele esthetiek’ tot het sleutelbegrip van de jaren negentig. In plaats van een autonoom werk te maken richtte de ‘relationele kunstenaar’ zich tot het publiek dat door deelname, een collectieve actie, het kunstwerk ervaart. In Nederland kwam de ‘relationele esthetiek’ tot uiting in het werk van Jeanne van Heeswijk, een kunstenaar die in een tijd van toenemend individualisme via kunst ontmoetingsruimtes wil creëren waarbij het participerende publiek een belangrijke rol speelt. De cultuurfilosoof René Boomkens

beschreef de opeenvolgende stadia en de vele gezichten van engagement in *Engagement na de vooruitgang* (2003) en vatte de betrokkenheid van zowel kunstenaars als publiek bij universele thema's samen onder de term 'nieuwe serieuheid'. Hij stelde vast dat 'het culturele klimaat is omgeslagen van postmodern relativisme en artistieke navelstaarderij naar uiteenlopende kunstuitingen die zichzelf presenteren als een statement' (2003:11). De Amerikaanse kunstcriticus Claire Bisshop bestempelde engagement als een vorm van '*Togetherness*' (2004: 51-79). Hagoort noemde het in 2005 'ontmoetingskunst' en de term *Community Art* of 'gemeenschapskunst' is al lang geen onbekend begrip meer. Wat al deze verschillende geëngageerde kunstuitingen bindt is eenzelfde uitgangspunt: een interactie of ontmoeting tussen kunstenaars en het publiek. Afhankelijk van de persoonlijke accenten die de kunstenaar in zijn werk legt, kan de actieve rol van het publiek bij het tot stand komen van het kunstwerk zeer groot zijn of juist volledig ontbreken. De mate en de aard van de betrokkenheid van het publiek in relatie tot het werk van de kunstenaar zijn dus afhankelijk van de intenties van de kunstenaar. Dit maakt een aantal varianten zichtbaar die de verschillende vormen van betrokkenheid in relatie tot de doelstelling van de kunstenaar uitdrukken. Schematisch weergegeven, op basis van de twee variabelen, de betrokkenheid van het publiek en de doelstelling van de kunstenaar, resulteert dit in een model met vier segmenten die elk een andere verhouding tussen de beide variabelen laten zien. De segmenten geven de vier hoofdtypes weer die de variatie in betrokkenheid weergeven. De hoeveelheid en diversiteit in uitingvormen binnen de geëngageerde kunstprojecten kunnen op deze manier van elkaar onderscheiden worden.

Dat er behoefte is aan een inzicht waar dit 'nieuwe' engagement nu precies om gaat is duidelijk. De kunstcriticus Merlijn Schoonenboom plaatste al de nodige vraagtekens bij dit 'nieuwe' engagement in de kunst. 'Opeens rolde het woord engagement van de tong zoals het in Nederland lang niet heeft gerold', zo schreef hij ironisch in *Kunst en engagement* (Boekman 64. 2005:7). Hij vroeg zich af of er sprake was van een daadwerkelijke toename van engagement of dat: 'de interesse voor geëngageerde kunst in feite iets geheel anders toont' (2005:7). En dat is een interessante vraag. Juist omdat het inhoudelijk onduidelijk is wat het engagement precies betekent, lijkt elke invulling ervan binnen het predicaat 'geëngageerd' te passen. Hierdoor wordt definiëring een bijna onmogelijke opgave en blijft het een complex thema. Volgens Boomkens gaat het dan ook niet zozeer om de inhoudelijke

betekenis van engagement. ‘Het gaat om het versterken en in gang zetten van een latent gevoel van betrokkenheid dat kan leiden tot een artistieke daad van het individu, een daad die door het publiek kan uitgroeien tot een collectieve geëngageerde actie’(2003:16).

In de discussie over het engagement is de maatschappelijke verantwoordelijkheid die de kunstenaar zou moeten of zou kunnen innemen een steeds terugkerend thema. ‘De kunstenaar moest van zich laten horen, klonk het, de actualiteit bood toch aanleiding genoeg?’ (Schoonenboom. 2005:7). Hierbij ligt dan met name de autonomie van de kunsten zwaar onder vuur vanwege de daarbij horende vervreemding van het publiek. Toch ontbreekt er in de vele discussies die over engagement gevoerd worden binnen de kunstwereld een belangrijk thema: de rol van het publiek. De discussie richt zich vooral op de vorm en de invulling van het engagement door de kunstenaar, terwijl er opmerkelijk weinig aandacht is voor de positie die het publiek daarin inneemt. Het lijkt erop dat het publiek binnen de geëngageerde kunst een andere rol inneemt, die kan variëren van toeschouwer tot actieve deelnemer of zelfs een rol waarbij het publiek een onderdeel van het kunstwerk zelf wordt. Een werkelijk centrale rol speelt het in de kunstwerken die zonder de actieve betrokkenheid van het publiek niet tot stand kunnen komen. Maar ook bij een op het eerste gezicht centrale positie van het publiek is het verre van duidelijk wat nu precies de positie van het publiek is in de geëngageerde kunst. Is daarmee de kritiek van Merlijn Schoonenboom terecht; dat er meer schuil gaat achter de interesse voor geëngageerde kunst? Is het engagement enkel een nieuwe bron van inspiratie voor de kunstenaar, waarbij het publiek slechts een instrumentele rol heeft. Of wil de kunstenaar daadwerkelijk zijn betrokkenheid met sociale kwesties tot uitdrukking brengen en zo zijn kunst maatschappelijke relevantie verlenen? Mag men stellen dat de kunst daadwerkelijk zijn autonome positie inruilt door weer een relatie met het publiek aan te gaan?

Het antwoord op deze vragen ligt besloten in de vraag met welk doel de kunstenaars zich engageert. Zijn ze werkelijk geïnteresseerd in een relatie met de toeschouwer in een poging kunst en maatschappij weer nader tot elkaar te brengen? Of engageren ze zich met maatschappelijke thema's om een persoonlijke betrokkenheid vorm te geven? De motivatie van de kunstenaars is in het kader van dit onderzoek minder belangrijk, maar wel de vraag in hoeverre de doelstellingen van de kunstenaar invloed hebben op de positie van het publiek in het veld van de

geëngageerde kunst. Dit thema, de positie van het publiek is de aanleiding voor dit onderzoek en vormt de centrale vraag in deze masterthesis.

- Wat is de positie van het publiek in het veld van de geëngageerde kunst?
- Wordt het publiek inderdaad betrokken door de kunstenaar bij het tot stand komen van het kunstwerk, en op welke wijze gebeurt dit?
- Wat zijn de kenmerken van de verschillende posities van het publiek?
- Maakt de kunstenaar een onderscheid in het publiek dat hij betreft bij zijn werk? En wat betekent dat voor de positie van het publiek?

Het doel van het onderzoek is deze positie te verhelderen door goed te kijken naar de vormen van relaties tussen kunstenaar en publiek. Door een op theoretische uitgangspunten gestoelde classificatie van relatievormen te presenteren, verwacht ik de posities van het publiek in het veld van de geëngageerde kunst inzichtelijk te kunnen maken en daarmee een antwoord te kunnen geven op de vraag wat de verschillende posities inhoudelijk betekenen in kunstuitingen die de relatie met het publiek en de samenleving centraal stellen.

Het eerste deel van het onderzoek bestaat uit een theoretisch kader waarin de posities van het publiek binnen de geëngageerde kunst toegelicht worden. Om een beter beeld te krijgen van het 'nieuwe' engagement, en de erkenning daarvan binnen de kunstwereld wordt er eerst vanuit een historisch perspectief gekeken naar de factoren die de veranderingen in de waardering van kunst hebben beïnvloed. De veranderingen in kunstbeschouwing en de invloed daarvan op de positie van het publiek vormen het sluitstuk van dit deel. Het tweede deel bestaat uit een kwalitatief onderzoek van geëngageerde kunstprojecten waarbij geanalyseerd wordt welke rol het publiek hierin vervuld. Het theoretisch onderzoek moet leiden tot een classificatie van de posities van het publiek, inzichtelijk gemaakt aan de hand van een conceptueel model.

II. Theoretisch kader

2.1 Het historisch perspectief

Rutger Pontzen ziet de relatie tussen kunst en engagement al sinds het ontstaan van de kunst zelf. Kunstenaars zijn in zijn optiek altijd al betrokken geweest bij wat er maatschappelijk speelt, of het nu om religieuze of politieke kwesties ging (2003: 125). Kunstenaars in dienst van koningen, bankiers of als onafhankelijke geesten konden het niet laten hun licht te laten schijnen over wat er in de wereld speelde. Het heeft echter nooit het etiket 'geëngageerd' gekregen. Waarschijnlijk omdat kunstenaars zoals Rubens of Corot zichzelf nooit als maatschappelijk betrokken kunstenaars beschouwd hebben, terwijl ze dat in hun werk wel weergaven. Of het nu om Bijbelse thema's of de verbeelding van de rijke burgerij ging, het engagement lag eenvoudig ingekapseld in het werk zelf. 'Het beeld als een onvervreembare uiting van de betrokkenheid van de kunstenaar' (Pontzen 2003: 126). Met de verschijning van de geëngageerde kunstenaar ruim anderhalve eeuw geleden kwam daar verandering in. De geëngageerde kunstenaar als een nieuw type kunstenaar is niet los te zien van het zelfstandiger worden van de kunst zelf. Met de opkomst van een kunstenaarselite, geboren uit de gegoede burgerij, ontstond er een schilderkunst die het werkelijke leven wil laten zien. Deze kunstenaars zijn minder geïnteresseerd in verheven Bijbelse thema's, maar schilderen datgene 'wat het oog ziet', een kritiekloze kunst die het heersende optimisme van de negentiende eeuw verbeeldde. Het modernisme doet hiermee zijn intrede. De reactie op deze kritiekloze kunst laat echter niet lang op zich wachten. Halverwege de negentiende eeuw doet de kritische engagementskunst zijn intrede met voorbeelden als de etsen van Goya over de Napoleontische oorlog. Dit zorgt voor een tweedeling in de kunst, de autonome kunst met als uitgangspunt *l'art pour l'art* en de kritische geëngageerde sociale kunst die in en met de maatschappij werkt. Wat kan de betekenis zijn van kunst als zij zich afkeert van de maatschappij? Deze vraag werd al in de negentiende eeuw gesteld door de tegenstanders van de *l'art pour l'art* beweging tijdens het proces van autonomisering van de kunsten dat Pierre Bourdieu beschrijft in *Regels van de kunst* (1993). Als voorstanders van de sociale kunst beroepen ze zich op het recht van de kunst om alles uit te drukken en het recht van elk ding om uitgedrukt te worden. Zij wilden daarbij geen onderscheid maken tussen het politieke en het artistieke vlak en

beschouwden elke artistieke activiteit als een vorm van engagement. De sociale kunstenaar zag zichzelf als een onderdeel van de toenmalige burgerlijke maatschappij, waartegen hij zich uit principe moest verzetten. Kunstenaars zagen het als hun sociale taak midden in het leven te staan en dit leven zo realistisch mogelijk weer te geven. Stellingname kon daarbij niet vermeden worden. Zij stonden daarin lijnrecht tegenover de kunstenaars die een autonome positie van de kunst voorstonden. Kunst moest om kunst gaan zonder enige stellingname op politiek of sociaal vlak. Het ideaal van de avant-garde om kunst te integreren in het leven en de maatschappij was echter ook paradoxaal, zo stelt Maarten Doorman: ‘in haar streven getuigde de avant-garde veelvuldig van de *l’art pour l’art* mentaliteit die zij zo ferm aan de kaak stelde: in haar poging maatschappelijk te zijn bleef zij nog maar al te vaak elitair’ (1997:84). De sociale avant-garde richtte zich immers uitsluitend op dat deel van de samenleving waartoe ze zelf behoorde: een cultureel publiek.

Engagement is, ongeacht de heersende kunsttraditie, steeds in meerdere of mindere mate aanwezig en zichtbaar geweest. ‘Bij een beschrijving van sociaal engagement in de kunst gaat het om de nuances, om de mate van zichtbaarheid en om soms subtiele verschillen in vorm en intentie’ (Trienekens. 2006: 7). En daar zijn tal van voorbeelden van te zien in geëngageerde kunstuitingen in de loop van de kunstgeschiedenis. In 1959 voerde Allan Kaprow zijn eerste *happenings* op, waarbij het publiek actief betrokken werd bij gebeurtenissen die zich afspeelden in een tussengebied van theater en beeldende kunst. *Eat Art* projecten van Les Levine (1968) en Daniel Spoerri (1962) zijn andere voorbeelden. De performances van Nikolaus Urban (1976) horen hierbij, die communicatie als zijn belangrijkste thema zag en waarin een belangrijke rol was weggelegd voor een participerend publiek. zo nodigde hij in 1979 het publiek uit in zijn ‘huis’, een langgerekte kist die aan de kopse zijden open was en een inhoud had van drie kubieke meter. Velen gaven hieraan gehoor waardoor de kist snel vol was en Urban door het publiek uit zijn ‘huis’ werd gezet. Voorbeelden uit eigen land zijn Lydia Schouten, die tijdens performances in de jaren tachtig door middel van directe confrontaties emotionele reacties wilde oproepen bij het publiek en de *happening* in Museum Fodor van Renée Kool in 1991, waarin het publiek geconfronteerd werd met twintig drinkende, etende en dansende meisjes om het voyeuristische karakter van het kijken naar kunst in beeld te brengen. Het aantal geëngageerde kunstprojecten groeide, waarbij het aanwezige publiek tot een actie of reactie uitgenodigd werd. In 1989 bleek echter,

tijdens de door Frank Gribling georganiseerde tentoonstelling; *Beyond Performance*, ter gelegenheid van het honderdvijftigjarig bestaan van Arti et Amicitiae in Amsterdam, dat de meeste van de kunstenaars die in het verleden actief waren als performer (weer) met traditionele materialen werkten, waardoor het engagement binnen de beeldende kunst uit het zicht verdween.

In de jaren negentig maakte deze beweging opnieuw zijn opwachting. Nu in de vorm van een ‘nieuw’ engagement, een term die door Hans den Hartog Jager gedefinieerd wordt in zijn artikel ‘*altijd op afstand*’(2003). Binnen dit nieuwe engagement gaat het om het creëren van nieuwe interpretatiecodes, afhankelijk van de context waarin ze tot uiting komen. Het is een ander soort activisme, dat niet zozeer aankaart wat goed en fout is, maar inzicht biedt in mogelijk interpretaties van de wereld van alledag. Door mensen bewust te maken van de meerduideligheid van de wereld, stelt men ze de vraag naar hun eigen verantwoordelijkheid. Afhankelijk van de gestelde doeleinden van de initiatiefnemer c.q. kunstenaars bestrijkt het een breed spectrum, variërend van een sociaal tot een meer politiek engagement. Waar het eerste gericht is op de wens om een actieve bijdrage te leveren aan de complexe realiteit van veranderingsprocessen in concrete sociale omgevingen wil de laatste vooral maatschappelijke structuren aan de kaak stellen. En inderdaad, met kunstenaars als Ben Ali, die met voor moslims provocerende schilderijen in het Cobra museum naar eigen zeggen de discussie wil aanzwengelen of fotografe Soorah Hera die met haar controversiële foto’s van homoseksuele moslimmannen de hypocrisie binnen de islam bespreekbaar wil maken, is het engagement ook in de beeldende kunst in Nederland duidelijk aanwezig. Maar kritiek is nog geen engagement. En het visualiseren van kritiek, ook in de vorm van een kunstwerk maakt het nog geen geëngageerde actie. Het onderscheid zit in de ontmoeting, en meer precies, de ontmoeting met het publiek. ‘Ontmoetingskunst’ zoals Erik Hagoort het definieerde in *Goede bedoelingen* (2005). Alleen op die manier kan er een kunst ontstaan die in het leven geïntegreerd is. Dit is het eerste verschil met het ‘oude’ engagement van de jaren zestig en zeventig. Een tweede is de verandering van de locatie. Waar voorheen de ontmoetingen plaatsvonden in musea, galeries of op andere culturele locaties, gebeurt dit nu op niet-culturele locaties. Dit zorgt voor een grote afstand tot de gevestigde kunstcircuits. Boomkens stelt zelfs dat het: ‘existentialistisch gemotiveerde engagement ambigu was’ (2003:20). Hij doelt hier op het ‘oude’ engagement dat voortgekomen zou zijn uit een individualistisch

radicalisme, terwijl het in het ‘nieuwe’ engagement gericht is op betrokkenheid, op de belangen van de ander. Hiermee wordt een derde onderscheid met het oude engagement gemaakt. Bourriaud vat het nieuwe engagement samen als ‘een set van kunstpraktijken die als theoretisch en praktisch uitgangspunt het geheel van menselijke relaties en hun sociale context nemen, in plaats van een onafhankelijke en private (symbolische) ruimte. In deze kunstpraktijk krijgt het kunstwerk de vorm van een ontmoeting waardoor er in plaats van over vorm over formatie gesproken wordt’ (2002: 21). Het begrip ‘ontmoetingskunst’ dekt echter een brede en gevarieerde lading. En in die variëteit schuilt het onderscheid. Van belevingskunst tot interventie, levende sculptuur, *Organizational Art* en *Faire avec*, een definiëring is in feite niet gearticuleerd. Deze uitspraken geven aan dat de geëngageerde kunst zich anders positioneert, niet alleen ten opzichte van autonome kunst maar ook ten opzichte van de geëngageerde kunstuitingen in de jaren zestig en zeventig. Daar waar het engagement van de jaren zestig en zeventig nog vanuit een relatief autonome context zijn oorsprong vond, lijkt het nieuwe engagement de autonomie voorbij. De ontmoeting wordt gezien als de juiste vorm, niet alleen als thema, maar als een essentieel onderdeel van het werk, aldus Bourriaud (2002. 23).

Het opvallendste kenmerk van het nieuwe engagement dat zich in de jaren negentig manifesteerde was het feit dat de eerste uitingen plaatsvonden in de vorm van projecten die zich grotendeels buiten het officiële kunstcircuit van galeries en musea bevonden. Privé-vertrekken vormden het decor voor uitvoeringen voor een klein publiek. Het duurde dan ook enige tijd voordat deze initiatieven zichtbaar werden, voor de kunstwereld en voor een groter publiek. Het tijdelijk karakter van deze projecten, uitgevoerd door een diffuse groep kunstenaars, droeg daar in grote mate aan bij. Het doel van deze geëngageerde kunstenaars is echter hetzelfde: ‘een nieuwe verhouding tussen kunstenaar, kunstwerk en kunstpubliek’ (Pontzen. 2000:10), waarbij ‘gelijkwaardigheid tussen kunstenaar en publiek, ervaring delen en een directe beleving van kunst het uitgangspunt vormt’ (Pontzen. 2000: 20). Het publiek staat daarbij centraal en komt vaak direct in contact met de kunstenaar. De geëngageerde kunstenaars in de jaren zestig en zeventig wilde vooral door middel van kunst de wereld verbeteren. Het nieuwe engagement streeft geen universele ideologie na die de maatschappij kan veranderen, waarbij kunst en maatschappelijke vooruitgang synoniem waren zoals Joseph Beuys dit voorstond. Het gaat om kleinschalig engagement waarbij veraangename het doel is. In haar analyse *Kunst*

en sociaal engagement (2006) komt Trienekens tot de vaststelling dat: ‘kunstenaars zich steeds bezighouden met hun directe leefomgeving, het in stand houden van de leefbaarheid en met het in contact brengen van mensen met verschillende achtergronden’(2006: 21). Het doel is een wederzijdse aangename ervaring, voor de kunstenaar, maar ook voor het publiek, waarbij de kunstenaar de rol van kunstenaar op zich neemt of die van facilitator. Na de eeuwwisseling wordt er een tweede tendens zichtbaar: engagement dat zich bezighoudt met de reflectie op de politiek en het ideologisch geweld. Een belangrijke ontwikkeling, omdat deze kunstenaars wel binnen de grenzen van de kunstwereld werken. Bourriaud vat dit alles samen in de uitspraak: ‘...het is geen opleving van een bepaalde beweging of stijl, maar een gevolg van het denken over de actuele stand van de artistieke activiteit’ (Trienekens. 2006: 19). Hij zet daarbij de relationele esthetiek als geëngageerde kunstvorm tegenover het postmoderne consumentisme. Hiermee plaatst hij de geëngageerde kunst binnen het culturele veld. Trienekens omschrijft het als ‘culturele interventies in de openbare ruimte of in een gemeenschap met als doel door middel van een artistiek proces een alternatieve vormgeving van de maatschappij na te streven en tegelijkertijd de in de kunstsector gevestigde aannames over kunst te prikkelen’(2006: 24). Het gaat in de huidige geëngageerde kunst om de relatie tussen kunstenaar, kunstwerk en publiek.

2.2. De structuur van waardering in de kunstwereld

De beschreven verandering in de kunsten maakt duidelijk dat er inmiddels niet alleen meer sprake is van iemand die iets maakt, de kunstenaar, en iemand die dat bekijkt, het publiek. Door het afbrokkelen van de grens tussen het kunstwerk en de omgeving is er enkel sprake van een kunstwerk dankzij de context waarin het getoond wordt. Deze ontwikkeling heeft ertoe geleid dat ‘de vraag of iets goed gemaakt is, werd vervangen door de vraag of iets op een overtuigende manier bedacht is’ (Doorman. 1997: 86). Alvorens verder in te gaan op de ontwikkeling in de waardering van kunst en de invloed ervan op het publiek, is het nuttig om de structuur toe te lichten waarin waardering van kunst binnen de kunstwereld tot stand komt. Howard Becker beschrijft in *Art Worlds* (1982) het netwerk dat de kunstenaar, het kunstwerk, tentoonstellingen en de kunstcriticus samen vormen en waarin kunst tot stand komt. ‘*All artistic work, like all human activity, involves the joint activity of a number,*

often a large number, of people. Through their cooperation, the artwork we eventually see or hear comes to be and continues to be' (1982: 1). Het is een proces waarin de kunstenaar de producent is, het kunstwerk het product, de tentoonstelling de markt en de kunstcriticus de reflectie voor zijn rekening neemt en waarin een sterke onderliggende afhankelijkheid heerst en alle partijen een min of meer duidelijke rol hebben. Het reflexieve deel waar de kunsttheorie, en het instrument daarvan, de kunstkritiek, een centrale rol spelen valt in twee onderdelen uiteen, de beschrijving van kunst tegen de achtergrond van de kunstgeschiedenis, en het geven van een betekenis aan kunst. Door de betekenisgeving kan de kunstkritiek het kunstwerk laten spreken. Howard Becker stelt dat *'Aesthetics study the premises and arguments people use to justify classifying things and activities as 'beautiful, artistic, Art and non-art'* (1982: 131). Hiermee hij doelt op het systeem dat esthetici gebruiken om een classificatie te construeren, op basis waarvan niet alleen beoordelingen gemaakt worden maar waarmee ook de implementatie ervan verantwoord wordt. Critici maken van deze esthetische systemen gebruik om waarde aan kunstwerken toe te schrijven en te verklaren waarom en hoe ze tot deze (waarde)beoordeling komen. De beoordelingen voorzien zowel de kunstwerken als de kunstenaars van een reputatie, een reputatie die vervolgens door het publiek erkend en herkend wordt. Zo verkrijgt de kunstenaar de ondersteuning, zowel emotioneel als financieel, die noodzakelijk is voor zijn verdere ontwikkeling. Esthetische principes, argumenten en oordelen vormen het onderdeel waarop de conventies binnen de kunstwereld gebaseerd zijn. Daarnaast dienen ze als uitgangspunt voor de acties van de leden ervan. Het esthetisch systeem verbindt de activiteiten van de participanten aan de tradities van de kunst. Het zorgt ervoor dat middelen alleen toegankelijk zijn voor diegene die binnen de bekende tradities werken. Het resultaat is dat de aanduiding 'kunst' voor de producenten ervan zowel onmisbaar als overbodig is. Onmisbaar voor diegene die kunst wil maken die als zodanig erkend wordt. Overbodig ook om toegang te krijgen tot de instituties die op deze erkenning voortbouwen zodat er niet alleen binnen de grenzen van datgene wat op esthetische gronden als kunst herkend wordt gewerkt wordt. Overbodig, omdat naast het 'officiële' kunstcircuit er andere circuits zijn waar werk ook geaccepteerd en ondersteund kan worden. Het is deze grensoverschrijding, waarvan sprake is ten tijde van verandering, die aan de basis ligt van de discussies en debatten. Omdat esthetische normen de basis vormen voor de argumenten waarop grenzen vastgesteld

worden, zijn ze pas werkelijk van belang wanneer er sprake is van verandering. Naast de formele waardering zorgt het esthetisch systeem voor stabiliteit in de waardesystemen. Een stabiliteit waarop de reputatie van kunstenaars, collecties en verzamelaars is gebaseerd en die noodzakelijk is voor het functioneren van de kunstwereld. Maar wat gebeurt er als de basis waarop deze consensus gebaseerd is discutabel wordt omdat er teveel verandering plaatsvindt? Dan treed er verwarring op. Keuzen kunnen niet meer verantwoord worden. En er ontstaat een situatie dat *anything goes*. Het is noodzakelijk dat *'the people who control access to distribution channels, often feel that what they do must be logically defensible'* aldus Becker (1982:135). Het is de taak van de esthetici om datgene wat kunst is te onderscheiden van datgene wat geen kunst is. Becker stelt dat het doel is om onderscheid te kunnen maken tussen *'deserving'* en *'undeserving'*. Een taak die niet classificerend bedoeld is aangezien er geen allesomvattende benadering van kunst nagestreefd wordt waarin alles wat wellicht van waarde zou kunnen zijn wordt opgenomen. Dat de positie van esthetici regelmatig ter discussie gesteld wordt, vooral ten tijde van vernieuwingen, verandert weinig aan de situatie. Zij zorgen voor een systeem van waardebepaling waar in de vorm van kritiek bepaald wordt wat niet de titel kunst verdiend om in staat te zijn te bepalen wat wel kunst is. Trienekens beschrijft in *Kunst en Sociaal engagement* (2006) duidelijk dat de artistieke kwaliteit van sociaal geëngageerde kunst ter discussie staat. De discussie die gevoerd wordt gaat dus over de grens wat als kunst geldt binnen de sociaal geëngageerde kunst om te kunnen bepalen wat geen kunst is. De werking van de kunstwereld zoals Becker die beschrijft, maakt ook duidelijk waarom de diversiteit binnen de geëngageerde kunst een esthetische beoordeling moeilijk maakt, maar ook noodzakelijk. Nu de positie van het 'nieuwe' engagement en de structuur waarin waardeoordelen tot stand komen besproken zijn, kan er gekeken worden naar de veranderingen in de wijze waarop kunst gewaardeerd wordt en wat de invloed van die verandering in de waardering betekenen voor de positie van het publiek.

2.3 De verandering in de waardering van kunst in historische context

Halbertsma en Zijlmans plaatsen in *Gezichtspunten. Een inleiding in de methoden van de kunstgeschiedenis* (1993) de veranderingen in de waardering van kunst in een kunsthistorische context aan de hand van een aantal kunsthistorische methoden en

kernbegrippen. Zij beschrijven hoe de zienswijze van de kunstgeschiedenis veranderde en daarmee ook de verschillende factoren die de beoordeling van kunst beïnvloeden. Één van deze factoren, zo stelt Halbertsma, is de toegenomen invloed van de context van het kunstobject. Tot 1900 werd de kunstgeschiedenis in grote mate bepaald door de stijlkritiek, na 1900 ontstaat de iconologie. Een iconologie die door de toenadering met de antropologie aantoont dat ‘houdingen en gebaren een symbolische zeggingskracht hebben binnen de non-verbale communicatie van sociale gedragsconventies’ (1993:104). Daarmee wordt de invloed van het openbare leven en de maatschappelijke context binnen de kunst belangrijker. In de jaren zeventig van de vorige eeuw wordt onder de noemer *The New Art History* het kunsthistorische instrumentarium aangevuld met ‘marxistische, kunstsociologische, structuralistische, feministische en semiotische benaderingen’ (Halbertsma. 1993: 7-8). Zo wordt bij kunstsociologische benaderingen het geheel van (sociale) relaties van de kunstwereld door Howard S. Becker onderzocht. Kitty Zijlmans introduceerde de systeemtheorie, waarin kunst wordt opgevat als een sociaal functiesysteem van de maatschappij; het classificatiesysteem dat binnen iedere cultuur zorgt voor betekenisgeving van objecten in relatie met andere objecten. Kunst werd daarmee een classificatie, een systeem van waarde- en betekenisgeving binnen een cultuur. Een object moest aan bepaalde criteria voldoen om als kunst geaccepteerd te worden. In de stijlkritiek werd het criterium artistieke, naast eisen op het gebied van godsdienst, moraal en politiek gehanteerd. ‘In de loop van de achttiende eeuw veranderen deze criteria en wint de eis van artistieke het van alle andere. Deze eis, die voorheen verbonden was met ambachtelijk kunnen, werd in de negentiende eeuw opnieuw geformuleerd in termen van originaliteit en experiment. Andere criteria werden hieraan ondergeschikt gemaakt en zelfs als onverenigbaar met “ware kunst” beschouwd’ (Halbertsma. 1993: 27-28). De nadruk op artistieke als belangrijkste criterium zorgt voor grote veranderingen. Op basis van dit nieuwe kunstbegrip wordt er een hiërarchie aangebracht tussen de verschillende kunstdisciplines, waardoor bepaalde uitingsvormen als hoger bestempeld worden ten opzichte van andere. Zo gold de schilderkunst lang als de ultieme en hoogste vorm van kunst. Daaruit voortvloeiend ontstond er ook een onderscheid tussen wat als meesterwerken en wat als overige kunst gezien moest worden. Dit moderne kunstbegrip heeft een aantal consequenties. Zo wordt de geschiedenis van de kunst vanaf dat moment geordend langs lijnen van

artistieke kwaliteit en vernieuwing, waarbij de laatste doorslaggevend is als criterium. ‘Tegelijk met deze ordening vindt een wijdere ordening van cultuurhistorische aard plaats: de hoogtepunten in de artistieke sfeer worden verbonden met een positief gekleurd beeld van de samenleving waarin deze hoogtepunten konden plaatsvinden’ (Halbertsma. 1993: 29). Al deze veranderingen hadden tot gevolg dat kunstwerken in toenemende mate alleen nog binnen een context bestudeerd kunnen worden. Een context die gevormd wordt door een maatschappij en de daarin gestelde voorwaarden waarbinnen kunst gemaakt wordt.

Het toenemende belang van originaliteit en vernieuwing zorgde er in de jaren zestig voor dat artisticeit sterk aan de persoon van de kunstenaar verbonden werd. Legitimatie werd nu niet alleen meer gebaseerd op artisticeit, maar het werd onlosmakelijk verbonden met de persoon van de kunstenaar en diens persoonlijke ontwikkeling. Dit komt voort volgens Bevers in *Georganiseerde cultuur* (1993: 208) uit het zelfstandiger worden van de kunstenaar. Ze werden minder afhankelijk van opdrachten waardoor de persoonlijke ideeënontwikkeling gestimuleerd werd. De persoonlijkheid in de kunst wordt nu op de eerste plaats gesteld, naast originaliteit en artisticeit. De toenemende mate van individualisering maakt dat kunstenaars meer kunnen en moeten reageren op datgene wat er in hun omgeving gebeurt, anders dan te werken volgens opgelegde regels. De vrijheid die kunstenaars in hun ontwikkeling verkregen, betekende echter niet dat een theoretische fundering overbodig werd. Legitimering blijft noodzakelijk en is nog steeds gebonden aan de criteria die gelden binnen de kunstwereld. De reden achter de vele discussies en debatten rondom het engagement in de kunst moet dan ook gezocht worden in het zoeken naar een theoretische fundering. Deze discussies worden door Bevers als ‘geïnstitutionaliseerde chronische reflectie’ (1993: 198) beschouwd en die zelfs onmisbaar is voor de kunstwereld in de twintigste eeuw. Het gaat om discussies die tot de kern van de kunstpraktijk zijn gaan behoren om: ‘interpretatiekaders waarmee een plausibiliteitsstructuur wordt opgebouwd ten behoeve van de achterban’ (1993: 199). In dit licht moeten ook de nu al een decennium lang gevoerde discussies en debatten over het ‘nieuwe’ engagement gezien worden. Gezag wordt daarbij ontleend aan de gekozen thematiek waarover de debatten worden gevoerd. Daarbij richt de discussie zich enerzijds op kunsthistorische vergelijkingen met het ‘oude’ engagement, anderzijds wordt er buiten de grenzen van de kunst gezocht naar sociale

en maatschappelijke argumenten. Deze chronische reflectie vormt de voedingsbodem voor de discussies over de artistieke kwaliteit van geëngageerde kunstprojecten. De ontwikkeling naar een persoonsgebonden waardering van kunst met de nadruk op de persoonlijkheid van de kunstenaars is vanaf dat moment een legitieme basis voor nieuwe ontwikkelingen in hun kunst. ‘Dit zoeken naar een eigen weg [heeft] in de moderne kunst een permanent karakter gekregen,’ stelde ook Bevers vast (1993: 208). Deze zoektocht is daarmee een herkenbaar criterium geworden en naast originaliteit een basis voor legitimering en erkenning van veranderende kunstuitingen, zeker voor kunstenaars met een erkende status binnen de kunstwereld. De onduidelijke positie van geëngageerde kunst maakt het voor de kunstwereld moeilijk deze te beoordelen. Het is mogelijk deze kunstuitingen te beoordelen door te kijken naar de combinatie van deze kenmerken, de individualistische zoektocht en de persoonsgerelateerde artistieke. Beoordeling van kunst concentreert zich nu op de persoon van de kunstenaar. Ook Nathalie Heinich betoogt dat maatschappelijke bewegingen meer vanuit de belevingswereld van de deelnemers bestudeerd moeten worden. ‘Zij richt zich in haar onderzoek vooral op de kunstwereld en in het bijzonder de (beeldende) kunstenaar’ (Bevers. 2003:19). Zij benadert kunstenaars vanuit deze singuliere sociologische houding door te vragen naar ‘de betekenis van het kunstenaarschap, naar hun belevingswereld. Zij onderzoekt aan de hand van een *verstehende* sociologie de invloed van de omgeving op een kunstenaar’ (Bevers 2003:20). Volgens Heinich dient er juist meer aandacht besteed te worden aan de sociale betekenis van het unieke, het bijzondere, het niet-alledaagse, met andere woorden: het singuliere perspectief. Kunstwerken zijn meer dan het product van economische, sociale en politieke omstandigheden. Juist de kunstspectifieke eigenschappen zoals uniciteit maken deze tot producten met meer zeggingskracht dan andere producten. Met betrekking tot engagement, en de vraag waarom kunstenaars weer de relatie met het publiek aangaan, is het minder zinvol om dit vanuit een sociologische structuur van het collectieve te bestuderen maar juist vanuit het singuliere. ‘Authenticiteit is datgene wat kunstenaars van andere kunstenaars onderscheidt en hen waarde geeft Een gegeven kunstwerk kan eenvoudig als een object worden behandeld, maar ook als een onlosmakelijk onderdeel van de persoon van de maker. De status van het kunstwerk wordt bepaald door zijn positie op het continuüm van oplopende graden van bijzonderheid die mensen aan kunstwerken toekennen’ (Heinich. 2003: 46). Het engagement van de kunstenaar dat gezien kan

worden als een onderdeel van zijn werk valt misschien in een grotere maatschappelijke beweging, maar zal in de eerste plaats uit de kunst(enaar) zelf moeten komen. Net als Halbertsma en Zijlmans stelt ook Heinich dat de beoordelingskaders binnen de kunstwereld aan verandering onderhevig zijn. ‘In onze tijd is talent het beoordelingscriterium. ‘Dat geeft aan dat er een groeiende behoefte is aan originaliteit en een afnemende vraag naar adequate beheersing van reproductietechnieken op grond van esthetische maatstaven [...] de nadruk komt te liggen op innovatieve waarde en op individualisering’ (2003: 32).

Samengevat kan dus gesteld worden dat voor de receptie van kunst de persoon van de kunstenaar (nog steeds) centraal staat. Het is dus in grote mate de houding van de kunstenaar zelf die het engagement bepaalt en vorm geeft. Aangezien de tijd van de grote ideologieën voorbij is, waarin gedacht werd dat kunst de wereld kon veranderen, wordt er vanuit de kunstwereld met argwaan gekeken naar de sociaal geëngageerde kunstuitingen. Dat zou de achterliggende reden kunnen zijn waarom geëngageerde kunstprojecten, wanneer ze uitgevoerd worden vanuit een sociaal maatschappelijke achtergrond niet gelegitimeerd worden door de kunstwereld. ‘Dit lijkt nog te worden versterkt door het instrumentele karakter van sociaal geëngageerde kunstpraktijken op de verschillende beleidsnota’s’ (Trienekens 2006: 8).

2.4. De positie van het publiek

Ondanks alle veranderingen, zowel maatschappelijk als kunstzinnig blijft het noodzakelijk dat iemand reageert op een kunstwerk, het apprecieert, want zonder een reactie is het nog maar de vraag of er sprake is van het ontstaan van een kunstwerk. Het publiek is daarin afhankelijk van het oordeel van de kunstwereld aangezien deze, door middel van legitimatie, het kunstwerk zichtbaar maakt of niet. De hierboven beschreven veranderingen in kunsthistorische benaderingen hebben de sterke relatie tussen kunst en maatschappij duidelijk gemaakt. Dat ook de rol van het publiek door de ontwikkelingen binnen de kunst gaandeweg veranderd is mag duidelijk zijn. Het begint bij het besef dat kunst een maatschappelijk functie heeft, een besef dat tot uitdrukking komt in de verhouding met het publiek. Kunstenaars structureren hun praktijk op basis van een maatschappelijke houding waarmee ze een context creëren waarin activiteiten als kunst waargenomen kunnen worden. Een context waarin het

publiek zijn rol vervult. In de huidige geëngageerde kunst wordt het publiek bij het maken van het kunstwerk betrokken en vormt het zelfs een cruciaal onderdeel. De kunstenaar gaat de ontmoeting aan, met de maatschappij, met maatschappelijke thema's, maar vooral ook met het publiek. Kunstenaars, maar ook culturele instellingen zijn zich bewust geworden van het vermogen van de kunst om publiek te genereren.

Verandering is dus niet beperkt gebleven tot waardering van kunst en de kunsten zelf. Het publiek kan niet meer op dezelfde manier benaderd worden als Bourdieu beschreef in *Regels van de kunst* (1994) waarin hij publiek beschrijft op basis van sociale stratificatie. Er zijn nieuwe ideeën ontwikkeld die een esthetisch pluralisme voorstaan omdat de tweedeling van hoge cultuur en populaire cultuur, die in de wereld van kunst en cultuur geldt, niet meer toereikend is om de huidige diversiteit en mobiliteit binnen de cultuur te verklaren (Gans, 1999: 94). Herbert Gans stelt in *Popular Culture & High Culture* voor deze tweedeling tussen hoge en lage cultuur los te laten en daarvoor in de plaats gebruik te maken van smaakculturen. De nuancering in de methode van Gans ten opzichte van Bourdieu is het onderscheid dat Gans maakt binnen de smaakculturen tussen een *creator orientation* en een *user orientation* (1999: 76). Deze posities vertegenwoordigen de twee gezichtspunten van waaruit het publiek kunst- en cultuuruitingen kan beoordelen. Elke kunstuiting kan geëvalueerd worden vanuit de positie van de maker (*creator*) of van de gebruiker (*user*); ofwel vanuit de positie van de kunstenaar of vanuit de positie van het publiek. De kunstenaar kijkt vanuit het standpunt dat kunst bestaat voor de maker ervan met daarin begrepen de afwijzing om aan elke smaakverwachting te voldoen: *creator orientated*. Het publiek daarentegen kijkt naar kunst vanuit de positie wat kunst voor hen kan betekenen en hoe deze tegemoet komt aan hun verwachtingen: *user orientated*. Daarbij moet opgemerkt worden, zoals Bourdieu het omschrijft in zijn begrip esthetische dispositie, dat publiek uit een hogere klasse, een cultureel publiek, kunst op vormaspecten en originaliteit beoordeeld. Maar het is de *creator orientated* positie, die vooral de autonome kunstenaar typeerde, die in de huidige geëngageerde kunst lijkt te veranderen.

Het is dan ook afhankelijk van de doelstelling van de kunstenaar welke vorm het engagement aanneemt. Voor de ene kunstenaar geldt de uitwisseling met het publiek als de standaard; de interactie staat gelijk aan het reguliere werk. Voor anderen geldt een dergelijke manier van werken (slechts) als een onderdeel van de

reguliere activiteiten. Marjolein Schaap beschrijft dit aan de hand van de kunstuitingen die plaatsvonden tijdens Den Haag Sculptuur 2007 als volgt: ‘Volgens het ene model bedient de kunstenaar zich van rekwisieten, *props*, om het publiek bij het kunstwerk te betrekken. Deze *props* kunnen als trigger minimaal zijn, zoals het op een autodak gemonteerde colablikje van Eric Von Robertson (2007), of juist theateraal, zoals het dramatisch opgetuigde bed van Nette en Prinsen. Het tweede model is meer gericht op een onmiddellijke één op één uitwisseling tussen de kunstenaar, het publiek en het publiek onderling, zonder tussenkomst van deze *props* en meestal ver weg van [...] de kunstcontext’ (2007). Dit laatste model lijkt meer op een interactie *pur-sang*. Bij dergelijke acties is de inbreng van de kunstenaar niet gelijk aan het kunstwerk zelf omdat de reactie van het publiek als een onderdeel van het uiteindelijke kunstwerk geldt. Het publiek kan dus inhoudelijk invloed uitoefenen op het kunstwerk. Tussen deze twee werkwijzen komen allerlei varianten en overlappings voor qua publieksbereik, tijdsverloop en intensiteit. Veel van de interventies komen niet direct voort uit de reguliere kunstpraktijk, maar vanuit een beweging naast of ter verbreding van de gevestigde kunstpraktijk. Interventies die vaak gericht zijn op een *feel-good* ervaring. Een voorbeeld daarvan is de actie van de Spaanse kunstenaar Alicia Framis die, wereldwijd, bij wildvreemde mensen bleef slapen om als een *Dreamkeeper* (1998) te waken over de dromen van deze mensen. Toch stelt Erik Hagoort dat het daarbij niet om een werkelijke ontmoeting ging, maar dat Framis ‘appelleert aan een passieve zone van het bestaan, niet in het daadwerkelijke proeven ervan’ (2005:31). Van belang, vanuit Hagoorts optiek, is wat het publiek aan de ontmoetingen overhoudt. ‘Het punt is, en dat is wellicht een cliché van mijn kant, dat ik vermoed dat het publiek zich alleen de beleving zal herinneren, en niet altijd inzicht heeft in het volledige traject dat door de kunstenaar is uitgezet. De kunstenaar houdt zich waarschijnlijk eerder bezig met wat zij/hij de volgende keer moet doen en wat de inspanningen opleveren; het publiek ervaart’ (Hagoort. 2/6/09). Hagoort beschouwt de ontmoeting als een momentopname waarbij hij het publiek in twee groepen indeelt al naar gelang de mate van betrokkenheid. Hij introduceert in *Goede Bedoelingen* (2005) in dit verband het onderscheid tussen het sociale en het culturele publiek. Hiermee raakt hij aan een belangrijk verschijnsel binnen de geëngageerde kunst, namelijk dat het participerende publiek niet altijd hetzelfde is als het publiek waar het uiteindelijke werk voor bedoeld is. Met cultureel publiek bedoelt Hagoort het publiek dat bewust deelneemt of op zoek gaat naar

kunstuitingen, zij bezoeken musea en galleries. Het sociale publiek daarentegen is vaak onbewust een doelgroep van een kunstproject of daarbij toevallig aanwezig. Het is daarbij zeker niet uitgesloten dat deze groepen elkaar overlappen. Centraal in deze vorm van ontmoetingen staat de plek, een plek waarvan de context na afloop van de ontmoeting is veranderd. Context is een begrip dat binnen de geëngageerde kunst vaak genoemd wordt en een belangrijke plaats inneemt. Een context waarin kunst plaatsvindt bepaald volgens Hagoort (2005) in sterke mate in hoeverre de kunstenaar zich kan of wil afschermen om alles op eigen voorwaarden te doen. Context lijkt daarmee de tegenhanger van autonome positie in de kunst. Wanneer een kunstenaar de voorwaarden binnen een context nog steeds in eigen hand houdt kan de vraag gesteld worden of er in dat geval sprake is van geëngageerde kunst. Ja, volgens de door Hagoort genoemde voorwaarde gaat het bij een ontmoeting niet om wat de kunstenaar er uiteindelijk mee doet, maar om wat de ontmoeting met de plek doet. 'Een ontmoeting verandert een plek, en die ervaring blijft in de herinnering van het publiek leven en zet de ervaring verder' (Hagoort. 2/6/09). Het wordt wel duidelijk dat het publiek in geëngageerde kunstuitingen minder ingekapseld wordt door condities die de kunstenaar heeft gesteld waardoor het publiek zichzelf mag zijn.

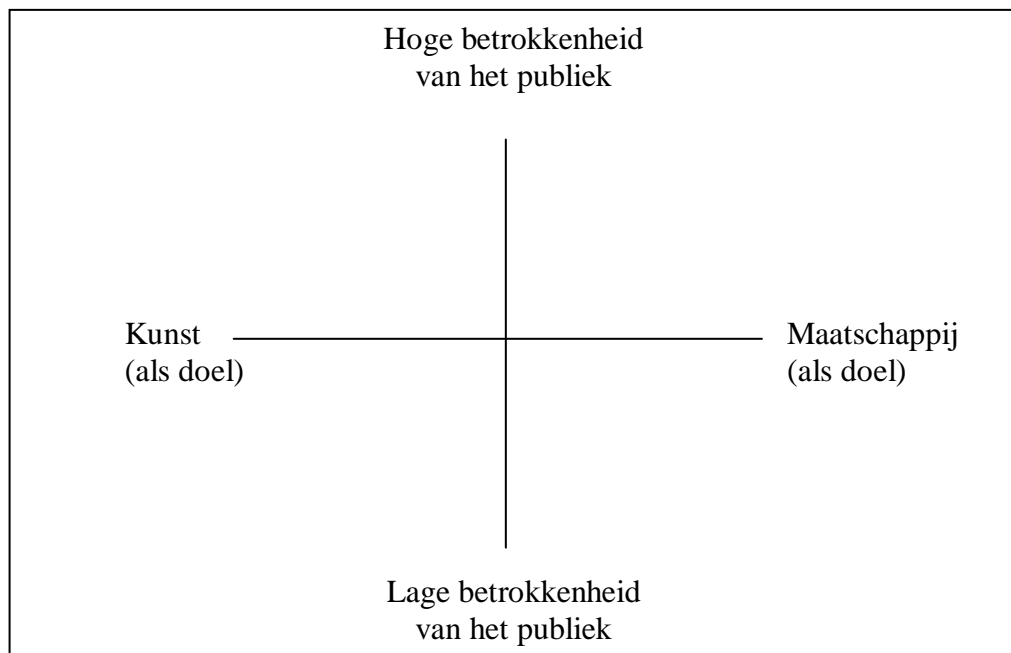
Samenvattend kan gesteld worden dat er een aantal factoren zijn die invloed uitoefenen op de positie van het publiek. De belangrijkste factor is de doelstelling van de kunstenaar. De drijfveer van de geëngageerde kunstenaar is daarbij meestal tweeledig; zowel artistiek als sociaal-maatschappelijk. Zijn houding ten opzichte van het gestelde doel, artistiek of maatschappelijk, bepaald mede de mate van betrokkenheid van het publiek. Een houding die vorm krijgt door de context waarin het project plaatsvindt.

2.5 Het onderzoeksmodel

Om de rol van het publiek in het veld van de geëngageerde kunst te kunnen onderzoeken moeten eerst een aantal kenmerken vastgesteld worden waarmee deze rol herkenbaar gemaakt kan worden. Naast de vele verschillende uitingsvormen binnen de geëngageerde kunst zijn er ook een aantal opvallende overeenkomsten binnen dit veld. Zo is er altijd sprake van een maatschappelijke betrokkenheid van de kunstenaar. Maar het zijn vaak de intenties van de kunstenaar met het uiteindelijk kunstwerk die bepalen wat de rol is die het publiek toebedeeld krijgt. Dit kan gaan

van geëngageerde kunst waarbij het de kunstenaar om bewustwording bij het publiek gaat en waarbij het publiek een meer passieve rol vervult, tot de *Community Art* projecten waar kunst voor en door het publiek gemaakt wordt en waarbij van een actieve participatie sprake is. Op basis van de kenmerken die de verschillende uitingsvormen van elkaar onderscheiden maak ik onderscheid tussen de kunstenaars die vanuit een maatschappelijk oogpunt op zoek zijn naar het publiek en waar kunst als middel ingezet wordt om een doel in de samenleving mee te bewerkstelligen, en de kunstenaars die hun betrokkenheid als een nieuwe bron van inspiratie inzetten, waarbij het maken van kunst prevaleert. Het doel van de kunstenaar staat in relatie tot de mate en de aard van de participatie van het publiek. Naarmate het doel minder gericht is op een tastbaar kunstwerk neemt de vrijheid, de mate en de aard van participatie van het publiek toe. De nadruk ligt meer op het proces, het met elkaar ergens aan werken door middel van kunst, dan op het uiteindelijk gecreëerde kunstwerk. Andersom neemt de mate van participatie van het publiek af naarmate het doel meer gericht is op een tastbaar kunstwerk. Ook de rol van de kunstenaar lijkt hiermee samen te hangen. In de eerste positie heeft de kunstenaar de rol van facilitator, in het tweede geval heeft hij een meer kunstzinnige rol. Ongeacht de achterliggende motivatie is het duidelijk dat het publiek een belangrijke rol heeft binnen de geëngageerde kunst. Hoe belangrijk, en de precieze betekenis van deze rol kan in beeld gebracht worden op basis van een classificatie. De basis voor de classificatie wordt gevormd door twee factoren, de eerste is de mate van betrokkenheid van het publiek in de totstandkoming van het kunstwerk. De tweede factor is de doelstelling waarmee het kunstproject geïnitieerd wordt. Kunstenaars nemen hun eigen engagement als uitgangspunt, waardoor de nadruk meer op het doel ligt, of ze stellen de samenleving centraal waardoor de nadruk meer op het proces ligt. Wanneer de betrokkenheid en de doelstelling gevisualiseerd worden in een model (zie figuur 1) ontstaan er in het veld van de geëngageerde kunst vier hoofdtypes die de variatie in betrokkenheid weergeven. Elk hoofdtype kent zijn specifieke kenmerken waarop kunstprojecten geclassificeerd kunnen worden. Dit model zal een inzicht geven in de positie van het publiek in relatie tot de mate van betrokkenheid en de doelstelling van de kunstenaar in de verschillende kunstprojecten. De hoeveelheid en diversiteit in uitingsvormen binnen de geëngageerde kunstprojecten kunnen op deze manier van elkaar onderscheiden worden. Voor het model wordt uitgegaan van twee variabelen: de doelstelling van de

kunstenaar. Deze kan het maken van kunst als doel hebben of kunst als een middel inzetten om een maatschappelijk doel, zoals sociale cohesie, educatie of het aandacht vragen voor maatschappelijke thema's zoals probleemjongeren of het milieu te bereiken. Door beide factoren - doelstelling en betrokkenheid van het publiek - te combineren, ontstaat het volgende schema:



Figuur 1. Model rol van het publiek

Per hoofdtype kunnen de volgende specifieke kenmerken vastgesteld worden:

Hoge betrokkenheid van het publiek en kunst als doel.

In dit segment van het veld wordt het kunstwerk gemaakt in samenwerking met het publiek dat participeert in het proces. De kunstenaar is de initiatiefnemer en houdt de regie van het proces in eigen hand, wat niet noodzakelijk betekent dat elke spontane (re)actie wordt vermeden, integendeel. Het doel van de kunstenaar is het maken van kunst waarbij het publiek als een participierend onderdeel wordt gezien. De kunstprojecten hebben een maatschappelijk thema maar zijn niet noodzakelijkerwijs maatschappijkritisch bedoeld. De kunstenaar en zijn werk zijn binnen de reguliere kunstwereld bekend en de projecten worden als zodanig ook besproken en verspreid. Het uiteindelijke kunstwerk vindt daarom via de gebruikelijke kanalen van de kunstwereld zijn weg. Op het moment dat een kunstwerk binnen de grenzen van de kunstwereld verschijnt is er niet alleen meer sprake van een sociaal publiek, de

publieksgroep die participeert tijdens het project, maar komt er een tweede publieksgroep bij, het culturele publiek. Met cultureel publiek wordt die groep bedoeld die niet spontaan met het project/kunstwerk in aanraking komt maar bewust op zoek gaat naar kunst. Cultureel publiek neemt vaak enkel als toeschouwer deel en binnen de grenzen van de kunstwereld. Er kan natuurlijk altijd sprake zijn van een overlapping. Er is sprake van een interactie tussen kunstenaar en publiek dat spontaan en toevallig in aanraking komt met het project. De kunstenaar kiest/creëert de plek maar de context is gerelateerd aan de opdrachtgever. Dit kan betekenen dat voor de duur van een project de kunstenaar zich op een plek vestigt. Een project kan een eenmalige gebeurtenis zijn voor het publiek, maar voor de werkwijze van de kunstenaar niet uniek. De kunstenaar is de initiator van het project, al dan niet in opdracht. Subsidie is gerelateerd aan het doel: het kunstwerk. Toegankelijkheid; de begrijpelijkheid van het project voor het publiek, is minder belangrijk voor de kunstenaar, maar de drempel mag daardoor niet zo hoog liggen dat het een belemmering wordt voor de bereidheid tot deelname van het publiek. Het project, en het verloop ervan worden vastgelegd op film, foto's of andere media. Samenvattend kunnen de kenmerken als volgt worden beschreven:

- participatie van het publiek onder regie van de kunstenaar; maar vindt spontaan plaats;
- interactie tussen kunstenaar en publiek is toevallig;
- het doel is het kunstwerk, ook voor de eventuele opdrachtgever of subsidieverstrekker;
- project en eindresultaat worden in de kunstwereld gepresenteerd en besproken, waardoor het zichtbaar wordt voor het cultureel publiek;
- cultureel en sociaal publiek zijn niet hetzelfde, omdat ontmoetingen en deelname gebaseerd zijn op toevallige ontmoetingen met een spontaan publiek. Cultureel publiek komt enkel naar het eindproduct kijken;
- de toegankelijkheid van het project is geen belemmering voor de bereidheid van het publiek tot deelname.

Hoge betrokkenheid van het publiek en kunst met een maatschappelijk doel.

In dit segment is het publiek onontbeerlijk bij de ontwikkeling en de totstandkoming van het kunstwerk, dat alleen in samenwerking met of geheel door het publiek zelf tot stand komt en waarin de kunstenaar een begeleidende rol heeft. *Faire-avec* is de

leidende gedachte. Toegankelijkheid van het project staat centraal aangezien het doel van het kunstwerk een maatschappelijk thema dient, bijvoorbeeld het bevorderen van sociale cohesie in een wijk. De context en de plek zijn daarom belangrijk en worden vooraf bepaald door de opdrachtgever en de kunstenaar. De focus op een bepaalde doelgroep is hieraan gerelateerd. Er is sprake van spontane maar minder van toevallige ontmoetingen. Het is belangrijk dat de drempel voor het publiek laag is omdat het slagen van het project afhangt van hun bereidheid eraan deel te nemen. De betrokken kunstenaars kunnen *embedded artists* zijn, wat betekent dat zij een onderdeel van de gemeenschap zijn waarin ze werken maar ze kunnen zich ook voor de duur van het project in de wijk vestigen. De nadruk ligt meer op het proces dan op het eindresultaat. Het maatschappelijke doel prevaleert boven het kunstwerk *an sich*, waardoor de kans dat het project binnen de kunstwereld een plaats krijgt en/of besproken wordt geringer is. Het sociale publiek is meestal hetzelfde als het culturele publiek. Het doel van deze projecten ligt in de samenleving, ook voor de opdrachtgever en eventuele subsidieverstrekkers. Samenvattend kunnen de kenmerken als volgt worden beschreven:

- zonder de actieve participatie van het publiek komt het kunstwerk niet tot stand. De kunstenaar heeft een begeleidende rol waardoor het publiek meer invloed heeft;
- context en plek liggen van tevoren vast, het doel ligt in de maatschappij;
- het proces is even belangrijk als het eindresultaat;
- het culturele en sociale publiek zijn hetzelfde;
- de ontmoetingen zijn nog steeds spontaan, maar minder toevallig;
- de kunstenaar is naast initiator ook facilitator, wat invloed heeft op de directe interactie tussen kunstenaar en publiek, maar dat is ook afhankelijk van de grootte van het project.

Lage betrokkenheid van het publiek en kunst met een maatschappelijk doel.

Kunst heeft hier een duidelijke maatschappelijke functie, terwijl het publiek weinig inbreng heeft. De doelen die de kunstenaar zich stelt zijn idealistischer van aard. Het kan bijvoorbeeld om de ervaring gaan of om bewustwording vanuit de visie van de kunstenaar. Het kunnen unieke en soms vluchtige projecten zijn die weinig sporen nalaten. Het kan ook om projecten gaan die een meer sociaal doel hebben. Om deze redenen worden deze kunstwerken meestal niet in de kunstwereld besproken en

komen ze niet binnen de grenzen van kunstwereld terecht. De projecten worden georganiseerd op een vooraf door de kunstenaar en/of opdrachtgever bepaalde plek en context. Deelnemers zijn ‘*insiders*’ die op de hoogte zijn van of bewust op zoek zijn naar deze initiatieven. Sociaal en cultureel publiek zijn hetzelfde. Het publiek observeert, ervaart of ondergaat het gebeuren, zonder te participeren. Er is wel ruimte tot interactie met de kunstenaar, maar dat is afhankelijk van de kunstenaar.

Samenvattend kunnen de kenmerken als volgt worden beschreven:

- het publiek ondergaat het gebeuren en is een passieve participant;
- context en plek zijn vooraf bepaald door de kunstenaar,
- de ontmoetingen zijn noch spontaan noch toevallig;
- de projecten zijn uniek en/of vluchtig en in het laatst geval laten ze weinig sporen na;
- bewustwording en/of *feeling-good* momenten zijn het doel en kunst is daartoe het middel;
- de projecten zijn minder toegankelijke en minder zichtbaar voor een groter publiek.

Lage betrokkenheid van het publiek en kunst als doel.

In dit segment vervult het publiek meer de rol van toeschouwer en is het doel van de kunstenaar meer gericht op een maatschappelijk bewustwording. Een gegeven dat duidelijk wordt door gesprekken met of publicaties van de kunstenaar. Het kunstwerk wordt gemaakt vanuit de maatschappelijke betrokkenheid van de kunstenaar en dat is duidelijk te zien in de maatschappelijke thema’s die via de kunstwerken vaak kritisch aan de orde worden gesteld. Van het publiek wordt verwacht dat het tot zelfreflectie komen, met de nadruk op dit ‘zelf’ omdat dit proces zonder uitleg of hulp van de kunstenaar moeten worden volbracht. Er is geen of een minimale interactie tussen kunstenaar en publiek. De kunstenaar stelt zich niet tot doel de wereld te verbeteren maar mensen tot nadenken te stemmen. Het is duidelijk dat de kunstenaar de regie in eigen hand houdt. Het uiteindelijke kunstwerk wordt binnen de kunstwereld opgenomen en besproken. Het sociale publiek is niet gelijk aan het culturele publiek, omdat het sociale publiek geconfronteerd wordt met het kunstwerk, zonder bereidheid tot participatie. Het publiek waar de kunstenaar zich eigenlijk toe richt is het culturele publiek, dat door reacties kan participeren echter zonder tot een interactie met de kunstenaar te komen. De kunstwerken zijn minder

toegankelijk en de plek en context worden bewust gekozen door de kunstenaar. Een specifiek kenmerk van deze vorm van geëngageerde kunst is dat er weinig direct contact is tussen publiek en kunstenaar, terwijl de kunstwerken zicht duidelijk kunnen manifesteren. Het publiek wordt geconfronteerd met deze kunst zonder daarin te participeren. Vanwege deze confrontatie krijgen deze projecten vaak veel aandacht in de media. De kunstwerken vertonen een grotere overeenkomst met autonome kunst en richten zich eigenlijk op een specifiek publiek. Eventuele opdrachtgevers zijn gerelateerd aan de kunstwereld. Samenvattend kunnen de kenmerken als volgt worden beschreven:

- er is minder sprake van directe interactie tussen publiek en kunstenaar. Het kunstwerk is een *fait accompli*. waarmee het publiek zelf iets mee moet, of niet.
- Het publiek wordt niet actief betrokken bij de totstandkoming of het proces waarvan het kunstwerk het eindresultaat is, er is dus geen participatie;
- context en plek zijn vooraf bepaald door de kunstenaar, het doel is het kunstwerk. Het kunstwerk behandelt een maatschappelijk thema;
- project en eindresultaat worden in de kunstwereld besproken;
- cultureel en sociaal publiek zijn niet hetzelfde, het sociale publiek wordt geconfronteerd met het werk. Van het culturele publiek wordt reflectie verwacht;
- de ontmoeting is toevallig, maar ligt meer tussen kunstwerk en publiek dan tussen kunstenaar en publiek. Wanneer er sprake is van een ontmoeting met de kunstenaar gebeurt dit onder regie van de kunstenaar en vaak voor een beperkt en geselecteerd publiek.

Deze vier te onderscheiden hoofdtypes binnen het veld van de geëngageerde kunst maken het mogelijk de voor het onderzoek te selecteren projecten in te delen. Een overzicht van alle relevante kenmerken is opgenomen onder het hoofdstuk III. Data en Methode. Er is een indeling gemaakt op basis van kenmerken die gerelateerd zijn aan de betrokkenheid van het publiek en kenmerken die gerelateerd zijn aan de doelstelling. Naast deze basiskenmerken zijn er een aantal kenmerken die wellicht van invloed zijn op de rol van het publiek binnen de geëngageerde kunst, maar waarvan niet meteen duidelijk is aan welk van beide basisfactoren ze toe te schrijven zijn. Zo is het niet duidelijk of de duur van het project gerelateerd is aan de

doelstelling of de betrokkenheid van het publiek. Tijdens de projectanalyse zal ook gekeken worden wat de invloed en plaats van deze kenmerken is. Door meer kenmerken toe te voegen kunnen de vier hoofdtypen die in het classificatieschema worden onderscheiden, genuanceerder worden beschreven. Misschien dat basis daarvan aan het einde van het onderzoek moet worden geconcludeerd dat de twee geselecteerde factoren samen - doel en betrokkenheid van het publiek - onvoldoende recht doen aan de variatie van typen geëngageerde kunst en dat het classificatieschema moet worden herzien of worden uitgebreid.

III. Data en methode

Het doel van dit onderzoek is om tot een classificatie te komen die de positie van het publiek in het veld van de geëngageerde kunst helder in beeld brengt. Het onderzoek is gebaseerd op een kwalitatieve analyse van elf cases; elf geëngageerde kunstprojecten. Als basis voor de classificatie is het model ontworpen dat op pagina twintig besproken is. Beide assen representeren de doelstelling van de kunstenaar ten opzichte van de mate van betrokkenheid van het publiek. Hierdoor ontstaan vier segmenten die de hoofdtypes representeren en waarin de projecten ondergebracht worden na de uitgebreide beschrijvende analyse. Het model dient als visuele ondersteuning van de classificatie. Naast de basisfactoren: doel en betrokkenheid, is er een uitgebreid overzicht van kenmerken opgesteld om de aard van de betrokkenheid en de doelstelling verder te specificeren. Deze lijst met kenmerken is opgesteld aan de hand van omschrijvingen van geëngageerde kunstwerken in de literatuur.

Het onderzoek is vanwege het overweldigende aanbod van geëngageerde kunstprojecten, beperkt tot Nederland en de Beeldende Kunsten. De selectie van de projecten is gebaseerd op de volgende criteria: De projecten moesten een maatschappelijk betrokken thema hebben. Ze moesten uitgevoerd zijn door Nederlandse beeldende kunstenaars die internationaal en/of nationaal erkend zijn binnen de grenzen van de kunstwereld. Hun werk wordt beschreven in de kunstkritiek, waarbij ze omschreven worden als geëngageerde kunstenaar. De projecten hebben plaatsgevonden in Nederland tussen 1 juli 1995 en 1 juli 2011, omdat deze tijdspanne overeenkomt met de opkomst van de term ‘nieuw engagement’ in de literatuur. Kunstenaars die herhaaldelijk beschreven werden in de literatuur over geëngageerde kunst vormden de basis voor de selectie. Door de website van de desbetreffende kunstenaar te bekijken kon nagegaan worden of het om een kunstenaar ging die in zijn oeuvre vaker maatschappelijke thema's behandelde. Deze websites werden gezocht op naam van de kunstenaars en voorzien in informatie over de diverse projecten, achtergrondinformatie en de visie van de kunstenaar. Ook interviews, publicaties en recensies zijn hier terug te vinden. Dit geeft een goed beeld van de projecten vanuit het perspectief van de kunstenaar. Een tweede selectie vond plaats op basis van projecten die door De Stroom Den Haag, Stichting Kunst Openbare Ruimte (SKOR), Fonds Beeldende Kunst Vormgeving

Bouwkunst. (Fonds BKVB) en Cultuurnetwerk ondersteund of geïnitieerd werden. Deze instellingen beschikken over een uitgebreid netwerk van kunstenaars en een omvangrijke website die voorziet in informatie over de diverse projecten. Ze initiëren vaak projecten zowel in de rol van opdrachtgever als die van subsidieverstrekker. Bij De Stroom Den Haag werd bijvoorbeeld gezocht onder ‘Programma’ zowel verleden als actueel. Onder ‘Subsidie’ en ‘Archief’. Bij het Fonds BKVB werd gekeken onder ‘Toegekend’, dit zijn de projecten die van het Fonds een werkbeurs ontvingen. Bij SKOR werd gekeken onder ‘Archief’, ‘Projecten’, ‘Activiteiten’. Dit leverde in totaal 158 projecten op die eventueel in aanmerking kwamen voor dit onderzoek. Vervolgens werd gekeken naar de uitvoerende kunstenaar, waarbij de focus lag op kunstenaars die al geselecteerd werden aan de hand van de literatuur. De volgende stap was na te gaan hoe de kunstenaar en zijn werk in de kunstkritiek besproken werd. Artikelen over de kunstenaars werden verzameld via Lexis-Nexis Academic. Er werd geselecteerd uit Nederlandse landelijk kwaliteitskranten, vakbladen en opiniebladen. Gezocht werd onder de naam van de kunstenaar en/of de naam van het project. Ook op de websites van MetropolisM is gezocht met zoektermen als ‘Engagement’ en onder de naam van de kunstenaars of van de projecten. Een overzicht van deze artikelen is opgenomen in Bijlage I.

Van de gevonden 158 kunstprojecten bleven er na toetsing van de gestelde criteria 20 projecten over, waarvan 8 projecten afvielen omdat ze vergelijkbaar waren met de uiteindelijk geselecteerde projecten, of omdat ze buiten de gestelde tijdsperiode vielen. Op basis van de gestelde criteria: een in Nederland uitgevoerd project, door een Nederlandse kunstenaar die internationaal en/of nationaal erkend is en die bekend staat om zijn maatschappelijke betrokkenheid of maatschappelijke projecten, bleven er uiteindelijk 11 projecten van 12 kunstenaars over. De gekozen projecten zijn geselecteerd op basis van de geëngageerde thema’s die ze uitdragen, bijvoorbeeld betrokkenheid in probleemwijken, maatschappelijke thema’s en de discussie die erover gevoerd worden. Er worden zowel projecten van individuele kunstenaars als gezamenlijke projecten besproken die, al dan niet, in opdracht worden uitgevoerd. Daarnaast werden diverse bronnen geraadpleegd voor achtergrondinformatie. Hiervoor werd gebruik gemaakt van Lexis-Nexis *Academic*, EUR-UB en Google *scholar*. De zoektermen die hierbij gehanteerd werden zijn de kunstenaars, zoals Jeanne van Heeswijk en de namen van de projecten zoals

‘De Strip’. Hieruit werden standpunten van de kunstwereld verzameld over de kunstenaars en de beschreven projecten

Het plaatsen van de kunstwerken/ projecten in het model gebeurt op basis van een overzicht van kenmerken, die al dan niet aanwezig zijn in de projecten. Het model bestaat uit vier hoofdtypes die elk een verschillende samenhang tussen betrokkenheid van het publiek en doelstelling van de kunstenaar weergeven. De verschillende segmenten met hun relevante kenmerken zijn beschreven in het theoretisch kader. Het overzicht met kenmerken is verdeeld in drie categorieën: de eerste categorie zijn de kenmerken die gerelateerd kunnen worden aan de doelstelling van de kunstenaar. De tweede categorie zijn de kenmerken die gerelateerd zijn aan de mate van betrokkenheid van het publiek en de laatste zijn de kenmerken die gerelateerd zijn aan de rol van het publiek. Daarnaast is er een aantal kenmerken waarvan de relevantie is gebleken uit de literatuur over geëngageerde kunst maar die niet bij één van de beide variabelen onder te brengen zijn. Deze vormen die vierde categorie: variabele kenmerken. Per project wordt in een databestand (zie bijlage II) opgetekend welke kenmerken aanwezig zijn. Dit bestand dient als ondersteuning voor het model. De volgende kenmerken zijn opgenomen:

Betrokkenheid gerelateerde kenmerken

- **participatie:** participerende rol van het publiek. Wordt het publiek betrokken bij het project of niet;
- **laagdrempelig:** is het een gemakkelijk toegankelijk project of moet het publiek actie ondernemen, zoals aanmelding om toegang tot het project te hebben;
- **interactie:** het contact of de zichtbaarheid van de kunstenaar voor het publiek tijdens het proces. Is de kunstenaar bijvoorbeeld een *Artist in residence* of een *embedded* kunstenaar. Is er sprake van een direct contact en zichtbaarheid van de kunstenaar voor het publiek;
- **bereidheid:** is het publiek bereid om deel te nemen aan het project. Gebeurt dit op vrijwillige basis;

Doelstelling gerelateerde kenmerken:

- **doelstelling:** met welk doel worden deze projecten geïnitieerd. Het doel wordt bijvoorbeeld omschreven als expliciet maatschappelijk en/of een politiek thema. Het kan om een *feel-good* ervaring gaan of een reflectie op de maatschappij. Doelen kunnen gerelateerd zijn aan specifieke opdrachten en opdrachtgevers;
- **zichtbaarheid:** verspreiding/bekendheid. Zijn deze projecten bekend onder een breder publiek. Vinden ze plaats in de directe leefomgeving van het publiek en wordt het publiek bewust gezocht of moet het zelf op zoek naar deze projecten;
- **doelgroep:** is er sprake van een doelgroep. Zo ja, gaat het dan om een maatschappelijke of een culturele doelgroep;
- **invloed:** in welke mate wordt het publiek vrij gelaten tijdens het verloop van het project. Hoeveel invloed kan het participerende publiek, of de doelgroep uitoefenen voor of tijdens het project. Hoe wordt deze invloed vormgegeven;
- **publiek:** is er sprake van een verschil tussen het sociale en het culturele publiek;
- **toegankelijkheid:** is het een begrijpelijk project voor het publiek. Herkent het publiek het project als een kunstwerk en kan het, het hele proces overzien;
- **locatie:** besloten versus openbaar. Is het een vaste locatie of steeds wisselend;
- **context:** in welke context vinden de projecten plaats. Het kan gaan om niet plek gebonden factoren, bijvoorbeeld een vorm van protest of een project dat uitgevoerd wordt in het kader van een renovatie;
- **conceptualisering:** in welke vorm vindt het project plaats: film, kunstwerk, wandelingen, gesprekken, *faire-avec*. Wordt het project wel/niet vastgelegd;
- **ontmoeting:** hoe vindt de ontmoeting tussen kunstenaar/kunstwerk plaats: spontaan of toevallig. Is er sprake van een bewust gekozen doelgroep of gaat het om een willekeurig publiek.
- **procesgericht:** het hoe is net zo belangrijk als het wat. Het gaat om de ervaring versus het eindproduct;
- **opdrachtgever:** is er een opdrachtgever. Zo ja, is die maatschappelijk, cultureel of beide;

- **rol van de kunstenaar:** is de kunstenaar de facilitator of is hij er in de rol van kunstenaar;
- **kunstkritiek:** wordt het project besproken binnen de kunstwereld of niet;
- **media:** wordt het project in de media, anders dan de culturele, besproken;
- **kunstwereld:** is het project zichtbaar binnen de grenzen van de kunstwereld. Wordt het tentoongesteld in galleries of musea.

Kenmerken gerelateerd aan de publieksrol

- **vrijheid:** wordt het participerende publiek vrij gelaten tijdens het project of liggen de opdrachten of de wijze van deelname vast;
- **consulterende rol:** wordt het publiek gevraagd naar hun wensen voor de start van het project. Gaat het om een cultureel en/of sociaal publiek;
- **actieve rol:** heeft het publiek een actieve rol. Werkt het daadwerkelijk zelf mee aan het project;
- **rol van toeschouwer:** is het publiek toeschouwer. Gaat het om een sociaal of een cultureel publiek, of beide;
- **reflectieve rol:** wordt er van het publiek een reflectie verwacht, al dan niet tijdens een interactie met de kunstenaar.

Variabele kenmerken:

- **duur:** hoe lang duur het project. Is het tijdelijk, vluchtig of langere termijn;
- **organisatiestructuur:** is er een opdrachtgever waardoor er sprake is van samenwerkingsverbanden met andere (kunst) organisaties of werkt de kunstenaar alleen;
- **financiering:** hoe wordt het project gefinancierd. Subsidie, sponsoring of door de kunstenaar zelf;
- **grensvervaging:** is er sprake van grensvervaging en in welke vorm;
- **effect:** het project is aanleiding tot gesprekken/discussies/delen met anderen;
- **spontaniteit:** is er een doelgroep of is het publiek willekeurig, toevallig. Gaat de kunstenaar bewust op zoek naar dit publiek, naar aanleiding van een opdracht of kan het publiek spontaan in aanraking komen met het project;
- **uniciteit:** is het een uniek project voor het publiek.

IV Project analyse

De geselecteerde projecten worden uitvoerig beschreven. Met een korte beschrijving van de carrière van elk van de kunstenaars wordt de motivatie voor hun selectie voor dit onderzoek duidelijk gemaakt en wordt het besproken project/kunstwerk in hun oeuvre geplaatst. Het specifieke project/kunstwerk wordt vervolgens inhoudelijk besproken aan de hand van de kenmerken zoals beschreven in het theoretische kader. Op basis van deze beschrijvende analyse worden de projecten geclassificeerd in het model. De kenmerken worden naast de beschrijvende analyse in een databestand opgenomen.

4.1 Erik van Lieshout.



Erik van Lieshout (Deurne, 1968) is een internationaal erkende, multimedia kunstenaar, wiens werken in tal van musea en op Biënnales verspreid over de wereld getoond en aangekocht zijn. De grote overzichtstentoonstelling in 2006 in Museum Boijmans Van Beuningen en een jaar later in Tate Modern in Londen getuigen hiervan. Hij woonde en werkte veertien jaar in Rotterdam-Zuid, dat dan ook naar eigen zeggen: ‘...onlosmakelijk met zijn kunstwerken verbonden is. Van recalcitrante schilderijen tot sociaal-politieke projecten, waarin hij de buurtbewoners betrok’ (Bron: www.hethartvanzuid.nl/artikel/de-winkelruimte-van-erik-van-lieshout). Vooral zijn video projecten zorgden voor een internationale doorbraak als kunstenaar. Erik van Lieshout zegt: ‘werk te willen maken dat over mensen gaat, kunst waarmee fundamentele zaken boven water komen over de politieke en sociale condities in onze maatschappij’ (MetropolisM: 2006. Nr. 5). Hij noemt zichzelf dan ook een politiek kunstenaar. ‘Hij jongleert op het snijvlak van politiek correcte en incorrecte houdingen met bestaande waarden’ (bron www.wikicul.nl/lieshout-erik-van). Met zijn installaties zet hij zich af tegen het ‘*glossy design*’ van vandaag de dag door technische onvolkomenheden en sjofele materialen in te zetten als tegenhanger van deze gladde perfectie. Zijn videowerk is verre van volmaakt, ruwe beelden die ook na de montage weinig chronologie in het verhaal aanbrenge. Het zijn dan ook altijd persiflages van de werkelijkheid. Inspiratie voor zijn beeldmateriaal haalt hij

uit zijn directe omgeving, de stedelijke subculturen en de onderbuik van de samenleving. De betrokkenheid met de maatschappij en de plaats die mensen daarin innemen staan centraal in veel van zijn werken. Hij is dan ook meermaals betrokken geweest bij projecten waarbij mensen centraal gesteld worden. Zo levert hij in 2002 een bijdrage aan De Strip, een project met Jeanne van Heeswijk als *Urban Curator*, en maakte hij in 2003 in opdracht van een zorginstelling een mobiele Snoezelruimte. In de video *Respect* (2003) trok hij op met een groep Marokkaanse jongeren die verhaalden over hun multiculturele werkelijkheid. Deze film werd op de Biënnale van Venetië in 2003 vertoond. In 2005 zit hij in *Awakening* op de bank met de extreem rechtse politicus Michiel Smit. Internationaal brak hij door met de film *Rotterdam-Rostock*, (2006) waarin hij zijn fietstocht naar Duitsland vastlegde en de gesprekken daar met jonge neonazi's, ongemotiveerde werklozen en antisemitische ouderen. Het leverde een deprimerende film op van de samenleving in een voormalig Oost-Duitse stad. (Lütticken. 2006) Dichter bij huis werd hij gevraagd mee te werken aan *Terreinwinst* (2011), een kunstproject voor voetbalclub ASV Arsenal, waarbij kunstenaars zich moesten laten inspireren door de maatschappelijke context waarin voetbal een belangrijke rol speelt. Het kunstproject wilde daarmee een brug slaan tussen sport en kunst. In al deze projecten zocht Van Lieshout steeds mensen op, hij praatte met ze, liet ze hun verhaal vertellen. Hij probeerde ze te betrekken in zijn kunst, op een vaak confronterende of ontroerende manier, maar stelde zich daarbij steeds net zo kwetsbaar op als de mensen die hij vastlegde. Zijn werken tonen zijn visie op de maatschappij, bekeken vanuit zijn eigen emoties. Hij beschrijft dit proces als het zoeken naar momenten van bevrijding waarin hij de kijker probeert te betrekken. Een emotionele grensoverschrijding waardoor er een beeld ontstaat dat sterker is dan de werkelijkheid zonder deze werkelijk los te laten. Op basis van deze karakteristieken is Erik van Lieshout onderdeel van dit onderzoek. Twee van deze projecten zullen verder besproken worden.

Bronnen

cultuurgids.avro.nl/front/detailkunstuur.html 03-04-2010
www.erikvanlieshout.nl
www.kunstzaken.nlblogspot.com
www.lantarenvenster.nl/36-2347-Zomergasten_op_het_witte_doek...
www.omroepbrabant.nl/news 15-06-2011
trendbeheer.com/2006/02/04/erik-van-lieshout-tent
vernissage.tv/erik-van-lieshout-im-netz-museum
vpro.nl/zomergasten/.../Erik-van-Lieshout
www.wikicul.nl/vanlieshout-eric
weblogs.nrc.nl/cultuurblog/erik-van-lieshout-is-verliefd/16-02-2010
weblogs.nrc.nl/whosnext/erik-van-lieshout-over-geluk 07-12-2006
www.youtube.com/watch 26-02-2010

Artikelen

Abrhams, M. (25/01/2011) *Erik van Lieshout*
Karskens, X. *'Ik probeer niet te veel na te denken' Erik van Lieshout*. In *MetropolisM* 2006/5
Lütticken, S. *Erik van Lieshout's video shacks*. In *A-Prior*. Maart 2006. nr. 12 p. 6-9.
Posthuma, J. *'Er is een kicker en die kicker is de hel' Interview met Erik van Lieshout*. In *De Groene Amsterdammer*. 2007. nr. 5

Boeken

Twist K. (red.). 2002. *Erik van Lieshout, Naughty by Nature, not because I hate you...*'
NAi Uitgeverij. Rotterdam i.s.m. Het Groninger Museum

Afbeeldingen

Foto Erik van Lieshout. Portret gemaakt n.a.v. Zomergasten.(p. 31)

Een overzicht van de gebruikte krantenartikelen is bijgevoegd in bijlage I

Projecten

4.1.1. Hart zonder hart/Commission (2010/2011)



In opdracht van Hart van Zuid ontwikkelde *Sculpture International Rotterdam (SIR)* een plan voor een meerjarig kunsttraject voor het Zuidplein. Het film- project van Erik van Lieshout is daarvan de aftrap. In de context van de grote renovatie van het Zuidplein wordt er getracht een samenhangend geheel van kunstprojecten te initiëren die op de diverse betekenislagen van het Zuidplein ingaan tijdens dit proces van plannen, slopen en bouwen. Het project wordt gefinancierd door de Stad Rotterdam (OBR en dS+V), de deelgemeentes Charlois en Feyenoord en door sponsoring van een projectontwikkelaar (Grontmij Vastgoedmanagement). De initiator; SIR, is een adviesorgaan van B&W en beheert en ontwikkelt de internationale kunstwerken van Rotterdam. Daarnaast ondersteunt ze de stad in haar internationale en culturele ambities. SIR is gelieerd aan het Centrum Beeldende Kunst Rotterdam.

Deze opdracht werd door Erik van Lieshout ingevuld door de film *Commission*. Een film over het leven rond het Zuidplein en op Zuid. De opdracht wordt op twee niveaus ingevuld. Enerzijds is de film een meer biografisch verhaal, anderzijds een film over de architectuur en het leven op Zuid. Van Lieshout wilde het ontstaan van Zuid, met zijn toenmalige utopische uitgangspunten in beeld brengen. Hij wilde onderzoeken hoe zich dat verhoudt tot de idealen van stedenbouwers als Rem Koolhaas, de bewoners van Rotterdam Zuid, de bezoekers en de huidige publieke functie van het winkelcentrum Zuidplein. Het werd een persoonlijk filmdocument volgens Erik van Lieshout: 'Ik zoek de abstractie van Zuid, de architectuur en de mensen, de nieuwe aanpak van sociale projecten, de connectie met Ahoy. Het wordt mijn verslag van de politiek-sociale onmacht van mensen en de kunst en een zoektocht naar mijn werkelijke thuis. Maar het wordt boven alles een poging om het hart van Zuid weer te laten bonzen' (Erik van Lieshout, 2009). Vandaar ook de oorspronkelijke naam van het project 'Hart zonder Hart. In het

tweede deel van de film richtte hij zich intensief op het Zuidplein. Hij deed dit door er een winkel te openen waarin hij mensen die het winkelcentrum bezochten te interviewen, om naar eigen zeggen, meer diepgang in zijn film te bewerkstelligen. In een interview met Tom Morton, de curator van de Londense Hayward Gallery Project Space, vertelde Van Lieshout dat de beveiliging van Zuidplein erg wantrouwig was over zijn filmen en steeds wilde zien wat hij filmde. Ook de ondernemers stonden in eerste instantie niet open voor zijn vragen. Door één van hen te worden werd hij serieus genomen en was hij in staat om gesprekken te voeren en daadwerkelijk menselijk contact te krijgen. Van Lieshout was dagelijks te vinden in zijn winkel, waar hij een voortdurend veranderende installatie bouwde die als filmset diende voor de opnames. Deze publieke filmset vormde de achtergrond voor de interviews waarmee hij wilde onderzoeken wat mensen beweegt, op Zuid, in het winkelcentrum, maar ook in het leven. Dit konden toevallige passanten zijn, winkelend publiek, winkeliers, bewoners van Zuid maar ook geïnteresseerde uit de internationale kunstwereld die het project kwamen bezoeken. Zijn ‘klanten’ zijn de gesprekspartners die hem, door hun eigen verhalen te vertellen, moesten helpen te ontdekken wie Erik van Lieshout is en waarom hij doet wat hij doet.

De winkel werd feestelijk geopend op 28 augustus 2010 door Theo Coşkun, portefeuillehouder Kunst & Cultuur van Rotterdam Charlois. Het resultaat van twee maanden werken aan de transformatie van winkelruimte tot ruimtelijke installatie werd hiermee zichtbaar gemaakt. Door de stelling ‘Erik maakt gelukkig’ die hij als een reclameslogan op zijn winkel had geplakt, stelde hij het publiek de vraag wat ze nodig hebben om gelukkig te zijn. Het is een statement tegen het consumptisme waar volgens Van Lieshout *Shopping malls* als Zuidplein symbool voor staan. Door in zijn winkel niets te verkopen stelde hij zich duidelijk anders op in deze wereld die draait om consumeren en juist dit ‘anders zijn’ moest aanzetten tot gesprekken, tot een interactie tussen publiek en kunstenaar.

Met zijn camera bracht Van Lieshout het dagelijkse ritme in beeld. De rolluiken die open- en dichtgaan. De sjokkende mensen langs de tien mobiele telefoonzaken, de vijftien goedkope kledingwinkels, de acht brillenzaken en de eenzame Christelijke boekhandel. Hij praatte met het Aziatische meisje van de nagelsalon, de toilet dames die klaagden over de achteruitgang van het winkelcentrum en de mevrouw van de Swarovski-winkel, die het contact met de overige winkeliers miste. Tussen de gesprekken door zoemt Van Lieshout in op een rondrennende muis

of de lubberende paarse slip op één van de paspoppen. Maar uiteindelijk gaat de film toch vooral over hem zelf. Met zijn winkel, waar hij prullaria aanbood en de grote poster van Pim Fortuyn ‘daar kun je hier niet de fout mee ingaan’ (Van Lieshout. 04-09-2010) als marketingmiddel om de klanten de winkel in te trekken zocht hij contact met de bezoekers van het winkelcentrum. Tussen de gesprekken met de bezoekers door werd geregeld het woord ‘utopie’ geprojecteerd. De film moest aantonen wat er geworden was van het utopische gebouw van architect Hermanus Dirk Bakker. Of de film permanent getoond wordt in het winkelcentrum hangt af van de winkeliers, zegt Dees Linders van SIR, ‘het is immers geen publiek terrein en de film is niet echt een schouderklopje over hoe geweldig het hier is’(Linders 22-02-2011).

Projectkenmerken

De **participatie** van het publiek in dit project is niet zo eenvoudig vast te stellen als op het eerste gezicht lijkt. In een interview met NCRV (23-09-10) gaf Erik van Lieshout toe dat het publiek vaak onbewust gefilmd werd. De camera stond weliswaar overduidelijk opgesteld in de winkelruimte en hij maakte er geen geheim van dat er gefilmd werd, maar hij attendeerde het publiek er niet op. De **locatie** was door Van Lieshout bewust gekozen om het consumentisme in beeld te brengen op een plek waar mensen niet veel te besteden hebben en door de *shopping malls* verleid worden tot consumeren. Het publiek dat hij beoogde is erg breed. Het konden zowel toevallige voorbijgangers en winkeliers zijn als het management van het winkelcentrum. Dit betekende niet dat er sprake is van een **doelgroep** omdat hij niet bewust op zoek ging naar een bepaald soort mensen. De **ontmoetingen** vonden **spontaan** en **willekeurige** plaats. De gesprekken waren spontaan, vaak naar aanleiding van vragen over de winkel, of de spullen die er lagen. Het initiatief kon zowel van het publiek als van Van Lieshout uitgaan. Het project was **laagdrempelig**, het publiek hoefde alleen maar de winkel binnen te stappen, ze moesten niets kopen, er was zelfs niets te koop. Dit element zorgde in aanvang zelfs voor problemen. Juist omdat er niets te koop was, was het publiek niet **bereid** te participeren. Met andere woorden; het publiek liep de winkel niet in. Van Lieshout ging zich beraden bij zijn ‘collega’ winkeliers hoe hij mensen in zijn winkel kon krijgen. Hij nam op dat moment dus zelf het initiatief in handen om te participeren. Deze gesprekken zijn overigens niet opgenomen. Het advies van zijn collega’s om iets zichtbaar aan te

bieden, een product, gaf hij vorm door er de eigendommen uit de kelder van een vriend die zijn huis uit moest neer te zetten. Hierdoor verdween de drempel voor het publiek en liepen ze de winkel in. Van Lieshout beperkte zijn gesprekken dus niet tot de winkel. Hij nam ook drie uur film op van zijn gesprekken met de toilettdames. Deze acties geven duidelijk aan dat Van Lieshout doelbewust op zoek was naar **interactie** met het publiek. Een interactie die hij zelf aanging en niet aan anderen overliet en waarbij hij als kunstenaar goed zichtbaar was. Wat minder duidelijk was voor het publiek was het waarom van de winkel. Van Lieshout gaf in een interview toe dat het project niet echt **toegankelijk** was, hij moest steeds weer uitleggen wat het doel van zijn winkel was. Het **doel** was een klein uur film over Zuidplein, waarvan deze gesprekken een onderdeel waren. Dit project is binnen het oeuvre van Van Lieshout niet **uniek**. Zoals het overzicht in de inleiding laat zien, werkte hij vaker in deze vorm, maar voor het publiek van het Zuidplein was het een eenmalige ervaring.

Het hele project kreeg veel aandacht in de media zowel in binnen- als buitenland, in de vorm van artikelen op de kunstpagina's van kranten als de Volkskrant, NRC en het Rotterdams Dagblad. Ook op diverse blogs, zoals *kunstzaken.blogspot* en *haywardprojectspace.blogspot*, werd over dit project gesproken. De belangstelling van de pers was zo groot dat Van Lieshout zei serieus te overwegen alleen nog maar exposities te houden in winkelcentra (Eindhovens Dagblad 4-9-2010). De winkel was drie maanden open, het totale project **duurde zes maanden**. Van Lieshout was echter **geen facilitator**. Het **doel** was om een kunstwerk te maken. Hij stelde in een interview op Radio 1 (NCRV 23-09-10) duidelijk dat hij bepaalde wat er gebeurt, hij is degene die besliste wie het publiek was en hoe het publiek weergegeven werd in de uiteindelijke film. Hiermee gaf hij het volgens eigen zeggen een eigen karakter, maar wel volgens zijn visie. Het publiek werd dan ook door Van Lieshout geregisseerd. De **vrijheid** van het publiek reikte niet verder dan de drempel van zijn winkel. Dit werd nog versterkt door het feit dat hij mensen er niet op wees dat ze gefilmd werden, en zo onderdeel konden worden van een kunstwerk. Hij vond overigens dat dit niet noodzakelijk was omdat bezoekers van Zuidplein continue door 69 beveiligingscamera's gefilmd worden. Ook over de tekeningen die hij van zijn 'klanten' maakte en die hij voor 14.000 euro per stuk verkocht, informeerde hij zijn publiek niet (Bron: Kunstzaken. 2010/10). Dit lijkt overigens tegenstrijdig met het consumentisme dat hij met deze film aan de orde

wilde stellen. Wanneer hij op deze inconsequente houding ten opzichte van het publiek werd gewezen door een kunstrecensent van De Volkskrant reageerde hij met de uitspraak: 'ik haal mijn inspiratie van deze mensen en dat verkoop ik dan voor 14.000 euro' (www.kunstzaken.com 29-10-10). Toch stelde hij dat de winkel een **effect** heeft teweeggebracht bij het publiek van het Zuidplein. Het heeft mensen tot nadenken gestemd, zoals de winkeliers die toegaven dat Van Lieshout door in zijn winkel niets te verkopen, hun hele wereld op z'n kop zette. Ook het management van Zuidplein gaf toe dat de winkel van Van Lieshout anders was en daarom dus niet in het plaatje paste. 'Mensen willen vooral hetzelfde, en herkenbaarheid, wij zouden ook graag eens iets anders willen dan de zoveelste telefoonwinkel, maar dat is niet wat het publiek wil' (manager Zuidplein). Op 22 februari 2011 zou het eindresultaat van dit project de **film** 'Hart zonder Hart' in première gaan in het Zuidplein Theater. Maar Van Lieshout had de film dan al vertoond in een Londense Galerie onder de naam, *Commission*. Volgens eigen zeggen om: 'de film bij een moeilijk publiek uit te proberen, en te kijken of de film ook als kunst gelukt is' (de Volkskrant. 22-02-2011). Het publiek dat tijdens de 'première' in het Zuidplein Theater, en de daarop volgende discussie met de kunstenaar aanwezig was, was ook niet de doorsnee bewoner uit de omgeving van het Zuidplein. Samen met de eerdere besproken commerciële houding van Van Lieshout geeft dit aan dat zijn doel duidelijk meer bij het maken van kunst lag dan dat zijn kunst een middel was om een maatschappelijk doel te bereiken.

Dit project valt dus in het segment 'Hoge betrokkenheid met kunst als doel' De kunstenaar werkt duidelijk naar een kunstwerk toe, in dit geval de in opdracht gemaakte film. Het publiek heeft een duidelijk rol bij het verschaffen van diepgang aan de film, maar is in de verdere totstandkoming van het kunstwerk niet meer belangrijk. De directe interactie tussen kunstenaar en publiek maakt de rol van het publiek niet belangrijker in het proces dat leidt tot het uiteindelijke kunstwerk. Het publiek is een middel, het materiaal voor de totstandkoming van het kunstwerk waar andere kunstenaars verf gebruiken. Het publiek is weliswaar betrokken in het proces dat leidt tot de totstandkoming van het kunstwerk maar kan geen invloed uitoefenen op dit proces. De vraag is of deze groep mensen, die Hagoort aanduidt als het sociale publiek, wel als publiek aangeduid mag worden. Het lijkt erop dat Van Lieshout zelf ook een onderscheid maakt tussen publieksgroepen door het kunstwerk, ongeacht de wensen van de opdrachtgever, eerst via de gebruikelijke kanalen van de kunstwereld aan te bieden. Het participerende, sociale, publiek krijgt de film pas in tweede

instantie te zien. Pas nadat het oordeel over de film als kunst al gemaakt is binnen de kunstwereld. Door dit te doen maakt de kunstenaar een duidelijk onderscheid tussen het sociale en het culturele publiek, waar de film uiteindelijk voor bedoeld is.

Bronnen

www.beeldrecensies.nl/view/49/de-winkel-van-erik-van-lieshout
www.designws.com
<http://haywardprojectspace.com/erikvanlieshouthow-can-i-help-you.html>
www.hethartvanzuid.nl
www.pactopzuid.info
www.rotterdam.nl
www.rotterdamnieuws.net/agenda/2010/08/28/theo-coskun-opent-winkel-erik-van-lieshout.html
www.sculptureinternationalrotterdam.nl/
www.theocoskun.sp.nl
<http://trendbeheer.com/2010/08/09/de-winkel-van-erik-van-lieshout-zuidplein/>
[www.twitter@hartvanzuid/film-van-kunstenaar-erik-van-lieshout](https://twitter.com/hartvanzuid/film-van-kunstenaar-erik-van-lieshout)

Interviews

[http://casaluna.ncrv.nl/pagina/erik-van-lieshout \(23-09-2010\)](http://casaluna.ncrv.nl/pagina/erik-van-lieshout-23-09-2010)
<http://haywardprojectspace.blogspot.com/2010/12/erikvanlieshouthow-can-i-help-you.html>
[www.youtube.nl/winkel in rotterdam zuid-erik van lieshout/ 04-09-2010](http://www.youtube.nl/winkel-in-rotterdam-zuid-erik-van-lieshout/04-09-2010)
[www.youtube.nl.dehallen haarlem/erik van lieshout /25-02-2010](http://www.youtube.nl/dehallen haarlem/erik van lieshout /25-02-2010)
www.123people.nl/cultuurgids.avro.nl/ErikvanLieshout&barttutten

Afbeeldingen

Erik van Lieshout in zijn winkel tijdens het hart zonder hart project 2011 (p. 34)
Erik van Lieshout beplakt de winkel van Saturn tijdens het Hart zonder hart project 2011 (p. 34)
Erik van Lieshout filmen op Zuidplein tijdens het Hart zonder hart project 2011 (p. 34)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.1.2 De Mobiele Snoezel (2003/2004)



In opdracht van de Stichting ‘De opbouw’ ontwierp Erik van Lieshout een mobiele snoezelruimte voor Heimerstein, een instelling voor verstandelijk gehandicapten. Stichting De Opbouw, een landelijke instelling voor jeugd- gezondheid- en ouderenzorg, bood dit kunstwerk aan ter gelegenheid van het vijfenzeventig jarig bestaan van het zorgcentrum Heimerstein. De gedachten gingen hierbij uit naar een werk dat op enigerlei wijze gebruikt kon worden en een centrale plek kon nemen in de belevingswereld van de bewoners. Dit project werd ondersteund door Stichting Kunst en Openbare Ruimte (SKOR).

Erik van Lieshout vulde de opdracht in met een mobiele snoezelruimte. (Een snoezelruimte is een ruimte waarin de zintuigen geprikkeld worden door licht, geluid en muziek. Het heeft een rustgevend effect op verstandelijk gehandicapte patiënten, en er wordt binnen de zorgverlening vaak gebruik van gemaakt). Ook deze opdracht werd door Van Lieshout tweeledig ingevuld. Tijdens het werk aan de ‘Mobiele Snoezel’, waaraan hij samen met de bewoners werkte, besloot hij samen met zijn broer Bart voor de duur van het project zijn intrek te nemen op het terrein van de zorginstelling Heimerstein. Dit verblijf, met de daaruit volgende intensievere omgang met de bewoners van de instelling leverde zo het materiaal op voor een videoproductie waarin beide broers hun eigen afwijkingen ter discussie stelden door zich te spiegelen aan de bewoners. Tegelijkertijd werkten ze dan aan de ‘Mobiele Snoezel’ die op basis van een gestripte SRV – winkelwagen gebouwd werd. De carrosserie van de ‘Mobiele Snoezel’ werd gemaakt van spiegelen kunststofplaten, enigszins amorf aan elkaar geschroefd. De platen zorgden voor een lachspiegeleffect waarmee alleen van binnen naar buiten gekeken kan worden en niet andersom. Binnen is te zien hoe mensen buiten reageren op hun vervormde spiegelbeeld. Van Lieshout creëerde zo een omgekeerde wereld; niet de gehandicapte staat te kijk, maar de ‘normale’ mensen buiten. De wagen werd binnen verder uitgerust met een

geluidsinstallatie, een rookmachine, een stroboscoop met een zestal zitjes voorin. Achterin werd er een dansvloer voorzien waardoor er een ‘snoezel disco ruimte’ werd gecreëerd die voor kan komen rijden om ter plaatse een feestje te bouwen. De vraag ‘wat is normaal?’ speelde in het videoproject een centrale rol. Hierin becommentarieerden de broers Van Lieshout elkaars gedrag en uitspraken op indringende wijze en probeerden ze deze tot verbeelding te brengen. Zoals gewoonlijk spaarde hij ook in deze reality-video niets en niemand. Net als in zijn andere video - projecten verbleef Erik van Lieshout tussen zijn ‘hoofdpersonen’ op zoek naar authentieke ervaringen. Het resultaat van dit project was de film *Happiness*.

Projectkenmerken

Zeven weken lang verbleef Van Lieshout als **artist-in-residence** op Heimerstein samen met zijn broer Bart. Tijdens dit verblijf werkten ze aan de invulling van de opdracht en maakten ze de mobiele snoezelruimte. Dit proces, het contact met de bewoners en de eigen reflecties daarop van de broers Van Lieshout werd op video vastgelegd. Een onderdeel waarvan niet helemaal duidelijk is of dit tot de oorspronkelijke **opdracht** behoorde. Van Lieshout gaf zelf toe dat hij het binnen de grenzen blijven van een opdracht moeilijk vindt. Hij kijkt altijd hoever hij deze grenzen kan oprekken (Interview Morton.11-01-11). Na een bezoek van een aantal bewoners aan de bouwplaats van het project werden deze en anderen bij het bouwproces van de ‘Mobiele Snoezel’, zoals het project is gaan heten, betrokken. Ook de contacten tussen Van Lieshout en de bewoners werden intensiever, zodanig dat hij ze ook vergezelde en filmde tijdens uitstapjes.

Er is dus sprake van een hoge mate van **interactie** tussen publiek en kunstenaar, waarbij de kunstenaar als zodanig goed **zichtbaar** was, zowel voor de bewoners als voor het personeel van de instelling. **Participatie** vond plaats in de vorm van inspraak en betrokkenheid van de bewoners bij de vormgeving van de ‘Mobiele Snoezel’. De grootste participatie kwam echter vanuit de kunstenaar zelf. Hij nam steeds meer deel aan het leven van de bewoners wat leidde tot een toenemende intimiteit tussen de bewoners, het personeel en Van Lieshout. Dit had tot gevolg dat het een **laagdrempelig** project was. Het vergezellen van de bewoners en hun begeleiders tijdens hun uitstapjes, bijvoorbeeld naar Wageningen om nieuwe

kleren te kopen, maakte duidelijk dat er een **bereidheid** tot deelname is vanuit het publiek. De ‘Mobiele Snoezel’ was minder zichtbaar en daarom ook minder bekend onder een breed publiek. De ‘Mobiele Snoezel’ reed wel mee in de jaarlijkse optocht voor de bewoners van Heimerstein en was ook te zien tijdens de tentoonstelling ‘Trailer-Park’ van Kunstfort Vijfhuizen. SKOR besteedde er het artikel aan: ‘Erik van Lieshout’s Mobiele SRV-Snoezel’(4-2-05), maar daar blijft het bij. Het **doel** van het project lag duidelijk in de samenleving en de **doelgroep** was bewust gekozen. De bewoners van de instelling werden, voor zover mogelijk, betrokken bij het proces, maar Van Lieshout hield de regie in handen. Hij was er als **kunstenaar**, niet als facilitator. Omdat een snoezelruimte een bekend begrip is binnen de zorgsector was het een **toegankelijk** project en de **ontmoetingen** met dit sociale publiek waren spontaan. Aangezien de ‘Mobiele Snoezel’ niet helemaal voldeed aan de wegverkeerwetgeving, en door de aard van de doelgroep, wordt de ‘Mobiele Snoezel’ alleen op het terrein van Heimerstein gebruikt.

Deze kenmerken plaatsen dit deel van het project in het segment ‘Hoge betrokkenheid en samenleving als doel’. Het publiek werd betrokken bij het proces maar had verder geen invloed of vrijheid bij de totstandkoming van het project. In samenspraak met de **opdrachtgever** werd er besloten tot het maken van een mobiele snoezelruimte. Voor de uiteindelijke vormgeving en uitvoering consulteerde Van Lieshout de bewoners en daardoor dus de uiteindelijk gebruikers. Ondanks de inspraak van het publiek houdt Van Lieshout de regie wel in eigen hand. Hiermee is dit project echter nog niet afgerond. De opnames die gemaakt werden tijdens het Snoezel-project; het verloop ervan, de effecten ervan en het effect van de aanwezigheid van Van Lieshout op de bewoners, vormden de basis voor een videoproject. Centraal hierin stond de vraag ‘wat is normaal?’ Van Lieshout onderzocht deze vraag samen met zijn broer Bart en een gezonde dosis zelfreflectie. Hij filmde zichzelf en zijn broer heel openhartig terwijl ze hun eigen afwijkingen ter discussie stelden. Deze opnames, die resulteerden in de **film** *Happiness*, maken de doelstelling van dit project tweeledig, althans voor de kunstenaar. De kenmerken van deze film zijn vergelijkbaar met de kenmerken van het project ‘Hart zonder hart’. Het publiek trad op als materiaal in een proces waarop het verder weinig invloed had. Van Lieshout was degene die de regie en het eindproduct bepaalde. Dit deel van het project zou dus feitelijk binnen het segment ‘Hoge betrokkenheid, met kunst als doel’ vallen. Er kan zelfs gesteld worden dat de achterliggende motieven van de

kunstenaar het project als geheel binnen dit segment plaatsen. Uit interviews en gesprekken komt telkens naar voren dat Van Lieshout een ambitieuze kunstenaar is die altijd met zijn kunst bezig is. De inspiratie voor zijn kunst ontstaat uit het moment en de context, echter zonder dat



hij daarbij zijn doel uit het oog verliest. Kijkend naar de rol van het participerende publiek in het Snoezel project kan dan gesteld worden dat het doel van Van Lieshout, in dit project vanaf het begin al meer bij het maken van kunst lag dan bij de samenleving. Hij dient twee heren. Dit idee wordt nog versterkt door het feit dat de film *Happiness* veel aandacht kreeg binnen de **kunstwereld** en in de **media**, terwijl de ‘Mobiele Snoezel’ slechts zijdelings genoemd werd als basis voor deze film. Voor de presentatie van de film maakt hij een installatie, een huisje dat qua vorm en materiaal overeenstemt met de vormgeving van de ‘Mobiele Snoezel’, waarin de film *Happiness* vertoont werd. De film was voor het eerst te zien in het Centre Pompidou in Parijs. Pas een jaar na de afronding van het Snoezel - project was deze installatie voor het eerst Nederland te zien. Het kunstwerk is ondertussen aangekocht door de fpmcollection (Florian Peters-Messer Collectie uit Dusseldorf). Deze activiteiten versterken het beeld dat het doel van de kunstenaar meer bij het maken van kunst lag dan bij een maatschappelijk doel. Op het moment dat de film vertoond werd tijdens de tentoonstelling in het Centre Pompidou is er ook sprake van een cultureel publiek, het publiek dat niet participeerde tijdens het ontstaan van het kunstwerk. Het culturele publiek treedt hier op in de rol van toeschouwer. Bovendien zijn er van *Happiness* twee versies gemaakt. Vanwege de aanwezigheid van cliënten en personeel die in de film figureerden moest deze ter beoordeling voorgelegd worden aan ouders, voogden en personeel. Sommige scènes, die als te intiem of suggestief werden beoordeeld moesten geschrapt worden zodat de film voor intern gebruik geschikt zou zijn. De andere, ongekuiste versie is bedoeld voor het kunstcircuit. De film werd controversieel genoemd omdat er aan de grenzen van betamelijkheid geraakt werd. Met de film zocht Van Lieshout inderdaad grenzen op en doorbrak hij taboes waarmee hij, als hij zichzelf en zijn broer niet net zo kwetsbaar had opgesteld als de figurerende bewoners, zeker de grenzen van het toelaatbare zou hebben

overschreden. Erik van Lieshout noemt dit een emotionele **grensoverschrijding** die nodig is om tot de werkelijke persoon achter de emoties te komen.

Het hele project, de film *Happiness* en de ‘Mobiele Snoezel’, valt duidelijk binnen het segment ‘Hoge betrokkenheid met kunst als doel’. Erik van Lieshout werkt hier feitelijk voor twee verschillende soorten publiek. Enerzijds een cultureel publiek binnen de kunstwereld, anderzijds een sociale maatschappelijk publiek. De tweeledige invulling van het project maakt dit duidelijk. Enerzijds de ‘Mobiele Snoezel’ die een maatschappelijke functie heeft, anderzijds de film *Happiness* die als kunstwerk bedoeld is. Van Lieshout gebruikte de opdracht die binnen een maatschappelijke context plaatsvond als basis voor een eigen project, de film *Happiness*, die hij vervolgens binnen de kunstwereld aanbood. Zoals eerder al opgemerkt is bij de film *Commission*, is het oprekken van de grenzen van een opdracht voor Van Lieshout bijna een must, het hoort bij zijn manier van werken. Men kan zich afvragen of de opdrachtgever wellicht met deze eigenschap rekening heeft gehouden.



Bronnen

www.cbks-hertogenbosch.nl
www.centrepompidou.fr/Pompidou/Manifs.nsf/
www.fbkvb.nl/toekeningen.nl
www.hollandartavenue.nl
www.kunstfort.nl/
www.sudsandsoda.com/notes/lieshout/
trendbeheer.com/.../de-winkel-van-erik-van-lieshout-zuidplein
www.volkskrant.nl/vk/nl/2676/.../tussen-strijd-en-samenwerking

Artikelen

Lütticken, S. *Erik van Lieshout's video shacks*. A-Prior nr. 12 p. 6-9. Maart 2006
Open 3. *Kunst in psychogeriatrische verpleeghuizen* (2003)

Afbeeldingen

Erik van Lieshout: 2 x De Snoezelbus 2003 (p.40)
Erik van Lieshout: *Happiness* 2003. Multimedia. Collectie FPM Dusseldorf (p.43)
Erik van Lieshout: *Happiness* 2003. Multimedia. Collectie FPM Dusseldorf (p.44)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.2. David Bade



Dankzij het winnen van de Prix de Rome in 1993, de deelname aan Couplet III in 1994 in het Stedelijk Museum in Amsterdam en een solotentoonstelling in het Musée d'Art Moderne in Nice vier jaar later, was David Bade (1970) meteen na zijn afstuderen als kunstenaar internationaal gevestigd. Zeventien jaar na deze vliegende start heeft hij een grote overzichtstentoonstelling in het GEM, Museum voor Actuele Kunst in Den Haag. Zijn werk is helder en los opgezet, karikaturaal en humoristisch, maar doortrokken van een rauw en soms ironisch commentaar. Ook zijn driedimensionale werk is spontaan en associatief door het gebruik van allerlei afval- en bouwmaterialen. Dit geeft zijn werk een informeel en absurdistisch karakter. Improvisatie is een woord dat bovenkomt bij zijn werk. Hij werkt snel, en de materialen die hij daarvoor kiest maken het mogelijk om die snelheid te handhaven. Een beeld kan in twee dagen ontstaan uit polystyreen. Inspiratie voor de voorstellingen haalt Bade uit de wereld van; het entertainment, de sport en de consumptie, maar ook uit die van de kunst, het geloof en het leven op straat. Vaak verwerkt Bade eerder autonoom werk later in installaties die soms permanent, soms tijdelijk van aard zijn. Hergebruik is een centraal aspect in zijn werk en zijn kunstwerken zijn dan ook nooit echt af. Bade vindt het zelfs een vreemd idee dat een kunstwerk ooit 'af' kan zijn. Alles kan veranderd worden of opnieuw gebruikt worden, ook kunstwerken.

In een interview (nps 4/4/10) gaf Bade toe dat hij al in een vroeg stadium van zijn carrière moeite had met zijn 'arrivé' zijn en zich de vraag stelde dat er 'toch meer moet zijn'. 'Het bleef vooral vlakje vullen en beeldje bouwen' (MetropolisM 18/03/2010). Ondanks het succes van zijn werk bleef Bade op zoek naar een directer contact, met de maatschappij, met het publiek. Een zoektocht die in 1998 leidde tot een samenwerking met dertig vmbo - leerlingen tijdens een educatief project in Museum Jan Cunen in Oss. Tijdens dit project ontdekte hij de dynamiek die uitgaat van maatschappelijke projecten. Hij zag ook in hoe waardevol de sociale component voor hem was en is, de directe communicatie met het publiek. Deze ervaring bracht grote veranderingen teweeg in Bade's werkwijze. Sindsdien heeft hij talloze projecten begeleid en realiseerde hij beelden in samenwerking met jongeren.

Groepen die net zo gemakkelijk uit kunstacademie studenten kunnen bestaan als uit lager- of niet opgeleide jongeren. Hij doet dat in de vorm van educatieve projecten en/of workshops waarin hij de rol van begeleider op zich neemt. Een groepsgebeuren waar onder zijn regie geïnteresseerden mee kunnen bouwen aan sculpturen. Voor Bade is daarbij het proces net zo belangrijk als het einddoel. Vanuit de kunstwereld werd er in eerste instantie met onbegrip gereageerd op deze sociale projecten. Bade zou uitgerangeerd zijn, De sociale projecten zouden een manier zijn om ‘bij te beunen’ zoals hij het zelf omschrijft tijdens een gesprek in Kunststof TV (4/4/10). Bade zag echter juist de sociale gebeurtenis als een wezenlijk onderdeel van zijn kunst. Engagement is volgens hem niet het verbeelden van maatschappelijk situaties, maar er iets mee doen: ‘*put your money where your mouth is*’ (Volkskrant 2/4/10). ‘Het publiek wil hij het liefst bevrijden uit hun keurslijf van wat moet en hoort. Hij wil zintuigen prikkelen en fantasie op hol doen slaan. Het publiek, dat nog nooit deelnam, wil hij bovenal tonen dat kunst wel degelijk iets kan betekenen behalve mooi zijn’ (NRC 3/4/10). De ‘totale consequentie van die ontwikkeling’ is het mede door hem in 2006 opgerichte Instituto Buena Bista (IBB), een kunstacademie in zijn geboorteplaats Curacao, een plek waar jong talent de kans krijgt zich te oriënteren op een kunstopleiding. (MetropolisM 18/3/10) Saskia Bronwasser schrijft over hem:

‘De Pietje Bell van de kunstwereld wordt volwassen door met één been uit de knuffelkunstwereld te stappen en goede daden te gaan verrichten. En dat niet eenmalig, zoals collega's wel eens doen, als project in de sloppenwijk bij een Biënnale. Niet verpakt als 'relational aesthetics', een alweer overgewaaide mode. Nee, structureel, met een school en leerlingen en geld en mensen die op hem rekenen. Het heeft hem offers gekost, ontwikkeling en roem waarschijnlijk, maar veel meer voldoening opgeleverd’ (De Volkskrant 2/4/10).

Dat David Bade een sociaal betrokken kunstenaar is blijkt uit meerdere dingen. Zo is zijn grote overzichtstentoonstelling in het GEM, Museum voor Actuele Kunst Den Haag ‘*Catch of the day*’ (2010) de eerste klimaatneutrale expositie in Den Haag. Tegenover de CO₂ - uitstoot die de tentoonstelling veroorzaakte, plaatste het klimaatfonds een reductie van een gelijke hoeveelheid CO₂. Ter gelegenheid van deze tentoonstelling werden twee ‘groene’ bussen gepresenteerd onder de naam ‘Catch the bus’. Eén van deze bussen was voorzien van een ontwerp van David Bade. Duurzaamheid is een thema waar Bade naar eigen zeggen grote affiniteit mee heeft en dat ook in zijn werk een veelvoorkomend aspect is. De bus zal tijdens de tentoonstelling van 27/03 tot 27/06/2010 rijden.

De laatste jaren betrok Bade steeds grote groepen mensen bij zijn werk. Dit maakte de expositie in het GEM Museum voor Actuele Kunst Den Haag tot een tentoonstelling die niet alleen werk van Bade toonde, maar dat van het werk van vele handen. Dat mensen betrokken blijven bij de projecten waaraan ze meewerkten bleek uit de groep bezoekers uit Liverpool die speciaal gekomen waren om ‘hun’ werk, de *Charity-boat*’ te bekijken tijdens de tentoonstelling. Met een smartphonetour, een initiatief van Bade waarbij de bezoeker van de tentoonstelling een rondleiding van Bade zelf kreeg via een internetverbinding op hun smartphone, lichtte hij de verschillende aspecten van zijn werk toe. De maatschappelijke betrokkenheid van David Bade, die uit zijn manier van werken blijkt maakt hem uitermate geschikt om deel uit te maken van dit onderzoek. Twee van zijn projecten worden verder geanalyseerd.

Bronnen

www.architectenweb.nl
www.arteswa.com
<http://badeblog.wordpress.com>
www.beeldenmagazine.nl/david-bade
www.cultuurarchief.nl/1003-david-bade
cultuurgids.avro.nl/front/archiefkunstuur.html/4-art/hans-den-hartog-jager-en-david-bade
www.dearchitect.nl/nieuws/2010/.../uitslag-sikkens-prijs.htm
www.dehallen.nl/tentoonstellingen/archief/david-bade
www.gemeentemuseum.nl/documents/upload/Kijkwijzer
www.hansdenhartogjager.nl/web/.../4-Art-David-Bade
www.kunstenpubliekeruimte.nl/kunstenaar
metropolism.com/archive/kunstenaars/david-Bade
www.sculptureinternationalrotterdam.nl/new
www.sikkensfoundation.org/nl/sikkensprijs/bade.html
www.tvblik.nl/dossier/david-bade
www.vijfde-seizoen.nl/015a_bade_verder
vrijeacademie.org/gemakgem-david-bade-catch-of-the-day

Boeken

Hardeman D & Stamps L. 2010. *David Bade catch of the day*. Waanders Uitgeverij Zwolle
Bade B. et al. 2010 *The Unwanted Land. Stories of Migration*. Waanders Uitgeverij Zwolle,

Afbeeldingen

David Bade in het GEM Museum voor Actuele Kunst Den Haag (p. 45)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

Projecten

4.2.1. Hang Out – Sit Down/Open Air Fitness Honk (22 maart t/m 30 mei 2010)



De gemeente Den Haag gaf David Bade de opdracht voor een sculptuur voor het schoolplein van de Hofstede Praktijk School in Den Haag. De opdracht werd door De Stroom Den Haag verstrekt met steun van het Fonds BKVB en de stichting Doen. Bade bedacht voor deze opdracht een hangplek voor het schoolplein. Een hangplek die mede vorm gegeven werd door de leerlingen van de school. Bade vond dat de leerlingen beter wisten hoe zo'n plek eruit moest zien dan hijzelf. Tijdens een drie maanden durende workshop, met sessies die zo'n drie uur duurden, werkten tweede- en derdejaars leerlingen van de school mee aan dit project. Elke klas van de tweede- en derdejaars leerlingen moest meewerken aan een onderdeel van de sculptuur. De eindfase en het 'brasvast' maken van de sculptuur werd door Bade zelf uitgevoerd. De plek waar het project 'Open Air Fitness Honk' uitgevoerd werd was het GEMAK, een kunstcentrum in Den Haag dat bedoeld is voor geëngageerde kunst; voor tentoonstelling die niet op zichzelf staan. Bade had de begane grond omgebouwd tot atelier waar hij samen met de leerlingen en twee leerkrachten aan het project werkte. Door deze samenwerking wilde Bade de jongeren zelfvertrouwen geven door ze de waarde iets te creëren te laten zien. Dit project liep gelijktijdig met de grote overzichtstentoonstelling van David Bade in het GEM Museum voor Actuele Kunst Den Haag. Via een internetverbinding konden de bezoekers van deze tentoonstelling live de vorderingen van het hangplek – project volgen.

Projectkenmerken

Bade was zelf **aanwezig** tijdens het project, waarin de leerlingen de **vrije** hand hadden om hun creativiteit uit te leven. In het materiaal waarmee de leerlingen konden werken was voorzien en het bestond, naast de gebruikelijke materialen waar Bade mee werkt, uit een oude speeltuin. De leerlingen, zelfs diegenen die naar eigen zeggen absoluut niet creatief zijn, of ‘goed in knutselen’, werden snel enthousiast. Hun aanvankelijke terughoudendheid was begrijpelijk gezien het feit dat ze hier niet helemaal vrijwillig aan meewerkten. Klassen werden op toerbeurt aangewezen om aan het project te werken. De **ontmoetingen** tussen kunstenaar en publiek waren dan ook niet toevallig, het is een project met een vooraf bepaalde **doelgroep**. Omdat het onderwerp van het project, een hangplek voor het schoolplein, herkenbaar was en aansluit bij de cultuur van de deelnemers, stapten de leerlingen snel over hun aanvankelijke twijfels heen om ‘kunst te moeten maken’. Deze in eerste instantie hoge **drempel** verdween door de **toegankelijkheid** van het project en onder invloed van het aanstekelijke enthousiasme van Bade zelf.

Ondanks de **interactie** tussen kunstenaar en publiek, de grote mate van vrijheid en de invloed van de leerlingen op de totstandkoming van het kunstwerk houdt Bade wel degelijk zijn einddoel voor ogen: het in **opdracht** te maken kunstwerk. De eindafwerking en het aanbrengen van de coating, waardoor het werk weer - en brasvast wordt, deed hij zelf. Dit geeft aan dat hij het eindproduct, het kunstwerk net zo belangrijk vond als het proces van de totstandkoming. Bade is hier **zowel kunstenaar als facilitator** Hij stelde ook dat hij bij deze projecten ‘... zijn toegevoegde waarde als kunstenaar voelt, maar dat hij geen welzijnswerker is. Hij komt om een goed ding te maken, de kwaliteit van het beeld, daar gaat het uiteindelijk altijd om!’ (Het Parool 7/4/10). Na drie maanden samenwerken tijdens de workshops nam Bade het resultaat daarvan over en werkte het zelf af. Hiervoor moest hij keuzes maken, reduceren en balanceren. Het resultaat daarvan, de sculptuur. *Open Air Fitness Honk*, toonde hij eerst op de tentoonstelling *Beeld Hal Werk* in Amsterdam Noord. Pas na afloop van de tentoonstelling werd het werk op zijn definitieve plek, het schoolplein van de Hofstede school, geplaatst. Het project is dan ook van naam veranderd; ‘*Hang Out – Sit Down*’.

Het live tonen van de voortgang van het project tijdens de overzichtstentoonstelling in het GEM Museum voor Actuele Kunst maakte het

proces zelf zelfs ook tot een kunstwerk. De grenzen tussen het **participerende**, sociale publiek en de kunstenaar werden daardoor onder druk gezet. Zijn de leerlingen publiek of onderdeel van het kunstwerk? Een onderscheid dat voor het culturele publiek, de bezoeker van de overzichtstentoonstelling ook niet helder was. Gaat het hier om een kunstwerk? Om een sociaal project? En in hoeverre waren de leerlingen zich bewust van hun rol tijdens dit project? Ook Bade maakte dus



een duidelijk onderscheid tussen **cultureel** en **sociaal** publiek. Enerzijds door het project als een onderdeel van de tentoonstelling op te stellen. Anderzijds door het eindproduct eerst binnen de kunstwereld te presenteren (*Beeld Hal Werk*) voordat het naar de opdrachtgever ging en daarmee uit de publieke ruimte verdween. Het project *Hang Out – Sit Down* besproken in de **media** omdat het project in relatie werd gezien met de gelijktijdig lopende overzichtstentoonstelling van Bade in het GEM Museum voor Actuele kunst. Binnen de kunstwereld werd het project onder de naam *Open Air Fitness Honk* besproken en in het kader van de tentoonstelling als een typische uiting van Bade's werkwijze gezien. De leerlingen van de Hofstedeschool waren erg enthousiast over de eigen gecreëerde Chill-plek. Het **effect** dat Bade voor ogen had, het zelfvertrouwen van de jongeren positief beïnvloeden, was daarmee bereikt.

Door de tweeledige **doelstelling** van de kunstenaar valt dit project in het segment 'Hoge betrokkenheid met kunst als doel', echter erg dicht tegen de grens met het segment 'Hoge betrokkenheid en maatschappij als doel' aan. Bade stelde het publiek duidelijk centraal in zijn werk en in zijn werkwijze, wat te herkennen was aan de hoge mate van participatie van en de directe interactie met het publiek. Het participerende publiek had daarnaast veel invloed op het proces. Hij verliest echter zijn doel, het maken van kunst, niet uit het oog. Uiteindelijk wil hij wel een goed product neerzetten. Bade werkte hier duidelijk voor twee soorten publiek, waarbij een deel van het publiek, het culturele publiek, weinig mogelijkheden had tot actief participeren.

Bronnen

www.buitenbeeldinbeeld.nl/BeeldHalWerk2010/Hangout.htm
www.essent.nl/actueel/2010/haagse-lijnbusse-rijden-op-groen-gas.html
www.denhaag.nl/.../GEM-en-Gemak-kleuren-groen-met-David-Bade
gemak.org/archive/2011-02-09/david-bade-in-gemak
www.hofstedepro.nl
<http://kunst.blog.nl/exposities/2010/03/24/david-bade-in-het-gem>
www.metropolism.com/previews/koning-chaos/
www.stroom.nl/nl/kor/project
www.stroom.nl/activiteiten/lezing_symposium
www.volkskrant.nl/David-Bade-catch-of-the-day
www.youtube.com/17-03-2010 David Bade praat over Catch of the Day in GEM (preview)

Interviews

www.nps.nl/page/programma/3769/kunststof-tv/aflevering/detail/david-bade
cultuurgids.avro.nl/front/detailkunst_03-05-2010
w.radio1.nl/.../14112-catch-of-the-day-van-david-Bade_23-03-2010
www.koffietijd.nl/kunst-cultuur/2010/05/david-bade
www.youtube.com/gemdavidbade-smartphonetours.m4v

Afbeelding

Scholieren van de Hofstede Praktijkschool aan het werk in het Gemak. (p. 48 links)
Hang Out –Sit Down op het schoolplein van de Hofstede Praktijkschool Den Haag. (p. 48 rechts)
David Bade. *Open Air Fitness Honk* tijdens de tentoonstelling Beeld Hal Werk in Amsterdam 2010 (p. 50)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.2.2. 20 x 20 = vet (8 t/m 17 augustus 2003)



Op het negentiende Theaterfestival Boulevard 2003 in 's-Hertogenbosch konden vrijwilligers en publiek tien dagen meewerken aan de monumentale sculptuur '20 x 20 = vet' van David Bade. Het was voor het eerst dat SKOR (Stichting Kunst Openbare Ruimte), op wiens initiatief Bade was uitnodigt, betrokken was bij de invulling van het beeldende kunst programma van het festival. De Boulevard is een groot podiumkunstenfestival in 's-Hertogenbosch. De bedoeling van het festival is om aanstormend talent landelijk op de kaart te zetten en bestaande samenwerkingsverbanden te verstevigen en uit te breiden. Hiervoor werd in 2003, 130.000 Euro uitgetrokken, waarvan 70.000 euro afkomstig was van het Fonds voor Podiumprogrammering en -marketing. De begroting van het festival lag rond de 1,5 miljoen Euro, en er werden zo'n dertigduizend kaarten verkocht. David Bade werd gevraagd om De Corridor vorm te geven, een grote steigerconstructie op het plein bij de Sint-Jan die het centrale deel van het festival vormt. Na JCI Vanderheyden is Bade de tweede kunstenaar die gevraagd werd om dit door Jeroen Doorenweerd ontworpen kunstwerk in te vullen. Bade creëerde, samen met bezoekers, een kunstwerk dwars door deze Corridor

Projectkenmerken

Ruim een week lang maakte Bade samen met zijn team en toevallige passanten een kunstwerk dat reageerde op de Corridor, het uit steigermateriaal opgetrokken bouwwerk dat Jeroen Doorenweerd drie jaar eerder had ontworpen voor De Boulevard. '20 x 20 = vet' was een amorf toren, twintig meter lang en twintig meter hoog die een pendant moest worden voor de toren van de Sint-Jan. Groepen

vrijwilligers en bezoekers konden, in de vorm van workshops onder leiding van Bade, meebouwen aan deze sculptuur. ‘Om het ook een sociale betekenis te geven’ aldus Bade. Hij wilde vooral laten zien dat kunst, naast heel hard werken, meer kon zijn dan louter iets om naar te kijken. Het was een **tijdelijk** project want na het festival brak Bade de toren weer af en werd het materiaal hergebruikt in een solo tentoonstelling in Haarlem. Het publiek kon dus, **spontaan participeren** in het proces, onder **regie** van de kunstenaar. Het was een **laagdrempelig** project op een publieke **locatie**. Het publiek moest enkel **bereid** zijn deel te nemen, nadat men een kaartje voor het festival gekocht had. Maar ‘...de niet te stuiten energie van David Bade werkte aanstekelijk en inspirerend’ (Moose 15/8/10). Het festival is een bekende en regelmatig terugkerende happening en krijgt ook veel aandacht in de lokale media. Ook de **context** en het concept van een tijdelijk kunstwerk dat tijdens het festival wordt gecreëerd waren bij het publiek bekend. Het **doel** van Bade was duidelijk sociaal, hij wilde het publiek betrekken bij het proces dat leidde tot het maken van een kunstwerk. Er was geen sprake van een scheiding tussen sociaal en cultureel publiek. Buiten een artikel van SKOR er geen aandacht besteed aan dit project door de kunstwereld. Het hele gebeuren werd niet vastgelegd, op wat foto’s na. De **ervaring** berustte op het op dat moment aanwezig zijn. De meningen waren verdeeld over het kunstwerk, de één noemde het een dieptepunt van Boulevard, anderen roemden de eclectische schoonheid ervan. Af was het maar één dag te bewonderen, want na het einde van het festival werd het weer gerecycled in andere installaties van Bade.

Dit project valt in het segment ‘Hoge betrokkenheid met maatschappij als doel’. Bade werkte duidelijk naar een kunstwerk toe maar het accent in dit project lag duidelijk meer bij de ervaring, bij het **proces**, dan bij het uiteindelijke kunstwerk. Dit wordt onderbouwd door Bade’s motivatie waarin hij duidelijk aangeeft dat het ging om de ervaring, het laten meebeleven van het publiek in het scheppen van kunst. Er was geen sprake van een scheiding van publiek. Het aanwezige publiek, dat deels cultureel was gezien de culturele context van het festival, kon **participeren** of **toeschouwer** zijn. Een tweede reden waardoor dit project binnen het segment maatschappij als doel geplaatst kan worden is het feit dat er niets is vastgelegd. Het project kon later niet binnen de kunstwereld getoond worden.

Bronnen

www.brabantsdagblad.nl/denbosch/boulevard

www.festivalboulevard.nl/contact

www.moose.nl/minirecensies/20-x-20-vet

www.nachtnetbrabant.nl/

ww.skor.nl/artefact

www.uitinbrabant.nl

www.omroepbrabant.nl/news/Theaterfestival+Boulevard

Afbeelding

David Bade. 20 x 20 = vet (2003), vooraanzicht. (p. 52 links)

David Bade. 20 x 20 = vet (2003), de Corridor.(p. 52 midden)

David Bade. 20 x 20 = vet (2003), binnenkant. (p. 54 rechts)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.3. Jeanne van Heeswijk.



Jeanne van Heeswijk (Schijndel 1965) is als kunstenaar meer geïnteresseerd in maatschappelijke dynamiek dan in de meer traditionele kunstuitingen. Deze maatschappelijke dynamiek geeft ze vorm in sociaal geëngageerde projecten; maar wel steeds vanuit haar visie als kunstenaar. Ze werd bekend met het project 'Ik + de Ander' (1994), een project over kunst en engagement dat ze samen met andere kunstenaars samenstelde voor het Rode Kruis. Sindsdien heeft ze, nationaal en internationaal, tal van projecten, opdrachten, processen en installaties vorm gegeven. Ze werd uitgenodigd Nederland te vertegenwoordigen op de Biënnales van: Venetië in 2003, Sjanghai 2008 en Liverpool 2010. Hier bracht ze de stedelijke veranderingen in kaart door middel van gesprekken met de bewoners van deze steden. Het resultaat van al deze gesprekken werd vastgelegd in een kaart, een tastbaar kunstwerk. Van Heeswijk is de verpersoonlijking van de *relationele esthetiek* van Nicolas Bourriaud in Nederland. Haar doel is het creëren van nieuwe publieke ontmoetingsruimtes om zo culturele productie te stimuleren. Deze ontmoetingsplekken en projecten moeten dienen als voedingsbodem voor de hedendaagse beeldende kunst. Ze was de initiator van Het Blauwe Huis in IJburg (2005-2009), een huis waarin vijfenvijftig kunstenaars en wetenschappers uit verschillende disciplines werden uitgenodigd om mee te denken over de ontwikkelingen van IJburg. Ze ontwikkelde ook culturele modellen voor de publieke ruimte. Zo bracht ze in 2002 in Columbus (Ohio USA) kinderen uit achterstandswijken ertoe ideeën over de vormgeving van hun leefwereld te ontwikkelen in een tot digitale werkplaats omgebouwde stadsbus. Tijdens het *Cinekidfestival* 2003 (Amsterdam) werd onderzocht of er voor dit project een Nederlandse versie ontwikkeld kon worden. Vanaf 1995 was ze betrokken bij de herinrichting van de Westwijk in Vlaardingen een project onder de naam *Until we meet again*. Een onderdeel van dit project was 'De Strip'. Een deelproject dat van 2002 tot 2005 liep waarin dat ze samen met een aantal culturele partners in een leegstaand winkelcentrum een centrum voor kunst en interculturele projecten opzette.

Haar projecten dienden ook als basis voor tentoonstellingen en publicaties binnen de kunstwereld. In 2004 maakte van Heeswijk een installatie voor Museum De Paviljoens. De installatie *Works, Typologies and Capacities 1993-2007*, representeerde haar netwerk van mensen en organisaties die betrokken waren bij haar projecten in de periode 1993 tot 2003. Jeanne van Heeswijk is dan ook een erkend en gewaardeerd kunstenaar binnen de kunstwereld. In 2002 ontving ze de Hendrik Chabot prijs voor haar hele oeuvre en in 2007 was er een tastbaar kunstwerk te zien in het Museum De Paviljoens, ter gelegenheid van de presentatie van haar oeuvre boek. Haar projecten worden wel besproken binnen de kunstwereld, maar meer in relatie tot de projecten die voor de kunstwereld zichtbaar zijn. Voorbeelden hiervan zijn haar kaarten, het resultaat van het letterlijk in kaart brengen van de grootstedelijk veranderingen tijdens de Biënnale van Sjanghai(2008). In deze projecten is ze zelf zichtbaarder in haar rol als kunstenaar. Wat echter onveranderlijk is in al haar kunstuitingen is het centraal stellen van mensen, onafhankelijk van haar rol als kunstenaar of als facilitator. De karakteristieken van haar werkwijze zijn de reden waarom Jeanne van Heeswijk opgenomen is in dit onderzoek. De projecten van Jeanne van Heeswijk zijn zo talrijk dat ik er één bespreek dat representatief is voor haar werkwijze. Daarnaast wil ik haar tentoonstelling in De Paviljoens bespreken om Jeanne van Heeswijk als kunstenaar, en haar werk in een bredere context weer te geven.

Bronnen

www.architectenweb.nl/aweb/redactie
www.biennial.com/
www.blauwehuis.org
www.cinekid.nl
www.dmovies.net/shanghai7
www.faceyourworld.nl/slotervaart.php
www.freehouse.nl/ www.InterArtLab.nl
www.jeannetworks.net
www.kunstenpubliekeruimte.nl
[www.youtube.com/jeanne van heeswijk](http://www.youtube.com/jeanne_van_heeswijk)
[www.youtube.com/face your world](http://www.youtube.com/face_your_world)
www.ahk.nl/bouwkunst/.../artists-in.../jeanne-van-heeswijk
www.uitnieuws.nl/.../chabot-museum-toont-jeanne-van-hees...
www.kunstweek.nl/verkiezing/kunstenaars/Heeswijk/
[www.wdw.nl/participant.](http://www.wdw.nl/participant)

Interviews

www.interArtlab.nl Interview met Jeanne van Heeswijk. 6 april 2010
www.bertina.nl/noem-mij-maar-portretschilder-jeanne.van Heeswijk.19-05-2010
www.nai.nl/dialogo/lezingen 13-01-2011

Publicaties

Heeswijk, J. 2007. *Emphaty as a radical Act: An argument fot re-scripting the city. Interact or Die*. V2 & NAI Uitgeverij Rotterdam

Wollfs et.al. 2003. *We are the World: Venice Biënale 2003*. Artimo Breda

Artikelen

Princen, N. & Uitermark. *Ik geef beeld aan discussies*. Interview met Jeanne van Heeswijk in *TSS, Tijdschrift voor sociale vraagstukken* 59. jrg. 5 p. 20-25

Afbeelding

Foto Jeanne van Heeswijk (p. 55)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.3.1. De Strip (2002-2004)



In **opdracht** van de gemeente Vlaardingen werkte Jeanne van Heeswijk aan het kunstproject *Until We Meet Again*. Een onderdeel van dit project is De Strip, een project waarmee de bewoners van de Westwijk betrokken werden bij de grote renovatie die de wijk tot 2005 onderging. Dit project werd ondersteund door gemeente Vlaardingen naast werkbudgetten van SKOR. De panden waarin De Strip zich vestigde zijn eigendom van woningstichting Waterweg Wonen en werden door hen ter beschikking gesteld tot de geplande verbouwing van start kon gaan. De panden stonden op dat moment al enige tijd leeg en de verbouwing liet nog anderhalf jaar op zich wachten. Een reden om voor het project van Van Heeswijk, De Strip, de ruimte ter beschikking te stellen. Van Heeswijk benaderde Museum Boijmans Van Beuningen om er een dependance te openen met wisselende tentoonstellingen, die in relatie stonden met de overige projecten in de ateliers van De Strip. Showroom MAMA en het Uit + thuis videomagazine van Peter Westenberg vestigden zich in de andere beschikbare ruimtes en organiseerden er diverse activiteiten voor de wijkbewoners. Er werden ook twee ateliers beschikbaar gesteld voor kunstenaars die er drie maanden konden werken, onder voorwaarde dat ze twee dagdelen per week workshops gaven aan belangstellenden. De motivatie van Jeanne van Heeswijk achter al deze initiatieven was het creëren van nieuwe publieke ontmoetingsruimtes. Zo wilde zij niet alleen bereiken dat de bewoners **participeerden** in dit kunstproject, maar ook dat ze meedachten over de ontwikkeling van de wijk. Kunst hoefde daarbij geen materieel object te zijn, maar vormde het **instrument** om communicatie mogelijk te maken, wat uiteindelijk kon leiden tot **bewustwording**. Een project is voor Van Heeswijk geslaagd als het proces dat zij in gang gezet heeft door de bewoners zelf in stand gehouden wordt en zij zichzelf overbodig gemaakt heeft. Het is dan ook de bedoeling dat dit project de aanzet is voor een kunstwijk in Vlaardingen na de renovatie van de Westwijk.

Project kenmerken

In overleg met de bewoners, buurtverenigingen en medewerkers van het jongerenwerk in de wijk werd er in een programma en faciliteiten voorzien die moesten voldoen aan de behoeften van de bewoners van de wijk. De Strip was een **samenwerkingsverband** van kunstenaars uit verschillende disciplines onder leiding van Jeanne van Heeswijk. In zijn openingstoespraak riep de directeur van Museum Boijmans Van Beuningen Chris Decron, het publiek op om contact met het museum op te nemen met ideeën en voorstellen voor de programmering. De **interactie** werd hiermee ingezet. Het gaf ook aan dat het in dit project om **participatie** en **ontmoetingen** ging, waarbij **kunst als middel** werd ingezet. Het programma van Museum Boijmans Van Beuningen voorzag in een bijzonder breed aanbod van tentoonstellingen: van kunstwerken die gerelateerd waren aan de wijk, kunstwerken met het thema Rotterdam en werken die Nederland vertegenwoordigden op de Biënnale van Venetië in 2003. Maar vooral in tentoonstellingen rond de thema's van de talrijke kunstenaars die Van Heeswijk in de verschillende ateliers en workshops in de winkels rondom de dependance huisvestte. Deze thema's, die elke drie maanden veranderden, vormden de rode draad in De Strip. Ze draaiden allemaal om de mensen in de wijk. Zo hadden kunstenaars een bak met klei beschikbaar gesteld waar jongeren twee weken lang hun opvatting van landschappen mee vorm konden geven. Anderen stelden camera's ter beschikking waarmee mensen hun woningen konden fotograferen, weer anderen nodigen bewoners uit voor het maken van een portretserie in de vorm van een gedicht. Het waren programma's waarin duidelijk een rol was weggelegd voor het publiek en die gericht waren op dat publiek. Het ging over hen en de plaats waar ze woonden. De resultaten van al deze workshops werden tijdens tentoonstellingen in de dependance van Museum Boijmans Van Beuningen gecombineerd met stukken uit de eigen collectie van het museum. Gedichten en fotoseries werden gebundeld en in de collectie van de lokale bibliotheek opgenomen. Sweatshop MAMA, een ruimte waar bewoners in samenwerking met kunstenaars kleding vervaardigden en versierden, wilde na verloop van tijd voldoende kleding en accessoires hebben om een boetiek te openen waar deze exclusieve kledinglijn getoond en verkocht werd. Stichting DOEN adopteerde het buurtcafé om er culturele bijeenkomsten te houden. In de ateliers werkten verschillende kunstenaars, sommige op uitnodiging van de initiatiefnemers,

aan eigen projecten en gaven workshops voor geïnteresseerden. Het aanbod ging van een heemkundekamer tot de feestplek 'Dirk' waar kunstenaar Jasper van de Made bouwde aan een huis waarin zijn visie op hedendaagse architectuur vorm gegeven werd. Elke gastprogrammeur moest hier iets achterlaten zodat dit huis kon groeien. Van de Made nodigde ook vrienden en kennissen uit om voor de Westwijkers te koken. Dee Jays vroeg hij om hun muziekkeuze ten gehore te brengen. In totaal waren er 319 deelnemers die samen 102 evenementen organiseerden. De kunstenaars die deze projecten begeleiden waren goed **zichtbaar**, anders dan Van Heeswijk zelf die in dit project meer de rol van **facilitator** had. Al deze initiatieven werden ingesteld op **participatie van het publiek**. Ze waren er zelfs van afhankelijk. Het project telde 48.500 bezoekers in 2 jaar, (dat zijn gemiddeld zo'n 66 bezoekers per dag). De negatieve uitspraken van de kunstcritici dat de drempel te hoog zou zijn, werden hiermee weerlegd. Wel werden de tentoonstellingen van Museum Boijmans Van Beuningen als moeilijk en elitair omschreven, maar toch interessant door de rondleidingen. Door, in overleg met de **doelgroepen** die ook in cultureel opzicht verschillen, een breed aanbod naar deze wijk te halen werd er een breed publiek aangesproken: van kunstproductie tot kunstverzameling, van eigen waarnemingen en het registreren tot andermans waarneming tot je nemen. Dit leidde tot, populair gezegd, een situatie waarin er 'voor elk wat wils' was. Het maakte het project ook **toegankelijk** en het **publiek bereid tot deelname**. Door het karakter van een aantal programma's gaven mensen een **intieme** kijk in hun leven en de onzekerheid die ze voelden door de veranderingen in de wijk. Het publiek, dat wel vooraf bepaald was, kon **spontaan** meedoen en werd **vrij** gelaten tijdens de verschillende kunstuitingen die onder begeleiding van kunstenaars plaatsvonden. Niettegenstaande de duidelijk verschillende kwaliteitsniveaus kwam alles op een gelijkwaardig niveau aan de orde.

Er bleef echter weinig tastbaars over van dit project ondanks de gebundelde gedichten van de portretworkshop, de keramiek en de kledinglijn. Het was duidelijk dat de **nadruk op het proces** lag, zonder naar een tastbaar einddoel toe te werken. Toch waren de **effecten** van het project zichtbaar. De woningcorporatie zocht, na afloop van De Strip, naar een vervolgmodule. De bewoners zeiden een beter gevoel over hun wijk te hebben gekregen. Het project kreeg veel belangstelling in de **media**. Zowel voor, tijdens als na de opening besteedden landelijk kranten meerdere artikelen aan De Strip, meestal op de cultuurpagina's. Ondanks het ontbreken van een tastbaar kunstwerk, waardoor dit project niet gemakkelijk een plaats kreeg

binnen het gevestigde kunstcircuit, was het door de deelname van culturele instellingen als Museum Boijmans van Beuningen wel zichtbaar binnen de kunstwereld.

Het project valt in het segment 'Hoge betrokkenheid met de samenleving als doel'. Er was sprake van een hoge betrokkenheid van het publiek, omdat het invloed uitoefende op het proces en de uitkomst. De **participatie** van het publiek werd centraal gesteld in dit project. Het werd **geconsulteerd** over de samenstelling van het programma. Een inbreng waar rekening mee gehouden werd bij de invulling van het programma. Het doel van het project lag duidelijk in de samenleving waarbij kunst als middel ingezet werd. Het proces leidde niet tot een tastbaar product, maar naar maatschappelijke ontwikkeling en **bewustwording**. Jeanne van Heeswijk was voor het publiek minder zichtbaar aanwezig tijdens dit project. Zij was duidelijk de initiator en had vooral een organisatorische rol. Toch werd De Strip gezien als een project van vooral Van Heeswijk, en als zodanig behandeld en besproken, voor zover dat gebeurde binnen de kunstwereld

Binnen het kader van het overkoepelende project *Until we meet again* wilde de gemeente Vlaardingen ook een tastbaar en blijvend 'object'. Dit werd gerealiseerd in de vorm van een beeldentuin, de Wester Buiten Salon (2004-2006). Deze tuin werd een doe-park, een urbane zone. Een uitnodigende plek waarin mensen elkaar kunnen ontmoeten en evenementen kunnen plaatsvinden. De bewoners werd gevraagd hun dagelijkse weg weer te geven. Deze looppaden dienden als een blauwdruk voor de aanleg van de tuin, waarin ook kunstwerken werden geplaatst. Dit deelproject werd door Van Heeswijk zelf begeleid. Zij koos de deelnemende kunstenaars uit, ze praatte met mensen om zo hun dagelijkse tochten in kaart te brengen en te vertalen naar een tuin. Het publiek had echter geen inspraak in de keuze qua beelden of directe invloed op de vormgeving van de tuin. De directe invloed van Van Heeswijk was hier duidelijker aanwezig. De betrokkenheid van de bewoners had nog steeds een hoge prioriteit, maar er was duidelijk minder sprake van directe participatie. Deze beeldentuin kreeg wel meer aandacht binnen de kunstwereld. Ook hier is een splitsing te zien binnen een maatschappelijk project, waaraan de kunstenaar deels een eigen invulling geeft. Ook Van Heeswijk werkt voor verschillende publieken. Door de deelname van Museum Boijmans van Beuningen was er tijdens de opening en de afsluiting van het project sprake van een cultureel publiek. Dit publiek was speciaal uitgenodigd.

Bronnen

www.ahk.nl/bouwkunst/actueel/.../jeanne-van-heeswijk/
www.archined.nl/.../boijmansfiliaal-in-naoorlogse-
www.architectureofconsequence.nl/...1.../1_850545
wwbb.nl/BuitenBeeld/wijk
www.cultuurarchief.nl/.../0605-buiten-beeld.htm
www.destrip-westwijk.net/
www.destrip-westwijk.net/histxt/acrchief
www.destrip-westwijk.net/histxt/reflecties.htm
www.destrip-westwijk.net/histxt/k2r.htm
www.domeinvoorkunstkritiek.nl/index
www.kei-centrum.nl
www.kunstenpubliekeruimte.nl/kunstwerk/de_strip_2002
[www.skor.nl/artefact. Pass travels: tussen sociaal engagement en stedelijk ontwikkeling](http://www.skor.nl/artefact.Pass%20travels%3A%20tussen%20sociaal%20engagement%20en%20stedelijk%20ontwikkeling)
<http://vroma-media.nl/project.asp>

Publicaties

Heeswijk, J, van. 2004. *De strip 2002-2004*, Artimo Breda

Afbeelding

Foto van de De strip.2002 (p. 58)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.3.2. Works, Typologies and Capacities 1993-2007 (2007)

De projecten van Jeanne van Heeswijk dienden ook als basis voor tentoonstellingen en publicaties binnen de kunstwereld. Ze was met haar werk een onderdeel van de tentoonstelling 'At Random? Netwerken en kruisbestuivingen' in 2004 in Museum De Paviljoens. Een



tentoonstelling over kruisbestuivingen tussen kunst, techniek en wetenschap. Het bracht vooral de netwerken en inspiratiebronnen van de betrokken kunstenaars in beeld. Kunstenaars die zich allemaal laten inspireren door het proces en geen uitgestippelde paden volgen. Wat de deelnemende kunstenaars verbond was een mentaliteit en een manier van werken. De tentoonstelling begon met de monumentale installatie van Jeanne van Heeswijk. Een 3D vertaling van haar website, getiteld *Works, Typologies and Capacities 1993-2000*. Deze uit 2.000 aardappelen opgebouwde installatie representeerde het netwerk van mensen en organisaties die betrokken waren bij haar projecten in de periode 1993 tot 2003. Het was vrij zeldzaam dat er een tastbare installatie van Van Heeswijk te zien was, al had ook deze niet het eeuwige leven gezien de grondstof. De monumentale installatie bestond uit 2.000 aardappelen van 27 verschillende rassen. De keuze voor aardappels als grondstof voor het kunstwerk had Jeanne van Heeswijk om twee redenen gemaakt. Ten eerste zijn de aardappelen een metafoor voor haar netwerk, omdat de aardappelrassen bepaalde kwaliteiten representeerden en daarvoor passende namen dragen, zoals 'de Eigenheimer' die Van Heeswijk voor de kunstenaars gebruikte en de Bintjes voor de educatoren. Ten tweede veranderen aardappelen onder invloed van tijd en omstandigheden. Ze muteren in grillige vormen die een eigen netwerk ontwikkelen, zoals ook menselijke netwerken veranderen onder invloed van tijd en omstandigheden. Dit kunstwerk gaf een opmerkelijk inzicht in de werkwijze van Van Heeswijk. Zij zit als het ware als een spin in een netwerk van relaties die ze kan mobiliseren, inzetten en aanspreken al naar gelang de vereisten van het lopende project. Het netwerk werd, weer in de vorm van een kaart, ontworpen door Maurits de Bruijn. Deze tentoonstelling is in dit onderzoek opgenomen omdat het Jeanne van Heeswijk als kunstenaar zichtbaar maakte, anders dan in haar rol als facilitator. Het

verruimt het onderzoek om projecten en kunstenaars in een breder kader dan alleen binnen dat van soortgelijke projecten te bekijken.

Projectkenmerken

Deze tentoonstelling was een project dat Van Heeswijk zelf begeleidde, zonder tussenpersoon. Hier was ze zichtbaar in haar rol als **kunstenaar** en niet als facilitator. Het **publiek** waar ze zich toe richtte was, anders dan in de sociaal-maatschappelijke projecten, cultureel geïnteresseerd. De installatie



ging echter over haar sociale publiek in haar projecten. Jeanne van Heeswijk had ook hier weinig **direct contact** met het publiek. De tentoonstelling kreeg door de bekendheid die ze geniet in haar kunstmaatschappelijke projecten veel aandacht in de **media** en in **de kunstwereld**. Haar projecten worden wel besproken binnen de kunstwereld maar de aandacht gaat vooral uit naar het werk dat tastbaar en zichtbaar is. Voorbeelden daarvan zijn deze tentoonstelling, of de kaarten waarop ze de stadsdynamiek in kaart bracht tijdens de Biënnale van Sjanghai in 2008. Binnen de kunstwereld worden haar inspanningen en volharding omtrent de maatschappelijk projecten wel besproken, maar dan vanuit een kunsttheoretisch standpunt, aangezien collega kunstenaars die in dezelfde traditie werkten en ondertussen opgenomen zijn in het reguliere kunstcircuit, deze projectstijl al weer achter zich hebben gelaten. Van Heeswijk volhardt echter in wat door de kunstwereld omschreven wordt als ‘haar missie’. Naar aanleiding van deze tentoonstelling verscheen ook haar oeuvre boek *Systems* dat tijdens de opening van *At Random* werd gepresenteerd.

Van Heeswijk ziet zichzelf meer als een intermediair. Iemand tussen een situatie, een ruimte, een buurt en de mensen die hiermee verbonden zijn. Handelen, ontmoeten en communiceren zijn haar instrumenten. Ze creëert tussenruimtes en contexten waarin nieuwe relaties tot stand kunnen komen. Ze noemt het zelf ‘*Urban Curating*’. Vaak roept haar werk de vraag op of het hier om kunst gaat of om ideologie en idealisme. Het aardappelnetwerk toonde aan dat zij als een spin in een web de touwtjes in handen houdt, ze creëert, maakt mogelijk en onderhandeld. Dit

doet ze met de mensen die deze zaken mogelijk kunnen maken zoals beleidsvoerders, kunstenaars en bedrijven. Toch was ook deze tentoonstelling meer gericht op het in beeld brengen van haar werk als facilitator dan op het kunstwerk zelf, vandaar ook de vergankelijke grondstof. Ook hier stelt zij het ontmoeten centraal. Een verschil met haar projecten was dat er bij deze tentoonstelling een **sociaal** publiek ontbrak. Door de **locatie** was er enkel en alleen sprake van een **cultureel** publiek. Van Heeswijk had, naast een lezing voor geïnteresseerden geen acties ondernomen om het publiek op een andere manier te betrekken bij dit werk, of een vorm van interactie aan te gaan. Dit plaatst deze tentoonstelling, ondanks het onderwerp in het segment 'Lage betrokkenheid met kunst als doel'. Het is duidelijk dat Van Heeswijk hier als kunstenaar optrad, met het doel kunst te laten zien. Werk waar verder geen sociaal publiek bij betrokken werd.

Bronnen

www.depaviljoes.nl
www.rotterdam.nl/netwerkaardappeleigenheimer
www.chabotmuseum.nl/.../110407persinfo_Heeswijk.html -

Artikel

Ruyters, D. 2008. *Jeanne van Heeswijk Systems*. The green box Kunst Editionen. Berlijn

Afbeeldingen

Jeanne van Heeswijk. *Works, Typologies and Capacities 1993-2007* (2007) p. 63
Jeanne van Heeswijk. *Works, Typologies and Capacities 1993-2007* (2007) p. 64

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.4 Aernout Mik.



Aernout Mik maakt video installaties waarin hij op een unieke manier de psychosociale status van onze maatschappij in beeld brengt. Hij is geen videokunstenaar pur sang, daarvoor is zijn werk te gedifferentieerd. Hij brengt video, live-performance, fotografie en sculptuur samen. Hij regisseert niet alleen gedrag maar ook de verschillende lagen van realiteit en de fysieke ervaring van de ruimte zelf. Aernout Mik is een internationaal bekende en veel gevraagde kunstenaar. Hij heeft zowel in Nederland als internationaal een indrukwekkende lijst van tentoonstellingen opgebouwd. Zo nam hij deel aan groepstentoonstellingen in het Stedelijk Museum Amsterdam (2002), The National Art Centre in Tokyo (2010) en vertegenwoordigde hij Nederland op Biënnales in Sao Paolo (1991), Venetië (1997), Melbourne (1999) en in Venetië (2007). In 2000 heeft hij een solotentoonstelling in het Institute for Contemporary Art (Londen) en een (bijna) oeuvre overzichtstentoonstelling in het Van Abbe Museum in Eindhoven. Het Stedelijk Museum bracht in 2002 en 2003 grote overzichtstentoonstellingen van hem, en in 2009 was hij te zien in New York in het Museum of Modern Art, met een solotentoonstelling. In 2012 is er een overzichtstentoonstelling gepland in het Stedelijk Museum Amsterdam in samenwerking met Jeu de Paume in Parijs (2011) en het Folkwang Museum Essen (2011). In 1998 ontving hij de Sandbergprijs en in 2002 de Dr. A.H Heinekenprijs voor de kunst. ‘voor zijn consistente oeuvre van video-installaties, waarin hij het medium video gebruikt in combinatie met andere artistieke middelen. Zijn werkwijze heeft een grote invloed op de huidige generatie videokunstenaars in Nederland’ (NRC. 28/8/97). Veel musea in binnen- en buitenland hebben zijn werk aangekocht voor hun collecties. Kortom, Aernout Mik is een internationaal erkende en succesvolle kunstenaar.

In zijn werk stelt Aernout Mik actuele politieke en sociaal-maatschappelijke thema's en spanningen aan de orde. Vooral hoe deze in de media weergegeven worden. Zo laat hij thema's als oorlog, racisme en economische crisis zien zonder ze direct in beeld te brengen. Dit doet hij door middel van video-installaties die een vreemde werkelijkheid oproepen. De omgeving is voor de kijker herkenbaar, van thuis of van televisie, maar door de gebeurtenissen die zich in deze video's afspelen treedt er een vervreemding op. De verbeelde situaties zijn dan ook geësceneerd.

Mensen worden van buitenaf gemanipuleerd, in situaties die gecreëerd zijn door Mik, maar die voor de toeschouwer alleen door absurdistische details van de werkelijkheid te onderscheiden zijn. Mik wil daarmee ruimte creëren van waaruit, door het publiek, nagedacht kan worden over actuele problemen in de wereld. Hij wil niet relativiseren of oordelen maar de aandacht vestigen op de mechanismen van bijvoorbeeld geweld of macht. Mik richt zich daarbij op het ontstaan en het verdwijnen van processen met een focus op het omslagpunt. Het punt wanneer een situatie omslaat in het tegendeel. Dat brengt hij vervolgens in beeld. Mik's werk heeft altijd een relatie met de actualiteit maar bevindt zich eigenlijk daarbuiten. Op basis van deze maatschappelijk betrokken onderwerpen in zijn werk werd Aernout Mik geselecteerd voor dit onderzoek. Vanwege de diversiteit in de totstandkoming van zijn videopresentaties zal ik een aantal van zijn videoprojecten bespreken. Deze geven een goed inzicht in zijn werkwijze en brengen daardoor zijn maatschappelijke betrokkenheid goed in beeld. Naast zijn video presentaties bespreek ik een wat ouder project van hem; het AAP project, omdat dit zijn maatschappelijke betrokkenheid in een breder perspectief plaatst.

Bronnen

artatelier.com/archieaernoutmik.html
www.ica.org.uk
www.knaw.nl/pages
www.kunstenpubliekeruimte.nl/kunstenaar_352.html
metropolism.com/archive/kunstenaars/aernout-mik/
www.moma.org www.kunstkanaal.net/kunst/aernout+mik.html
www.museum-folkwang.de/en/exhibitions/future-exhibitions/aernout-mik.html
www.rabokunstcollectie.nl
www.stroom.nl/
www.vanabbemuseum.nl/chroot/htdocs/archief
www.videoartworld.com/beta/artist
www.vpro.nl/programma/ram/afleringen/9949782
www.vpro/programma/zomergasten

Publicaties

Kardish, L. 2009. *Aernout Mik*. Museum of Modern Art. New York

Afbeelding

Foto Aernout Mik op de set van *Schoolyard* (2009) p. 66

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I.

Projecten

4.4.1. Video installaties

Zijn solotentoonstelling ‘*Communitas*’, die vanaf 1 maart 2011 in Jeu de Paume in Parijs te zien is toont een overzicht van Mik’s video installaties van de afgelopen dertien jaar. Het kernstuk van deze tentoonstelling is de nieuwe video-installatie ‘*Shifting Sitting*’ (2011), een werk dat hij in opdracht van drie musea maakte. Na Parijs zal de tentoonstelling te zien zijn in Museum Folkwang in Essen (Duitsland) en in 2012 in het Stedelijk Museum in Amsterdam. *Shifting Sitting* is de uitkomst van een langlopend onderzoek van Aernout Mik naar de verschillende vormen van democratie in Europa. Hierbij speelt de figuur van Berlusconi en het vervagen van de grenzen tussen politiek, rechtspraak en media een belangrijke rol. De video-installatie wordt als een drieluik gepresenteerd en de drie afzonderlijke televisie schermen laten verschillende vormen van bijeenkomsten zien, variërend van rigide tot losse structuren. De scènes spelen zich af in een rechtszaal waar vijf mannen (zakenmannen of politici - waarvan sommige een zekere gelijkenis vertonen met Berlusconi) worden ondervraagd. De film is deels samengesteld uit documentair filmmateriaal dat Mik selecteerde uit nooit eerder getoonde beelden, afkomstig uit de archieven van diverse internationale persbureaus zoals ITN/Reuters en AP. Het gaat hem om beelden van bijeenkomsten van groepen mensen, variërend van rechtszittingen, parlementaire zittingen, demonstraties en op vrijwillige basis georganiseerde bijeenkomsten. Het materiaal moet een inzicht bieden in democratisch processen. Mik manoeuvreert hier tussen twee uitersten; enerzijds laat hij min of meer spontane bijeenkomsten met losse open verbanden zien, zoals bij de Maagdenhuis bezetting in 1969, anderzijds meer dwingende en repressievere structuren zoals de processen tegen de Rode Brigades. Hij brengt de ambitie van individuen naar macht (Berlusconi) in beeld, versus coöperatieve manieren van oordelen en organiseren (Dennendal affaire). Wat de beelden vooral doen is de toeschouwer confronteren met zijn gebrek aan vrije wil en het overgeleverd zijn aan collectieve tendensen. Door de manier waarop Mik de beelden samenbrengt lijken er precare situaties te ontstaan die ineens om zouden kunnen slaan. Dit spanningsveld



waarin hij de momenten van emotionele dwalingen, dwangmatigheden en afhankelijkheden van de mens zichtbaar worden gemaakt wisselt hij af met de heldere momenten waarop redelijkheid, menselijke gelijkwaardigheid en rust verschijnen. Mik's werkwijze in dit werk/project geeft het publiek weinig ruimte voor een andere invulling dan die van toeschouwer. Hij werkt volledig autonoom aan



deze video-installatie, die ook alleen binnen de kunstwereld wordt vertoond. Daarom is het aannemelijk dat hij zich met deze installatie, ondanks het maatschappelijk politieke thema, enkel tot een cultureel publiek richt. Een publiek dat geen enkele invloed uitoefent op het proces of de totstandkoming van het werk en alleen als toeschouwer betrokken is bij het kunstwerk. Het in opdracht gemaakte werk *Shifting Sitting*, kreeg financiële steun van het Fonds Beeldende Kunst, Vormgeving en Bouwkunde (fonds BKVB), het Nederlandse Fonds voor de Film en de Europese Culturele Stichting. Voor dit werk maakte Mik gebruik van niet vertoond documentaire materiaal uit de archieven van onder andere *Independent Television News* en *Reuter*. Een werkwijze die hij ook toepaste voor *Raw Footage* (2006), een film over de oorlog in het voormalige Joegoslavië. Uit dit 'rest materiaal' stelde hij films samen die de verwarrende en angstaanjagende sfeer van oorlog bijna voelbaar maakten voor de toeschouwer. Maar voor zijn films en video- installaties gebruikt hij steeds verschillende werkwijzen. Voor *Scapegoat* (2006), een film die ook de oorlog in Joegoslavië in beeld bracht, maakte Mik geen gebruik van bestaande beelden maar zette hij zelf alles in scene. Hij creëerde de situaties letterlijk op een filmset met acteurs. Beide films, *Raw Footage* en *Scapegoat*, werden met elkaar gecombineerd en naast elkaar getoond tot er een 'bijna' realiteit ontstond. In zijn geënceneerde films figureren professionele acteurs. Zo was *Two Minds* (2003) een co-productie met Toneelgroep Amsterdam. Voor de presentatie van deze video creëerde Aernout Mik twee identieke ruimtes die gescheiden werden door een doorzichtige wand waarop beelden in wisselende snelheid geprojecteerd werden. Het publiek stond in een 'supermarkt' die identiek was aan de ruimte waar de live - performance van

Toneelgroep Amsterdam plaatsvond. De acteurs gedroegen zich vreemd en hun intenties waren vaag. Er zat een patroon in de activiteiten maar geen begin of einde. Was het een komedie of een tragedie? Acteurs en publiek waren zich bewust van elkaars aanwezigheid, maar ook van de gefilmde realiteit die hen zowel scheidde als verbond. Door deze verschillende realiteiten over elkaar heen te schuiven wilde Mik het bewustzijn van de toeschouwer onderzoeken. Is het een droom of is het de sensatie van een droom die je kon overvallen in het alledaagse leven? Tijdens de opnames van de film liet hij de groep acteurs deels zijn eigen dynamiek bepalen. In een interview met *MetropolisM* (2007.3) lichtte hij dit toe: ‘De groep oefent een ongelooflijke zuigkracht uit. Het is een mirakel dat zodra een aantal mensen op een filmset bij elkaar wordt gezet er binnen een half uur een eigen dynamiek ontstaat en de groep zijn eigen plan trekt’. Deze werkwijze gebruikte hij ook om andere thema’s te verbeelden. Zo versloeg hij in *Middelmen* (2001) een dag op de beurs. Beelden van een met papieren bezaaide beursvloer waar mensen uitgeput of verslagen rondgingen. De getoonde beelden gaven ook hier weer geen uitsluitsel over de werkelijke toedracht. Het werd aan de kijker overgelaten om tot een conclusie te komen. Het was met de economische crisis een aantal jaren later een bijna profetisch



werk. Maar ook hier ging het om een geënceneerde werkelijkheid net als in *Schoolyard* (2009). In deze film suggereerden de beelden een oproer op een school. Door een aantal absurdistische scènes wist de toeschouwer dat het niet om een gefilmde werkelijkheid ging maar om een inscenering. De aanleiding voor de in beeld gebrachte oproer bleef echter voor de kijker buiten beeld. De films van Mik zijn er dan ook altijd op gericht een verontrustende sfeer te creëren. Het publiek wordt daardoor aangezet om te reflecteren over datgene wat het ziet.

Projectkenmerken

Verder dan het bepalen van een eigen groepsdynamiek reikt de **vrijheid** van de medewerkers echter niet. Mik houdt de regie tijdens de opnames duidelijk in eigen hand. Hij heeft een **doel** voor ogen en dat ligt bij het maken van kunst. De **participanten** in zijn projecten zijn voor hem een middel om maatschappelijke thema aan de orde te stellen. Er is dus weinig sprake van **participatie** van het publiek. Het is zelfs de vraag of hier sprake is van een publiek omdat de deelnemers vaak ingehuurd worden door Mik, wat ze per definitie geen publiek maakt maar ‘materiaal’. Het is duidelijk dat Mik’s werk niet bedoeld was voor deze deelnemers. De **communicatie over en weer** die plaatsvond, gaat niet verder dan die van de kunstenaar en het materiaal waar hij mee werkt, in dit geval de mensen die figureerden in zijn films. De films werden uitsluitend binnen de **kunstwereld** getoond en het publiek ging naar musea, Biënnales en galeries om ze te zien. Er kon geen **interactie** plaatsvinden omdat de kunstenaar niet aanwezig was. Het gebruikte medium liet enkel ervaren door kijken toe. Het publiek kwam niet **toevallig** of **spontaan** in aanraking met dit werk maar moest gericht actie ondernemen, met andere woorden, er was geen sprake van een lage **drempel**. Mik wil door zijn werk als kunstenaar ruimte voor discussie creëren. Hieruit spreekt voor hem een verlangen om kunst weer in de maatschappij te plaatsen. Discussies die overigens niet bekend zijn onder een breed publiek en ook niet met het publiek gevoerd worden. Artikelen in de **media** zijn alleen te vinden op de kunst- en cultuurpagina’s. Het is dan ook Mik zelf die een engagement aangaat met maatschappelijke thema’s maar niet via of met het publiek. Daarbij komt nog dat de vervreemding in zijn werk de **toegankelijkheid** niet bevordert, ondanks de vermeende herkenbare omgeving zoals de supermarkt in *Two Minds* of het schoolplein in *Schoolyard*. Dit in combinatie met de relatief hoge drempel maakt het aannemelijk dat Aernout Mik zich vooral richt op een **cultureel** publiek. Hij hoopt wel bij dit publiek een bewustwording te creëren. Mik’s **opdrachten** worden meestal vanuit de kunstwereld **gefinancierd**.

Met een duidelijk focus op kunst en een lage directe betrokkenheid van het publiek hoort het werk van Aernout Mik in het segment ‘Kunst als doel met een lage betrokkenheid’. De thema’s die hij in beeld brengt zijn zonder uitzondering sociaal, politiek en maatschappelijk gerelateerd. De mensen die in zijn werk participeren doen dit als figuranten, als materiaal, waardoor er geen sprake is van een interactie.

Deze deelnemers waren zich wel bewust van het feit dat ze aan een kunstwerk meewerkten. Ze hadden echter, ondanks hun relatieve **vrijheid** in de invulling van hun rol, geen invloed op het proces dat leidde tot het kunstwerk. Een **sociaal** publiek ontbrak hier en het culturele publiek ging bewust op zoek naar het werk binnen de grenzen van de kunstwereld. De kans op een toevallig publiek werd hierdoor erg klein. De video installaties van Aernout Mik worden alleen binnen de kunstcritiek besproken. Dit alles maakt het aannemelijk dat hij zich enkel en alleen tot een cultureel publiek richt.

Bronnen

cultuurgids.avro.nl/front/detailkunstuur.htmlwww.groene.nl/bericht/2011-03-07/aernout-mik-in-jeu-de-paume
www.fondsbkvb.nl/toegekend/toekenning.php
www.hansdenhartogjager.nl/web/.../4-Art-Aernout-Mik.htm
www.metropolism.com/magazine/2007-no3/staat-van-onzekerheid/aernout-mik
www.museum-folkwang.de/en/.../future.../aernout-mik.html
www.museumserver.nl/museumkrant/editie53
www.nieuwsbank.nl/inp/2002/04/15/K158.htm
www.nytimes.com/2009/05/22/arts/design/22mik
www.8weekly.nl/artikel/4688/rae-footage-scapgoats-aernout-mik
www.stedelijk.nl/.../stedelijk-museum-medeopdrachtgever-n...
<http://www.youtube.com/watch/> Aernout Mik discusses his exhibition at MoMA
www.wv.nl/2004/0dv_mik.htm
www.videoartworld.com/beta/artist_16.html
www.whattoseeinparis.com/aernout-mik-paris

Publicaties

Mik, A: 2005. AC: *Dispersion Room Reversal Room*
Mik, A. 2005. *Refraction*
Mik, A, et.al. 2007 *Citizens And Subjects*

Afbeeldingen

Aernout Mik. *Shifting Sitting* Video.2011 (p.68)
Aernout Mik. *Shifting Sitting* Video.2011 (links p. 69) 1
Aernout Mik. *Raw footage*. Video 2006 (midden p. 69)
Aernout Mik. *Scapegoat*. Video 2006 (rechts p. 69)
Aernout Mik. *Two Minds*. Video 2003 (links p. 70)
Aernout Mik. *Middelmen*. Video 2001 (midden p. 70)
Aernout Mik. *Schoolyard*. Video 2009 (rechts p. 70)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.4.2. AAP (1998)

In 1998 bedacht Aernout Mik in opdracht van de Sint Maartenskliniek en het aanpalende revalidatiecentrum een interactief kunstwerk genaamd 'AAP'. Voor dit werk kreeg hij een werkbudget van SKOR. 'AAP' was een goed voorbeeld van kunst in de openbare ruimte die



ontstond in de jaren negentig. Het was een kunstwerk dat niet om beschouwing maar om beleving vroeg, en het ging daarbij een dynamische relatie met het publiek aan. 'AAP' moest patiënten vermaken tijdens hun verblijf in een revalidatiekliniek. Dit deed hij door mensen die op de boomstam tegenover hem gingen zitten uit te nodigen voor een spelletje boter, kaas en eieren. In het licht van de locatie werd er bewust gekozen voor dit spelletje, omdat het op een elementair niveau het cognitieve met het motorische verbond. De robotaap, een orang-oetang, had aan zijn linkerarm een beweegbare wijsvinger om de vakjes op het speelbord aan te raken. De romp en kop (ogen, oogleden en mondhoeken) konden bewegen en gaven hem een levensechte uitstraling. Dit werd nog versterkt door de hoge aibaarheidsfactor. Door de toepassing van technieken die gebruikt worden bij kunstmatige intelligentie, beschikte de aap over menselijke trekjes. Zo kon de robotaap een slechte dag hebben en geen zin hebben in een spelletje, of een dutje doen. Als hij dan geaaid werd was de kans wel groot dat hij weer bijdraaide. Door infrarood sensoren en microfoons die een beeld genereerden van de omgeving leek de robotaap op een bijna levensechte manier te reageren. Hij reageerde op harde geluiden door zijn hoofd die kant op te draaien of inderdaad in slaap te vallen als er een tijdje geen omstanders waren geweest. Een mooi detail was het feit dat zijn rechterarm in een mitella zat. Hij zat immers niet voor niets in een revalidatiecentrum. De robotaap had een eigen domein gekregen met attributen die verwezen naar zijn oorspronkelijke omgeving en die zijn verblijf in de kliniek moesten veraangename. Het ging om een permanent project dat opgesteld werd in de hal van de kliniek. Het is een kunstwerk dat een brug wilde slaan tussen wat Mik aanduidde als 'de beschadigde' mensen die in de kliniek revalideerden en de 'normale' wereld. Dit deed hij door deze totaal niet in de omgeving passende revaliderende robotaap neer te zetten. 'AAP' is gemaakt door

een klein opstartend bedrijf, DEMCON. Het was hun eerst grote project; een gerobotiseerde aap in opdracht van de kunstenaar Aernout Mik.

Projectkenmerken

Aernout Mik maakte dit werk in **opdracht** van de zorginstelling Sint Maartenskliniek, met een **werkbudget** van de Stichting Kunst Openbare Ruimte. 'AAP' is exemplarisch voor de manier waarop Mik situaties en plekken ontdoet van hun gebruikelijke functie en menselijk en dierlijk gedrag in beeld brengt. Het werk maakte geen deel uit van de efficiënte ziekenhuisomgeving maar was tegelijkertijd een verbindend element tussen personeel, patiënten en bezoekers. Met het werk gaf Mik uitdrukking aan de onduidelijke status die de beschadigde mens in de samenleving heeft. Met 'AAP' bouwde hij, net als met veel van zijn werk een decor voor de medemens. Een omgeving die de **kijker** confronteert met zijn eigen (groeps)gedrag. De robotaap heeft een publieke functie. Niet alleen patiënten maar ook de bezoekers en het personeel kunnen een **interactie** aangaan met dit kunstwerk. Mensen praten met de robotaap en aaien hem. Het primaire doel van dit project was om de patiënten wat afleiding te bieden in hun dagelijkse sleur. De kliniek had voor dit dier gekozen omdat een aap niet alleen vertederend werkt, maar ook qua gedrag overeenkomsten vertoont met een mens. Het **doel** van dit werk was dus duidelijk maatschappelijk. Van **betrokkenheid** van het publiek voor of tijdens de totstandkoming van het kunstwerk was geen sprake. Interactie vond plaats tussen het publiek en het kunstwerk nadat het werk af was. Mik was als kunstenaar niet **zichtbaar** voor het publiek en had ook geen contact met het publiek. **Participatie** verwachtte hij tussen het publiek en het kunstwerk. Het **effect** van dit kunstwerk was groot. Bezoekers bleven wat langer hangen en patiënten reageerden positief op het kunstwerk. Het is onduidelijk of het publiek zich bewust was van het feit dat het te maken had met een kunstwerk. De **media** besteedden weinig aandacht aan dit project, op een enkel artikel in de Volkskrant en NRC na. In deze artikelen werd het 'AAP' project slechts zijdelings genoemd in relatie tot andere werk van Aernout Mik. Binnen SKOR werd het project met een enkel artikel besproken. Er werd binnen de **kunstwereld** nauwelijks aandacht aan het project besteed. Er is enkel sprake van een sociaal publiek. Het publiek dat in aanraking kwam met het kunstwerk was een door de opdrachtgever vastgestelde **doelgroep**: de revaliderende

patiënten. Dit maakt dat het publiek in zekere mate **toevallig** en **spontaan** met het kunstwerk in aanraking kwam. Door de herkenbare situatie, de revalidatie, had het project een **lage drempel** en was het publiek **bereid tot deelname**. De interactie vond plaats tussen het kunstwerk en publiek in de vorm van het spelen van het spelletje ‘boter kaas en eieren’ met de robot. De betrokkenheid van Mik lag niet in de interactie met het publiek, maar in een persoonlijke betrokkenheid met een maatschappelijke **thema**. Begin 2011 kwam het project weer in de belangstelling omdat er sprake was van een eventuele reactivering. ‘AAP’ had lang gefunctioneerd in de kliniek maar stond sinds 2008 vanwege onderhoudsgevoeligheid in opslag. Nu wordt hij onderdeel van een reeks onderzoeksprojecten van CAMeRA, een multidisciplinair onderzoeksinstituut aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Gekeken wordt naar het functioneren van de robot en naar zijn toegevoegde waarde als kunstwerk.

Dit kunstwerk hoort binnen het segment ‘Lage betrokkenheid met de maatschappij als doel’. Mik had weliswaar de intentie om een kunstwerk te maken, maar door de toepassing verdween dit aspect naar de achtergrond. Vooral omdat het publiek zich er niet van bewust was dat ze met een kunstwerk te maken hadden. Het publiek werd noch in het voortraject noch in de uitvoering betrokken. Het waren de opdrachtgever en Mik die bepaalden wat er gebeurde. Hierdoor werd het publiek weliswaar bij het eindproduct betrokken, maar alleen omdat het daartoe bereid was. Dit was een project dat noch binnen de kunstwereld noch in de maatschappij erg zichtbaar was. Informatie erover was dan ook moeilijk te vinden.

Bronnen

www.kennislink.nl/publicaties/robotaap-speelt-met-je
www.kunstenpubliekeruimte.nl
lkpr.nl/index/symposia
www.skor.nl
www.demcon.nl/corporate-demcon/bedrijfsprofiel/historie

Afbeelding

Aernout Mik. *AAP*. Multimedia. 1998 (p. 73)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I.

4.5. Jonas Staal



Beeldend kunstenaar Jonas Staal maakt contextueel werk. Hij kijkt hoe beelden in een andere context werken en van betekenis veranderen. Hij noemt dit ‘het maatschappelijk testen van beelden’. Staal scherpt met zijn politiek beladen acties en installaties het denken over de openbare ruimte op een sterk tot de verbeelding sprekende manier. Zijn werk manifesteert zich in de vorm van interventies in de publieke ruimte, tentoonstellingen, lezingen en publicaties, zowel nationaal als internationaal. In zijn werk betreft hij nadrukkelijk politieke onderwerpen en ontwikkelingen, waarin hij vanuit een Beuysiaanse interpretatie de democratie als totaalkunst benadert. *Jeder mensch ist ein Künstler* stelde Beuys. Dit uitgangspunt vertaalt het begrip ‘totaalkunst’. Staal vertrekt vanuit de visie dat kunst niet autonoom kan zijn. Het is een ander soort activisme, dat niet zozeer aanklaagt wat goed en fout is, maar inzicht biedt in mogelijk interpretaties van de wereld van alledag. Door mensen bewust te maken van de meerduidigheid van de wereld, stelt men ze een vraag naar hun eigen verantwoordelijkheid. Alleen op die manier kan er een kunst ontstaan die in het leven geïntegreerd is; een totaalkunst. Het co-auteurschap met de politiek acht hij hierin een noodzakelijk onderdeel. In zijn essay ‘Post-propaganda’ (Fonds BKVB, 2009) legde hij het theoretisch kader vast voor zijn werkwijze, die zich ondertussen heeft vertaald in directe samenwerking met diverse politieke partijen. Voorbeelden van zijn aanpak zijn de inmiddels beruchte ‘Geert Wilders Werken’, kleine altaartjes met foto's, waxinelichtjes en rouwbloemen die in 2005 regelmatig in Rotterdam en Den Haag opdoken. Hij onderzocht hiermee de persoonscultus als een fenomeen van het Nederlands populisme. Deze eenentwintig werken werden anoniem uitgevoerd met als doel een maatschappelijke discussie op te wekken. Staal stelt duidelijk dat hij zijn werk in twee contexten plaatst. Enerzijds een politiek-maatschappelijke context waarin de macht van media en politiek in de ordening en het beheer van de publieke ruimte wordt geanalyseerd, en waar nodig, gerehabiliteerd. Anderzijds een kunstzinnige context waarin de historische transitie van bijvoorbeeld herdenkingswerk als beeldvorm wordt onderzocht. Van een pure uiting van rouw naar een overdreven cultus rond een publieke figuur. Voor deze werken moest hij in mei 2005 enkele dagen de cel in.

Geert Wilders deed aangifte omdat hij de installaties als een regelrechte bedreiging interpreteerde. De rechter oordeelde anders en zag de acties voor wat ze waren: kunstuitingen. Ook in hoger beroep werd Staal vrijgesproken. Hij weet ook de rechtszaak zo naar zijn hand te zetten dat het een onderdeel van de oorspronkelijke installaties werd, een performance als het ware. Door voor de zittingen uitnodigingen rond te sturen plaatste hij het 'werk' in de publiek ruimte, het domein dat hij per definitie voor zijn kunst kiest. Het achterliggende doel in alle kunstuitingen van Staal is het op gang brengen van een maatschappelijke discussie, een discussie die hij in dit geval in de rechtszaal liet plaatsvinden. Het anoniem plaatsen van confronterende kunstwerken is terug te vinden in bijna alle projecten van Jonas Staal. Zo plaatste hij in 2007 in het centrum van Rotterdam aan aantal autowrakken: *'Autobom I'* en *'Autobom II'*. Het zijn nagemaakte wrakken van de originele bomwrakken die begin 2007 gebruikt werden bij de aanslag in de Mutanabbistraat in Bagdad, waarbij achtendertig mensen om het leven kwamen. Kunst moet voor Jonas Staal aan het denken zetten, vanzelfsprekendheden doen wankelen en relativerend werken. In de huidige gemedieerde wereld is de grens tussen werkelijkheid en media niet altijd duidelijk en het is juist dit gegeven waar Staal het publiek mee wil confronteren. Dit doet hij door bij het publiek, door middel van confrontaties, associaties op te roepen. *Bomb Wreck* zou associaties met de oorlog in Irak oproepen. Pas nadat er een maatschappelijke discussie op gang was gekomen onthulde Staal het als zijn werk. Dit was ook het moment dat het kunstwerk voor hem voltooid was, en hij het als af beschouwt. Het moment dat er een bewustzijn, een alertheid gecreëerd is bij het publiek. In een artikel in *MetropolisM* (2010.4) licht hij toe dat kunst '...opnieuw de wereld moet verbeelden, idealen vorm geeft, omdat de huidige, door geld geregeerde maatschappij onhoudbaar is geworden.' Een voorbeeld van deze uitingen van een door geld geregeerde maatschappij zijn voor hem die kunstenaars die hun maatschappijkritiek aanpassen aan de wensen van musea en kunstbeurzen. Er moet een nieuwe band tussen 'kunstenaars en het volk' gesmeed worden' (Staal. 2010:4). Met de installatie *'Iconen 2002-2006'* probeerde hij, opnieuw door middel van altaarachtige installaties, tot een analyse te komen van het Post-Fortuynisme. Met zijn werk speelde hij in op de stedelijke omgeving als arena van meningsvorming, conflict en het publieke debat. Op de morele en mentale grenzen van openbaarheid, en op de stad Den Haag als politiek centrum. Door zijn controversiële manier van werken balanceert Jonas Staal constant op de rand van de (il)legaliteit. Hij wordt

voortdurend gevolgd door veiligheidsdiensten en heeft bijna continu een advocaat aan zijn zijde. Hij staat dan ook voor de kunst van het wantrouwen, een kunst die het publiek moet prikkelen tot een continue staat van alertheid tegenover de media, de politiek en het recht. Het gaat hem hierbij niet om een actieve strijd tegen ongelijkheid, onrecht of onmenselijkheid, maar om het creëren van bewustwording over het functioneren van maatschappelijke ongelijkheid. Staal behandelt in zijn kunst zonder uitzondering maatschappelijke thema's, maar zegt daarbij niet te vechten tegen werkelijke problemen maar vooral tegen de weergave ervan in de media. Het gaat in essentie om het verschil tussen beeld en betekenis. Context speelt in zijn werk een grote rol. Het werk van Jonas Staal is altijd politiek gevoelig en controversieel. Misschien nog wel het meest door het ontbreken van een oordeel. Hij zet een sterk beeld neer zonder daarbij te laten doorschemeren hoe hij er als maker over denkt. Deze objectiviteit maakt dat veel mensen moeite hebben met zijn werk. De grens tussen activisme en kunst is niet erg duidelijk. De anonimiteit, de onverwachte, steeds wisselende locaties en het vluchtige karakter maakt zijn werk weinig toegankelijk voor het publiek, het publiek kan er niets mee. Het is ook niet duidelijk wat de beoogde doelgroep is.

Het is duidelijk dat Jonas Staal maatschappelijk zeer geëngageerd is. De thema's die hij in zijn projecten aan de orde stelt, getuigen van een betrokkenheid met de positie die mensen binnen het politieke en juridische machtssysteem innemen. Hij maakt daarbij gebruik van de media om de machteloosheid van het publiek in beeld te brengen. De rol die het publiek binnen zijn projecten inneemt en zijn relatie tot het publiek zijn echter minder duidelijk. Beide elementen, zijn maatschappelijke betrokkenheid en de onduidelijke positie van het publiek, zijn de redenen waarom Jonas Staal voor dit onderzoek geselecteerd is.

Bronnen

www.arti.nl/tentoonstelling
www.bkbacademie.nl/bkb-academie-velt-ook-jonas-staal/
<http://casaluna.ncrv.nl/ncrvgemist/7-4-2011/harm-jonas-staal-en-luisteraars>
www.cultuurbewust.nl/tag/jonas-staal/
<http://cultuurgids.avro.nl/front/detailkunstuur>
www.debalie.nl/artikel.jsp
www.deunie.nu/agenda/120511_Kunst_aan_het_Volk
www.fondsbkvb.nl/leestafel/essays.php
www.groene.nl/2009/44/post-propaganda
www.jonasstaal.nl
www.jorisluyendijk.nl/Jonas.html
[www.kunstbeeld.nl/Jonas Staal vrijgesproken van bedreiging Geert](http://www.kunstbeeld.nl/Jonas_Staal_vrijgesproken_van_bedreiging_Geert)
[www.kunstbeeld.nl/Allegories of Good and Bad Government](http://www.kunstbeeld.nl/Allegories_of_Good_and_Bad_Government)
www.kunst.blog.nl/04/volkskrant-beeldende-kunst-prijs-2011
www.nos.nl/.../63894-geert-wilders-werken-geen-bedreiging
<http://pers.ncrv.nl/te-gast-casa-luna-kunstenaar-jonas-staal>
www.radiopaniekzaaiwerbradio.com/video/den-haag-frontaal-afl-32
www.stedelijk.nl/nu-in-stedelijk/gallery-talks-jonas-staal
www.stedelijkmuseumschiedam.nl/media/persbericht-vkbkp-definitief
www.schuileninhetrijks.nl
www.tentrotterdam.n./20110608_stateofheart_jonasstaal
www.trendbeheer.com/hans-van-houwelingen-en-jonas-staal
www.tvblik.nl/dossier/jonas-staal
www.vanabbemuseum.nl
<http://weblogs.nrc.nl/cultuurblog/2011/18/jonas-staal-boycot-angry>
<http://weblogs.nrc.nl/.../hoge-raad-sprekt-kunstenaar-jonas-staal>

Artikelen

Roedig-van Loosdrecht, K. *Jonas Staal herdenkt de publieke ruimte*. Rekto-Verso, Jan. 2009

Publicaties

Staal, J. 2010. *Post-Propaganda*, Fonds BKVB Amsterdam
Staal, J. & De Hoop, H. 2009. *Activisme Doubt*. Onomatopee Eindhoven

Interviews

www.denhaagtv.com/index.php
[www.omroepvenlo.nl/.../Discussie over ambulance-kunst](http://www.omroepvenlo.nl/.../Discussie_over_ambulance-kunst)
www.radio1.nl/.../28679-de-macht-van-de-minderheid-volg
www.uitgesproken.vara.nl/Nieuws-detail.7674.0.html?&tx...
www.vpro.nl/deavondend/aflleveringen/7-8-2007/Erik-jan-harmen-in-gespre-met-jonas-staal
www.vpro.nl/programma/nachtpodium/.../items/24777474
www.youtube.com/watch Nova college tour (5 jan 2010)

Afbeelding

Foto Jonas Staal (p. 76)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

Projecten/kunstwerken

4.5.1. Autobom I-II (2006)/ Bomb Wreck

Voor het project *Autobom I-II/Bomb Wreck* plaatste Jonas Staal 's nachts wrakken van auto's op een plein in Rotterdam. Deze wrakken werden gemodelleerd naar foto's van geëxplodeerde auto's die gebruikt werden voor aanslagen in Irak, of andere delen van de wereld. Het werk werd



anoniem geplaatst, in januari 2006 op het Weena in Rotterdam, en een paar maanden later op Blaak, eveneens in Rotterdam. Met het tweede wrak herhaalde Staal zijn werk omdat 'Autobom I' dat vrijwel meteen, twee dagen na de plaatsing, door de politie werd weggehaald. Men hoorde pas later dat het om een kunstwerk ging. Staal had geen toestemming gevraagd voor de plaatsing van de wrakken. Bij het tweede wrak nam hij dan ook voorzorgsmaatregelen die ervoor zorgden dat het wrak dit keer niet te snel weggehaald kon worden. Staal is vaak zelf ter plekke om de reactie van het publiek te documenteren. Mensen die 's ochtends voorbij liepen werden geconfronteerd met een voor hen op dat moment onbegrijpelijk beeld. Ging het hier om een ongeluk, een aanslag? Er werd tekst noch uitleg gegeven. Dat er maar weinig mensen waren die in het wrak een kunstwerk zagen stoorde Staal niet. Hij volgde wel op twitter en diverse blogs wat er over het werk gezegd werd, zonder zich echter in de discussie te mengen. Pas nadat er voldoende commotie was ontstaan maakte hij bekend dat het om een kunstwerk van hem ging. Het kunstwerk was op dat moment voor Staal voltooid. Zijn doel, het op gang brengen van een maatschappelijke discussie was bereikt. Door beelden die het publiek kende uit de media, in dit geval de restanten van bomauto's bij aanslagen overal ter wereld, uit hun gebruikelijke context te halen wilde hij bij het publiek een alertheid bewerkstelligen. Door middel van deze wrakken, die voor een Nederlands publiek uit hun context gehaald werden door ze op een plein in hun eigen omgeving neer te zetten, ontdeed hij deze beelden bijna van alle herkenbaarheid. Hij toont daarmee aan dat het publiek door de media zo geconditioneerd is dat het beelden enkel in de door de media gecreëerde werkelijkheid kan plaatsen en herkennen. Staal demonstreert hier dat een symbool uit

de media, wat een wrak van een autobom in de media feitelijk is, in een andere context minder schokkend was. Hij verwijderde het kader van de media: ‘Waardoor zich het merkwaardige feit voordoet dat we, geconfronteerd met de gevolgen van geweld, vooral geconfronteerd worden met het onvermogen te begrijpen wat oorlog is. We hebben een scherm van een televisie nodig om te begrijpen wat we zien’ (Jonas Staal in de Twentse Courant, 11/9/07).

Jonas Staal werkte ook mee aan een project van Jack Segbars; *Bomb Wreck III en IV*, (2007), een driedaagse tentoonstelling en afsluitend symposium rondom twee bomwrakken die voor Museum Boijmans Van Beuningen geplaatst werden. Deze wrakken waren de werkelijke restanten van de bomauto's die in Bagdad gebruikt werden voor de aanslag in de Mutanabbisstraat. De wrakken werden voor de tentoonstelling op vier metalen verhogingen geplaatst en dag en nacht verlicht om zo hun sculpturale eigenschappen te versterken. Tijdens het afsluitende symposium werden verschillende sprekers, na een introductie van Jonas Staal, gevraagd de wrakken binnen een westerse context te duiden: social engineer Joost Janmaat, die direct betrokken was bij het vervoer van de wrakken van Irak naar Nederland, schrijver Chris Keulemans, theoreticus Vincent W.J. van Gerven Oei en kunstcriticus Rutger Ponzen. ‘Zij bespraken de wrakken als artefacten, als objecten in een performatieve context, als mediasymbolen en als kunstwerken. Als zodanig kregen de wrakken steeds een andere “anatomie” door het verbreden of specificeren van de context die de sprekers boden’ (tekst Jonas Staal, 2007). Het aanwezige publiek was tussen de wrakken geplaatst. Het ging hier om een cultureel publiek dat zich aangemeld had of uitgenodigd was voor dit symposium. Zelfs in deze openbare ruimte ging het niet om toevallig of willekeurig publiek. Jonas Staal benadrukte dat dit geen eigen werk is, maar om een project ging waaraan hij slechts meewerkte. Dit project was mede mogelijk gemaakt door het Centrum voor Beeldende Kunsten Rotterdam en *Mothership* Rotterdam.



In 2009 gaf Jonas Staal een vervolg aan dit project in de vorm van de tentoonstelling *Bomb Wreck Jewellery* in de NP3 galerie in Groningen. Uit brokstukken uit de uit Irak geïmporteerde wrakken maakte hij een juwelenset (ketting, ring, broche en oorbellen). Het doel van deze expositie was het verder inbedden van restanten van de bomwrakken in een westers, kapitalistisch systeem na de eerste presentatie van de wrakken in 2007. Tijdens de openingsavond werden de sieraden getoond door middel van (levende) modellen. Deze werden in grijze kisten opgesteld. Door openingen konden de sieraden op de huid gezien worden, zonder dat de gezichten van de modellen en andere uiterlijke verschijningen de aandacht konden afleiden. Staal gaf de sieraden, met hun gewelddadige herkomst, zo een plek in onze samenleving. Een plek die een synergie tussen economische en morele waarden was, die in hun verschijningsvorm zowel een esthetische als een ethisch conflict vertegenwoordigden. De tentoonstelling werd financieel ondersteund door o.a. de Mondriaanstichting en het Fonds BKVB.



Projectkenmerken

Het 'Autobom I' project was geen **opdracht**, Staal deed dit op eigen initiatief en anoniem. Het project had een duidelijk **effect** op de culturele samenleving. Dit werd duidelijk door de aandacht die het kreeg in de vorm van het vervolgproject van Segbars en het symposium waarin de impact van dit soort beelden op verschillende niveaus besproken werd. Ook het juwelenproject van Staal, waarin hij gebruikt maakte van de uit Irak geïmporteerde wrakken, werd binnen de grenzen van de **kunstwereld** verankerd voor een cultureel publiek. De rode lijn in het hele autobom project is het feit dat het uitsluitend gericht is op een cultureel publiek. Er is geen sprake van een sociaal, participerend publiek. De reacties van het publiek die voor Jonas Staal het sluitstuk van zijn kunstwerken vormen, worden in een eenzijdig proces onderdeel van het werk. Juist omdat ze een integraal onderdeel van het kunstwerk zijn, worden ze door Staal **gedocumenteerd**, omdat een kunstwerk niet op zichzelf kan bestaan, maar ook uit dat wat het teweegbrengt. Staal is altijd ter plekke om de eerste reacties van het publiek te fotograferen en hij volgt de discussies op blogs en via Twitter. Het kunstwerk zelf en de reacties vormden beide een integraal onderdeel van zijn kunst. Er is echter geen sprake van een **interactie** tussen

kunstenaar en publiek. Door de anonimiteit rondom zijn werk ontnemt hij het publiek een kans op **reflectie**. Dat het hier om een gemanipuleerde werkelijkheid gaat, ontgaat het publiek. Staal volgt de reactie van het publiek, registreert deze maar gaat ook dan niet over tot interactie. Zelfs in de discussies waarin hij zich vooral via de media tot de politiek richt gaat hij een discussie uit de weg. Als hij niet genoeg ruimte krijgt voor zijn standpunten loopt hij eenvoudig weg. In het werk van Jonas Staal is de rol van het publiek duidelijk die van de **toeschouwer**. Een toeschouwer die elke mogelijkheid om tot een interactie te komen bij voorbaat ontnomen wordt door de kunstenaar door het gebrek aan zichtbare informatie. Dit alles maakt het werk van Staal weinig **toegankelijk**. De ontmoeting vindt dan ook plaats tussen het kunstwerk en het publiek, niet tussen de kunstenaar en het publiek. Het anoniem plaatsen van de werken heeft tot gevolg dat het publiek wel **spontaan** maar niet altijd **bereid** is tot deelname aan dit project. De **ontmoeting** met het kunstwerk heeft vaak het karakter van een confrontatie door de aard van de werken en het vaak 's nachts onverwacht plaatsen ervan. Staal bombardeert letterlijk de openbare ruimte met zijn werk. Een aspect dat hij juist ziet als een stimulans om het publiek alert te houden. Het werk van Jonast Staal is vooral binnen de grenzen van de **kunstwereld** en in intellectuele kringen via de media zichtbaar. De betrokkenheid van Jonas Staal ligt vooral in een persoonlijk engagement met maatschappelijke thema's. Niet met het publiek, omdat Staal niet de overweging maakt of het publiek bereid is tot deelname aan zijn acties. In een debat zegt Staal 'te willen participeren met maatschappelijke onderwerpen' (Vara 15-05-08), welke positie het publiek hierbij inneemt lijkt voor hem echter minder belangrijk. Kritiek op zijn werk bestrijdt hij via manifesten, in discussieprogramma's op TV en op kunstfora. Media zijn een belangrijke factor in de **zichtbaarheid** van Staal als kunstenaar. De **media** besteden wel aandacht aan dit project, maar ze grepen steeds terug op de commotie rondom de Geert Wilders werken wanneer ze over deze 'stunt' spraken. Informatie is op de website van Staal te vinden en in publicaties van zijn hand. Daarnaast gaf hij lezingen binnen de kunstwereld. Op zijn website is een fotoreportage te zien en een beknopte beschrijving van het project. Ondanks de **context** waarin de werken geplaatst werden, de openbare ruimte, en zelfs de actuele topic die hij aankaartte met het kunstwerk, zowel binnen de politiek als de media, blijven de werken door de schaarse informatie van de kunstenaar slecht zichtbaar voor het publiek.

Al deze factoren plaatsen dit werk in het segment ‘Kunst als doel met een lage betrokkenheid’. Dat het doel meer bij kunst ligt dan in de maatschappij wordt duidelijk omdat Staal zijn werk niet in de publieke ruimte toelicht, maar alleen voor een cultureel publiek binnen de grenzen van de kunstwereld. Het sociale publiek, dat in dit geval ook geen participerende rol had, is voor hem een onderdeel van het kunstwerk. Een kunstwerk is pas af als er op gereageerd wordt, ongeacht of dit een positieve of negatieve reactie is. Het publiek heeft dus wel een plaats in zijn werk, maar geen invloed op het hele proces. Het sociale publiek heeft zelfs niet de keuze of het wil deelnemen of niet, men moet het kunstwerk ondergaan. Het is niet duidelijk of Staal een scheiding maakt tussen het **sociale** en **culturele** publiek. Hij benadert het publiek als een geheel waardoor de rol van het publiek hetzelfde lijkt. Het moet betrokken zijn, kritisch reageren, alert en wantrouwend zijn. Toch lijkt hij zich alleen bewust te zijn van een cultureel publiek. Een cultureel publiek dat hij bereikt door middel van het publiceren van boeken en artikelen, het spreken op symposia (Radboud Universiteit) en in talkshows (de wereld draait door, VPRO) en interviews (Trouw, e.d.). Maar ook dit publiek ‘ontmoet’ hij niet, hij richt zich tot anderen via de media. De publieksgroep die Jonas Staal niet opzoekt, het sociale publiek, wordt gedwongen dit symbolisch geweld zonder meer te ondergaan. Het feit dat hij zijn werk binnen de kunstwereld aanbiedt, maakt de drempel voor ‘het volk’ bepaalt niet lager.

Bronnen

www.ad.nl/ad/seo/article
www.entertthemothership.com
www.haagsekunstenaars.nl/cv/.../Vincent+van+Gerven+Oei
www.hartoghenneman.com/bombwrecknl.html -
www.jonasstaal.nl/tekst/autobom3tekst_nl
www.jonasstaal.nl/Bomb_Wreck_Jewellery
www.kosmopolis.nl/index
www.leefbaarrotterdam.com/works/autobomstudies
www.nieuwsbank.nl/inp/2010/03/28/H009.htm
www.np3.nu/index.php?/projects/...bomb-wreck-jewellery
www.rk-kerklein.org > ... > Arbeid, kapitaal en management
www.rijnmond.nl/Homepage/Nieuws (09/05/06)
www.sieradenpassionista.nl/tag/bomb-wreck-jewellery
www.sieradenpassionista.nl/.../hoogtepunten-sieraad-art-fair-...
www.stedelijk.net/bomb-wreck-jewellery-jiska-hartog-mic
www.stroom.nl/activiteiten/lezing_symposium.php
www.vkblog.nl/bericht/243058/Bomb_Wreck_Jewellery

Artikelen

www.segbars-staal.com/bomwрак/pdf/pontzen_meedoenmeemaken.pdf

Interviews

www.metropolism.com/features/interview-with-nieuwe

www.np3.nu/index/projects/null--bomb-wreck-debat/

www.youtube.com (10-04-09)

www.youtube.com 19/07/09

www.youtube.com 01/09/09

www.youtube.com 23/07/11

Afbeeldingen

Jonas Staal *Bomb Wreck/autobom I & II*. 2006. (p.80)

Jonas Staal *Bomb Wreck/autobom I & II*. 2007. (p.81)

Jack Segbars; *Bomb Wreck III en IV*, 2007. (p.81)

Jonas Staal *Bomb WreckJewelery* 2006. (p.82)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.5.2. Replaced Street Signs (2008)



In deze interventie, die Jonas Staal weer anoniem uitvoerde, verving hij de helft van de Nederlandse straatnaamborden in de schilderswijk Den Haag door straatnaamborden met de letterlijke vertaling in het Arabisch. Deze interventie deed hij in navolging van de door de gemeente geplaatste Chinese straatnaamborden in de Chinese buurt in Den Haag. Door deze al bestaande ingreep van de overheid consequent toe te passen op andere wijken, waar Arabisch de heersende taal is, reflecteerde het project op de tolerantiegrens zoals die zich manifesteert in verhouding tot (van oorsprong) niet autochtone ‘minderheidsgroepen’. Strikt genomen is het niveau van integratie van Chinezen in Nederland gemiddeld niet veel hoger dan die van Marokkanen of Turken. Toch vond er met betrekking tot de Chinese straatborden geen enkele discussie plaats, terwijl Arabische straatnaamborden onbestaanbaar bleken. Geïnitieerd door de overheid zou dit als een verregaand signaal van islamisering gezien worden. Dit gegeven conflicteert volgens Staal met de essenties van de democratie; het gelijkheidsideaal. Het project vestigde de aandacht op deze inconsequentie, namelijk hoe de Nederlandse staat omgaat met verschillende culturele minderheden en het inherent morele oordeel dat hierachter schuilgaat. Met ‘*Street Signs*’ bracht Staal één van zijn stellingen in de praktijk: ‘dat democratie door middel van kunst een gezicht gegeven wordt’ (Staal 6/4/10). Het ging om vrijheid en de openbare ruimte is voor hem de plek om de democratie op te zoeken. De bewoners werden echter niet ingelicht over deze interventie. Zij hadden enkel de mogelijkheid om te reageren, en zelfs dat was niet voor de hand liggend omdat de anonimiteit van de maker een reactie tegenhield. Onder druk van de protesten van de autochtone bewoners werden de straatnaamborden vrij snel weer omgewisseld.

In 2009 herhaalde Staal deze interventie door in Amsterdam op eigen initiatief het bord ‘Vrijheidslaan’ door het oorspronkelijke bord ‘Stalinlaan’ te

vervangen. Hij vond het een vorm van censuur dat dit bord door de stad Amsterdam in 1956 vervangen was door de straatnaam ‘Vrijheidslaan’ uit onvrede met het toenmalige sovjetbeleid in Hongarije. Het feit dat de bewoners van de straat, jaren later, vanuit de gemeente een stem hadden gekregen in een eventuele naamsverandering, maar gezamenlijk hadden besloten de straat niet zijn oorspronkelijke naam terug te geven, legde Staal naast zich neer.

Projectkenmerken

Het project ‘*Replaced Street Signs*’ is geen **opdracht**, maar wordt wel ondersteund door De Stroom Den Haag en het Fonds voor BKVB. Het doel dat Staal hier voor ogen had was maatschappelijk. Maar er is eerder sprake van een **betrokkenheid** met een maatschappelijk thema dan met het publiek. Zelfs de bewoners van de wijk worden niet centraal gesteld in dit project, maar het politieke beleid. Het publiek werd geconfronteerd met dit werk zonder dat Staal zich afvroeg of het **bereid** was aan dit project deel te nemen. Het publiek had hier wel een rol, maar geen invloed. Ook in zijn rol was het publiek beperkt tot enkel reageren zonder een gesprek of **interactie** aan te kunnen gaan met de kunstenaar. De bewoners waren dan ook niet het publiek waar hij zich toe richtte, dat was de politiek. Er is sprake van een scheiding tussen het **sociale** en het **culturele** publiek. Het sociale publiek, de bewoners van de wijk, vervulden de rol van toeschouwer en dienden als materiaal voor de kunstenaar. De politiek, het culturele publiek, had de rol van **reflectieve toeschouwer**.

De **media** besteedden weinig aandacht aan deze interventie. Net als de **kunstwereld**. Er was dan ook nauwelijks informatie te vinden over dit project. Het is gedocumenteerd door Jonas Staal en de beschrijving en het doel van het project zijn op zijn website te vinden. Het is duidelijk dat Staal de **context** weloverwogen gekozen had, maar dat zijn betrokkenheid meer bij maatschappelijke thema’s lag dan bij direct contact met het publiek. Op het eerste gezicht leek het om een **toegankelijk** werk te gaan, maar het had een complexe inhoud die niet duidelijk werd zonder meer informatie. Ondanks het feit dat het publiek geen moeite hoefde te doen om dit project te zien, aangezien het in hun directe leefomgeving plaatsvond, was het niet **laagdrempelig**. Het publiek kon er niet in **participeren**, ook omdat informatie binnen de kunstwereld verstrekt werd. Hierdoor was de drempel hoog voor het

sociale publiek. Dit alles maakt dat dit project binnen het segment 'Kunst als doel met een lage betrokkenheid' valt. Ondanks het maatschappelijke thema dat Staal aan de orde stelde in zijn interventie is het een middel om kunst te maken. De bijdrage van het publiek ging niet verder dan het geven van een reactie die voor hem een integraal onderdeel werd van het kunstwerk. De kunstwerken zijn niet bedoeld om het publiek erbij te betrekken maar om het bewustzijn van mensen te prikkelen. Jonas Staal stelde zichzelf niet de vraag of het publiek bereid was tot deelname en hij beperkte zich in het toelichten van zijn werk heel duidelijk tot een cultureel publiek. Dit beeld wordt nog versterkt in het project 'Vrijheidslaan' waar hij de wensen van het publiek volledig naast zich neerlegt. Zijn visie op de samenleving houdt in dat 'het sociale mechanisme een totaalkunstwerk vormt, waarin alle disciplines die zich richten op de vorming en het gebruik van het publieke domein, 'de politiek, het recht en de kunsten' een interpretatie vanuit de kunst dienen te ondergaan (Staal. 2009:44). Welke positie het publiek hierin krijgt van jonas Staal is niet duidelijk.

Bronnen

www.at5.nl/artikelen/28024/staaltje-kunst-op-de-vrijheidslaan
[www.nieuwsuitamsterdam.nl/.../stalin-avenue-enigma-solved-\(22-11-09\)](http://www.nieuwsuitamsterdam.nl/.../stalin-avenue-enigma-solved-(22-11-09))
www.stroom.nl/activiteiten/lezing_symposium.php?l_id
www.weblogs.nrc.nl/cultuurblog/2011/.../jonas-staal-boycot-angr...

Afbeeldingen

Jonas Staal *Street Signs* 2008. (links p. 86)
Archieffoto Amsterdam. Het vervangen van het straatnaambord Stalinlaan voor Vrijheidslaan in 1956 (midden p. 86)
Jonas Staal *Street Signs* 2009 (rechts p. 86)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

4.6. Yvonne Dröge Wendel en Lino Hellings



Het werk van Yvonne Dröge Wendel beweegt zich op de grens van sculptuur, performance en design. Zij richt zich daarbij vooral op het tastbaar maken van het hedendaagse denken over mens - object verhoudingen en object - object verhoudingen in de vorm van ruimtelijke opstellingen. Publiek en locatie zijn een vast onderdeel van haar werk, waarbij het publiek altijd wordt

uitgenodigd om te reageren. De afgelopen vijftien jaar maakte ze veel spraakmakende kunstprojecten die zowel nationaal als internationaal veel aandacht kregen. Op 31 januari 1992 trad de kunstenaar Yvonne Dröge in het huwelijk. Sindsdien gaat ze door het leven als Yvonne Dröge Wendel. Een weinig noemenswaardig gegeven, als het niet om een nogal ongebruikelijk huwelijk ging. Dröge huwde een kast genaamd Wendel, die zij sinds haar kindertijd bezit en waar zij dierbare herinneringen mee deelt. Deze performance 'Dröge-Wendel' is tekenend voor haar werk, waarin de vraag hoe mens en object zich tot elkaar verhouden een centraal thema vormt. Dröge Wendel streeft in haar werk naar het ontwikkelen van mechanismen waarmee zij de relaties tussen object en mens kan blootleggen. Het gaat haar om zowel de fysieke als de mentale component van dergelijke relaties. Net als in 'Dröge-Wendel' draait het in andere werken vaak om een object waarvan de waarde en betekenissen duidelijk te identificeren zijn. Zo nam Dröge Wendel, uit bezorgdheid over de ouderdom van haar trouwe Renault, in 'La Benedizione della Macchina' (1994) de auto mee op pelgrimstocht naar Rome, waar de paus elk jaar op Sint Christoffelsdag (schutspatroon van de reizigers) honderden auto's op het Sint Pietersplein zegent. Het project, dat bestond uit de reis naar Rome per autotrein, een expositie en de publicatie van wegenkaarten, leverde Yvonne Dröge-Wendel in 1994 de Prix de Rome op. Recenter werk laat zien dat ze voor haar zoektocht steeds vaker kiest voor objecten die neutraler en abstracter in hun functie en betekenis zijn. Zo speelde in de performance 'Black Ball' (2000/02), onder meer uitgevoerd in Leeuwarden en Italië, een grote bal de hoofdrol. Dröge Wendel wilde de bal als een opvallend, vreemd object in de structuur van de stad laten infiltreren om zodoende de structuur van deze steden zichtbaar te maken. Het gewicht en de materiaalkeuze waren daarbij van groot belang; de bal had een diameter van 3,5 meter en een

buitenkant van zwarte, vervilte Merino wol. Dit moest de bal genoeg potentie geven om zijn doel te bereiken; rollend door de straten absorbeerde hij als een zwart gat verhalen van de mensen die er fysiek mee in contact kwamen. Veel meer dan bij 'Dröge Wendel' en 'La Benedizione della Macchina' maakte de participatie van het publiek hier een essentieel onderdeel van het werk uit. De kunstenaar was hier weliswaar de initiator, maar de beschouwer bepaalde letterlijk waarheen de bal verder rolde en gaf daarmee aan welke verhalen en gebeurtenissen de bal verzamelde.



Lino Hellings is beeldend kunstenaar, sociologe en 'errorist', het laatste is 'A person who is prepared to make a fool of herself in order to meet the other.' (bron: *Errorist network*). Als kunstenaar is Hellings multidisciplinaire omdat ze al heel snel werd aangetrokken door diverse kunstvormen. Zo ging ze zich als één van de oprichters van *Dogtroop*, bezighouden met theater. *Dogtroop* is een theatergezelschap dat in 1975 door o.a. Warner van Wely en Paul de Leeuw werd opgericht uit protest tegen de toenmalige ontoegankelijkheid van de reguliere kunstvormen. Ze maakten van 1975 tot 2008 meer dan 250 verschillende voorstellingen en projecten. De groep ontwikkelde door de jaren heen een totaal eigen werkwijze, die over de hele wereld veel navolging vond. Haar werk als beeldend kunstenaar is naast multidisciplinair ook vaak performatief. Interactiviteit speelt daarin een belangrijke rol. De essentie in het werk van Lino Hellings ligt in het herdefiniëren van de werking van ruimte en objecten. Hierbij vraagt ze zich af waar een situatie om vraagt en hoe ze mensen kan uitdagen om een nieuw commitment aan te gaan met de plek waar ze hun tijd doorbrengen. Haar projecten verlopen altijd in drie stadia, van onderzoek via ontwerp naar uitvoering. Drie jaar geleden stopte ze met het uitvoeren van grote kunst opdrachten in de openbare ruimte. Ze wilde de openbare ruimte voortaan internationaal opvatten. Ze maakt geen objecten meer en zette haar kunstpraktijk om in een internationaal persbureau voor kunstenaars P.A.P.A., *Participating Artist Press Agency*. Ze ontwikkelde hiermee een netwerk van internationale kunstenaars - correspondenten die hun eigen nieuws creëerden door bijvoorbeeld in actie te komen naar aanleiding van vragen die onder de plaatselijke bevolking heersen. Zo vestigde Hellings zich met een mobiele fotostudio bij iemand thuis, in een straat of binnen de

muren van een instituut. Ze probeert hiermee het perspectief van de direct betrokkenen zo goed mogelijk over het voetlicht te brengen. Op uitnodiging van Kosmopolis vestigde P.A.P.A. zich in de Tarwewijk, een wijk waar de nieuwkomers in Rotterdam aankomen. Hellings maakte drie maandagen foto's van haar beleving van deze specifieke openbare ruimte. De Rotterdamse Tarwewijk was binnen het project gekoppeld aan soortgelijke stadsdelen in grote steden over de hele wereld. Alle deelnemers plaatsten hun foto's op de website en vervolgens begon voor Hellings het analyseren. Ze keek hierbij naar overeenkomsten tussen migratiewijken in Nederland, de USA en Bangladesh. Met dit materiaal konden vervolgens tentoonstellingen gemaakt worden of het diende voor stedenbouwkundige benaderingen. Het P.A.P.A. project loopt nog steeds. Hellings onderzoekt nieuwe definities van de openbare ruimte, nu privé en openbaar leven niet langer gescheiden gebruikt worden.

De maatschappelijke betrokkenheid van beide kunstenaars en het contact met de samenleving waarnaar zij bewust op zoek gaan, maken hen tot onderdeel van dit onderzoek. Het volgende project is een samenwerkingsverband tussen beide kunstenaars.

Bronnen

www.artscollaboratory.org/blog/lino-hellings
www.drenthekunstbreed.nl/kunst/kunstenaar.asp
www.dogtroep.nl/home.html
www.domeinvoorkunstkritiek.nl/
www.errorist.net
www.hethalvewerk.nl/index.php
www.internalaffairs.rietveldacademie.nl
www.kosmopolisrotterdam.nl/
www.linohell.nl
www.mediamatic.net/nl
www.merrynomad.org/
www.mistermotley.nl/Archief/Nummers/1/Art/yvonne-droge-wendel/
www.moma.org > Explore > The Collection
www.oldtimernieuws.nl/met-een-renault-16-gratis-naar-de-kunsth...
www.papaplatform.com/
www.portscapes.nl/4
www.showroommama.nl/projects/blackball.cfm
www.yvonedrogewendel.nl
www.wdw.nl/project
www.wimby.nl/modules/beeldbank/album01
www.wiseguysathome.nl/projecten/...06/Tramlijn10.htm
networkcultures.org/.../yvonne-droge-wendel-objects-and-th
<http://architectureofinteraction.wordpress.com/2009/10/06/>

Publicaties

Dröge Wendel, Y. 1997. *Wooden Sticks*. Artimo. Foundation Breda
Art in the social sphere. 29 January 2009. Lezing Loughborough University
Hellings L. 2002. *Ongedisciplineerde Kunst Nederland*. *Inventarisering naar theorie en praktijk*.

Interviews

<http://vpro.nl/deavonden/afleveringen/41343760/items/41766194/> (1 april 2009)
<http://vpro.nl/programma/deavonden/.../items/42022180/> (26 mei 2009)
<http://avonden.radio6.nl/tag/lino-hellings/> (3 januari 2011)

Afbeeldingen

Foto Yvonne Dröge Wendel in De Coupe (p. 89)
Foto Lino Hellings (p. 90)

Een overzicht van de gebruikte krantenartikelen is opgenomen in Bijlage I

Project

4.6.1. De Coupé(2006)



Sinds 2006 kunnen de bewoners van De Bieslandhof, een verpleeghuis in Delft, in de trein stappen. Een project in opdracht van SKOR en De Bieslandhof, uitgevoerd door de kunstenaars Yvonne Dröge Wendel en Lino Hellings. De kunstenaars werd gevraagd om als voorbereiding voor het kunstwerk vanuit hun kunstenaarschap onderzoek te doen naar de al dan niet vermeende cultuur van demente cliënten. SKOR zag in veel verpleeghuizen weinig kunst of creativiteit terugkomen en stelde zichzelf de vraag of dit werkelijk was wat deze bewoners konden en wilden. Zou er een andere cultuur te ontdekken zijn als het perspectief van cliënten die niets meer kunnen, wegviel? Deze vraag werd door de kunstenaars vertaald in een aantal workshops waarin ze achter de latente talenten van voornamelijk demente bewoners probeerden te komen. Op verzoek van De Bieslandhof werd dit uitgebreid met een workshop voor somatische cliënten. De workshop diende twee doelen; ten eerste wilden de kunstenaars onderzoek doen naar de behoeften, voorkeuren, kwaliteiten en capaciteiten van de bewoners en de gebruikers van de Bieslandhof. Ten tweede was het een manier om gemakkelijk in contact te komen met bewoners. Er werd gekozen voor drie viltworkshops. Gezamenlijk werden er in zes uur tijd in de huiskamer van het tehuis viltwerkjes gemaakt uit losse stukken wol. De reden waarom er voor viltten werd gekozen was vanwege het meditatieve karakter van de vilttechniek. De steeds herhalende kleine en simpele bewegingen konden gedachteloos uitgevoerd worden, zowel door de jonge familieleden als door de oudere en zieke mensen. Het was voor de meeste mensen een onbekende techniek en daarmee een nieuwe ervaring die hun nieuwsgierigheid prikkelde. Door al dan niet samen te werken ontstonden er zowel kleinere als grotere producten. Niet het viltten op zich was het doel, maar slechts een

middel om met cliënten, familie en verzorgers in gesprek te komen en zo te onderzoeken welke (verborgen) capaciteiten en behoeften de bewoners hadden. De workshops waren toegankelijk voor zowel cliënten als familie, verplegers en externe experts. De laatste groep werd uitgenodigd door de instelling zelf en hadden een expertise op diverse medische en sociale gebieden. De informatie die de kunstenaars tijdens het viltten verzamelden bracht een radicaal ander inzicht dan verwacht; de bewoners wilden geen activiteiten, ze wilden vooral rust. Ze vonden dat ze het recht om niets te doen verdiend hadden na een leven lang hard werken. Het oorspronkelijke idee om een kunstwerk te maken dat hen zou aanzetten tot activiteiten werd daarom omgevormd tot een project dat aan de behoefte aan een aangename vorm van passiviteit voldeed. Hieruit ontstond het idee voor ‘De Coupé’. Zes comfortabele stoelen gerangschikt als in een eerste klas treincoupé werden in de hal van de nieuwe vleugel van het verpleeghuis geïnstalleerd. De vormgeving en de ramen zijn net als in een echte trein, waarbij de ramen videoschermen zijn waarop een Nederlands polderlandschap voorbijraast. Met ‘De Coupé’ is er een ruimte gecreëerd die voor zichzelf sprak, en dus geen interpretatie nodig had. Het riep het idee van reizen op en gaf de bewoners het gevoel dat ze de begrensde ruimte van het verpleeghuis tijdelijk konden verlaten. De bewoners brachten er uren door, ze konden er een kopje koffie of thee krijgen en zelfs een warme maaltijd. ‘De Coupé’ bleek ook een therapeutische waarde te hebben. Sommige van de meer onrustige bewoners die voortdurend voor gesloten deuren stonden omdat ze naar buiten wilden, kwamen tot rust wanneer ze meereisden in ‘De Coupé’.

Projectkenmerken

Dit project werd in **opdracht** van SKOR (Stichting Kunst in de Openbare ruimte) en de Bieslandhof uitgevoerd en was een samenwerkingsverband tussen twee zelfstandig werkende kunstenaars. De **doelgroep** was vooraf bepaald. Het project werd in twee delen uitgevoerd. De onderzoeksfase in de vorm van workshops die werden vastgelegd in visuele verslagen en geschreven rapportages. De workshops en de rapportages vormden de basis voor het tweede deel van het project; het kunstwerk. Dit deel van het project kon gevolgd worden op de website: www.bies.nu. Op deze website werden de achterliggende motieven en werkmethodes inzichtelijk gemaakt. Het onderzoeksdeel van het project was gericht op een actieve

participatie en een directe **interactie** van het publiek. Participatie en interactie vond plaats tijdens de workshops, waarbij het de bedoeling van de kunstenaars was om door middel van gesprekken contact te maken met de bewoners om zo hun gewoontes en wensen te leren kennen. Dit proces werd **vastgelegd** op film en in verslagen. De toepassing en de achterliggende motieven werden inzichtelijk gemaakt op de website van de Bieslandhof. Tijdens de totstandkoming van het kunstwerk participeerde het publiek niet. Ook tijdens het proces waarin de kunstenaars besloten tot het maken van ‘De Coupé’ werd het publiek niet betrokken. De **ontmoetingen** tussen kunstenaar en publiek waren gepland. Na de afronding van het project vonden deze ontmoetingen alleen nog plaats tussen het kunstwerk en het publiek. De relatief eenvoudige arbeid van het vilt en in tweede instantie de herkenbaarheid van de treincoupé maakten dit project voor het publiek **toegankelijk** en **laagdrempelig**. De **context** en de plek werden door de kunstenaars bewust gecreëerd. Het publiek, in dit geval het **sociale** publiek, was **bereid** tot actieve deelname aan de workshops en later maakten ze graag gebruik van ‘De Coupé’. Het kunstwerk was voor de bewoners en bezoekers van de Bieslandhof goed **zichtbaar**, maar minder voor een breed publiek. De **media** besteedden weinig aandacht aan het project. Binnen de **kunstwereld** werd het genoemd wanneer er over andere werken van beide kunstenaars gesproken werd en Skor besteedde er een artikel aan. Het project werd besproken in de medische vakliteratuur. De kunstenaars waren zowel in de onderzoeksfase als in de uitvoerende fase als **kunstenaar** aanwezig. Ze begeleidden de workshops zelf. Het publiek had een consulterende en een actieve rol tijdens de ontwikkelingsfase, maar had geen invloed op het proces dat leidde tot de totstandkoming van het kunstwerk. Het **doel** van de kunstenaars was het maken van kunst, maar dit doel was ondergeschikt aan de maatschappelijke doelstelling. In eerste instantie werd er gedacht aan een kunstwerk dat activiteit kon stimuleren. Uit de gesprekken met de bewoners kwam zo duidelijk naar voren dat het publiek daar helemaal geen behoefte aan had dat het doel van het project werd aangepast. Het project had, vooral door de toepassing van het kunstwerk een blijvend **effect**, niet alleen bij de bewoners maar ook bij het personeel en de bezoekers. Voor beide kunstenaars en voor de opdrachtgever is het een **uniek** project. De vage grens tussen de toepassing van het kunstwerk en het kunstwerk *an sich* maakt dat al snel de vraag gesteld wordt of dit project wel kunst is of meer een sociaal-maatschappelijk project. Er is duidelijk

sprake van een **grensvervaging**. Cultureel publiek was er niet voor dit project, mede omdat het nauwelijks zichtbaar was binnen de grenzen van de kunstwereld.

Dit project valt niet gemakkelijk in te delen aangezien de rol van het publiek tweezijdig is. In de onderzoeksfase werden mensen actief betrokken en hadden ze een consulterende rol. In de uitvoeringsfase werden ze helemaal niet betrokken. Dit heeft tot gevolg dat dit project deel in het segment ‘Hoge betrokkenheid met maatschappij als doel’ valt en deels in het segment ‘Lage betrokkenheid met maatschappij als doel’ valt. In de voorbereidingsfase werd het publiek geconsulteerd maar in de uitvoeringsfase werd De Coupé voor en niet door de bewoners gemaakt.

Bronnen

www.beeldenmagazine.nl/a-wedge-between-private-and-public
www.bies.nu
www.bloktekst.nl
www.fackeldeyfinds.com/een-leven-lang-treinen-over-kunst-klantbeleving-zorg-en-innovatie/
www.innovatiekringdementie.nl/Rust-en-afleiding-vinden-in-de-trein-zonder-erop-uit-te-hoeven
www.kunstendementie.nl/activiteiten_workshops.html
www.medicalfacts.nl/2008/11/03/de-coupe-van-zorgcentrum-de-bieslandhof
www.rijksoverheid.nl/ocw-cultuur-in-beeld-2011/statistische-bijlage
www.tudelft.nl/live/pagina.jsp
www.youtube.com/watch?v=gew3eJHBCmw
www.zorgvoorbeter.nl/zorgcentrum-opent-kunstwerk-de-coupe/virtueelplatform.nl/3225
www.zorgvisie.nl/Nieuws/Dementerenden-ontspannen-in-de-treincoupe.htm

Artikel

Blok, M . 2008. *Kunst en de staat van zijn*. In *Zorgspecial* 10.7

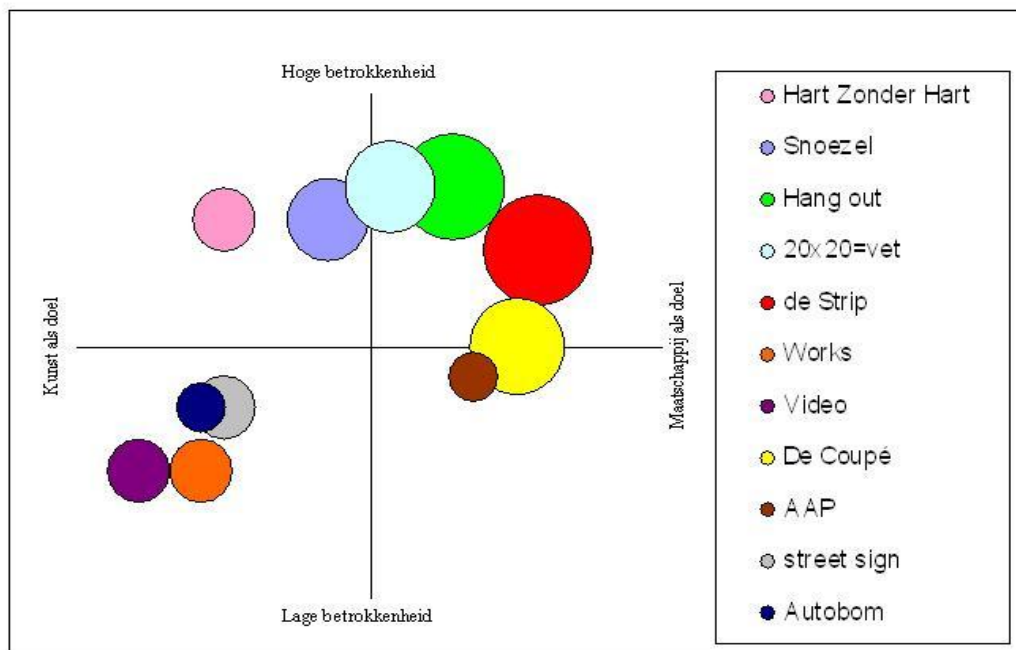
Afbeeldingen

Lino Hellings & Yvonne Dröge Wendel. *De Coupé* 2006 (links p. 93)
Lino Hellings & Yvonne Dröge Wendel. *De Coupé* 2006 (rechts p. 93)

Een overzicht van geraadpleegde krantenartikelen is opgenomen in de bijlage I

V. Grafische presentatie projectanalyse

Na de kwalitatieve analyses van de projecten zijn de kenmerken per project in een datafile opgetekend. Deze datafile is bijgevoegd in Bijlage II. Door de kenmerken op basis van de variabelen ‘betrokkenheid’ of ‘doelstelling’ in te delen, zoals beschreven in het theoretische kader, ontstaan er twee assen in de grafische weergave van de data. De horizontale as (x-as) geeft het doel van het project weer, met links ‘kunst als doel’ en rechts ‘de maatschappij als doel’, waarbij kunst als middel ingezet wordt. De as is een glijdende schaal. De verticale as (y-as) vertegenwoordigt de mate van betrokkenheid van het publiek, ook dit is een glijdende schaal. Hoe hoger op de as, hoe meer het publiek betrokken is bij het project en omgekeerd. Op basis van het wel of niet aanwezig zijn van de kenmerken, gebaseerd op de eerdere kwalitatieve analyse, worden de projecten in één van de vier segmenten, die elk één van de hoofdtypes weergeven, geplaatst. Zo wordt de plaats van de projecten en de relatie tussen de betrokkenheid van het publiek en de doelstelling van de kunstenaar gevisualiseerd en inzichtelijk gemaakt. Grafiek 1 laat de projecten zien per segment.

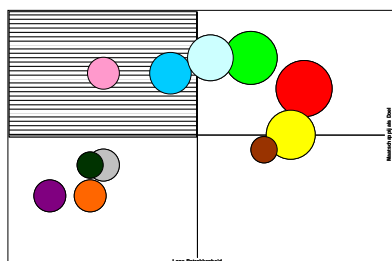


Grafiek 1: De rol van het publiek

De positie en de grootte van de schijven geven de rol van het publiek weer op basis van de mate van betrokkenheid ten opzichte van de doelstelling van het project. De verticale as geeft de mate van betrokkenheid van het publiek weer. Hoe hoger de schijf staat in het model des te meer wordt het publiek actief betrokken bij de

totstandkoming van het kunstwerk of in het project. Hoe lager een project op de verticale as staat, hoe minder het publiek actief betrokken wordt bij het kunstwerk, of in het project. De horizontale as geeft het gestelde doel van de kunstenaar of het project aan. Links op de as staan de projecten waarbij de kunstenaar zich meer richt op het maken van kunst. Rechts op de horizontale as staan de projecten die geïnitieerd zijn vanuit een maatschappelijke doelstelling en waarbij kunst gebruikt wordt als een middel om deze doelstelling te verwezenlijken. De diameter van de schijven geeft de invloed die het publiek heeft tijdens het project weer. Het gaat dan bijvoorbeeld om de mate van vrijheid die het krijgt tijdens de uitvoering van het project. Of in hoeverre het actief kan participeren, of de mate waarin het mee kan bepalen hoe een project inhoudelijk vorm gegeven wordt. Elke kleur representeert een project. De projecten, en de plaats die ze innemen in het model worden hier verder toegelicht per segment. De onderliggende data van dit model zijn bijgevoegd in bijlage II. De projecten worden per segment besproken. Het besproken segment wordt gearceerd weergegeven.

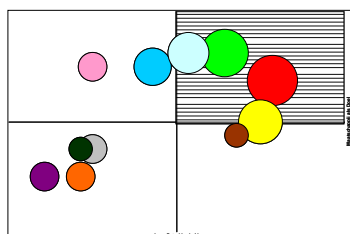
Hoge betrokkenheid van het publiek en kunst als doel.



In dit segment, links boven in het model staan twee projecten. Het ‘Hart zonder hart’ project ● en het ‘Snoezel’ project ●, beide van Erik van Lieshout. De positie van het ‘Hart zonder Hart’ project ●, bijna centraal in het segment, geeft aan dat dit project meer op het maken van kunst gericht is dan het ‘Snoezel’ project ●. Het ‘Snoezel’ project neigt meer rechts, tegen de scheidingslijn van het segment ‘Hoge betrokkenheid met een maatschappelijk doel’. Dit verschil in positie kan verklaard worden door het verschil in uitgangspunten waarmee de twee projecten van start gingen. De opdracht voor ‘Hart zonder hart’ werd vanuit een culturele context gegeven waardoor het doel vanaf het begin meer bij het maken van kunst lag. Het ‘Snoezel’ project had een maatschappelijke opdrachtgever, namelijk de instelling waarvoor het kunstwerk bedoeld was. De prioriteit ligt in dit project meer bij een bruikbaar kunstwerk voor de bewoners van de instelling waardoor de nadruk vanaf het begin meer op een kunstwerk met een maatschappelijk doel lag. Het doel ligt hier duidelijk niet uitsluitend bij het maken van een kunstwerk. Door het tweeledige invullen van de opdracht door Van Lieshout, zoals beschreven werd in de projectanalyse, waarbij

Van Lieshout aan het maatschappelijk doel een eigen kunstwerk toevoegde komt het project in het segment ‘Kunst als doel’ terecht. Het ligt wel dicht tegen de grens van het segment ‘Hoge betrokkenheid en kunst met een maatschappelijk doel’. In het ‘Snoezel’ project ● heeft het publiek meer invloed op het proces. Een invloed die bestond uit een consulterende rol van de bewoners over de inhoudelijke vormgeving van de snoezelbus. Ondanks het feit dat Van Lieshout in beide projecten dezelfde werkwijze hanteerde, hebben verschillende factoren zoals de andere opdrachtgevers, een andere context, doelgroep en zichtbaarheid van de projecten een duidelijk invloed op de rol van het publiek. De invloed van het publiek in het ‘Hart zonder hart’ ● project is minder groot dan in het ‘Snoezel’ project ●, waardoor de schijf van de eerste kleiner is. De oorzaak hiervan kan bij het verschil tussen de beide opdrachtgevers gezocht worden. Door de duidelijke doelgroep en het feit dat het ‘Snoezel’ project een gebruikstoepassing moest hebben kreeg het publiek een actievere rol waardoor het meer betrokken werd bij de totstandkoming van het kunstwerk.

Hoge betrokkenheid van het publiek en kunst met een maatschappelijk doel.



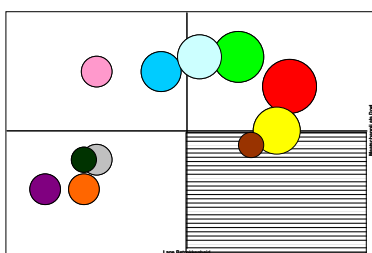
Binnen dit segmenten vallen meerdere projecten.

Centraal staat het project van Jeanne van Heeswijk: De Strip ●. Het is een project met een hoge mate van betrokkenheid van het publiek waar de kunst een maatschappelijke doelstelling dient. De grootte van de schijf geeft aan dat het publiek veel invloed had tijdens het project. Dit is terug te vinden in de beschrijvende analyse van het project. Hierin werd de consulterende rol van het publiek besproken voorafgaand aan de start van het project, waarin het publiek zijn wensen kenbaar kon maken betreffende het culturele centrum. Deze wensen werden ook meegenomen in de invulling en de programmering van het project. Ook tijdens het project was er sprake van een actieve deelname aan diverse deelprojecten van het publiek. De positie van dit project ligt weliswaar lager dan de projecten van Van Lieshout in het aangrenzende segment maar dit wordt veroorzaakt door het ontbreken van een directe interactie tussen Van Heeswijk zelf en het participerende publiek. Interactie vond plaats tussen de in opdracht werkende kunstenaars en instellingen die door Van Heeswijk werden aangestuurd en het publiek. Betrokkenheid kan dus op verschillende manieren vorm gegeven worden.

Jeanne van Heeswijk had duidelijk een maatschappelijk doel voor ogen met dit project, maar dit hield niet automatisch in dat zij persoonlijk betrokken was bij de acties met het publiek dat eraan deelnam. De Strip ● had een maatschappelijke opdrachtgever, maar werd mede gefinancierd door culturele instellingen. De invloed van de eerste was merkbaar in de doelstelling van het project, de tweede was merkbaar in de zichtbaarheid van het project binnen de lokale culturele media. Daarom staat het project binnen dit segment in het midden. Het heeft een hoge mate van betrokkenheid met een duidelijk maatschappelijk doel. Het project zou hoger gepositioneerd zijn qua betrokkenheid wanneer de kunstenaar persoonlijk had deelgenomen aan de deelprojecten.

Ook de beide projecten van David Bade; ‘Hang Out Sit Down’ ● en ‘20x20=vet’ ● vallen binnen dit segment. Ten opzichte van De Strip ● zijn de projecten van Bade hoger gepositioneerd qua betrokkenheid en bewegen ze zich meer richting de scheidingslijn naar het segment ‘Hoge betrokkenheid van het publiek en kunst als doel’. De reden hiervoor is dat Bade ondanks zijn sociale doelstellingen steeds zijn intentie, het maken van kunst, voor ogen houdt. Het ‘20x20=vet’ project ● staat iets verder naar links dan het ‘Hang Out Sit Down’ project ● en De Strip ● van Jeanne van Heeswijk door de culturele context (het Boulevard festival) en opdrachtgever van het project. De actieve participatie in beide projecten is te zien in de grootte van de schijven. De diameter van het ‘Hang Out Sit Down’ project ● is groter omdat het publiek in dit project vooraf ook een consulterende rol had. De invloed van het publiek in het 20x20=vet’ project ● is kleiner omdat het hier om een willekeurig publiek ging. In de beide andere projecten werd vooraf een doelgroep vastgesteld wat maakte dat er meer en bewuster naar participatie van deze doelgroep werd toegewerkt. Zowel Bade als Van Heeswijk gaven het publiek de ruimte om zijn wensen kenbaar te maken.

Lage betrokkenheid van het publiek en kunst met een maatschappelijk doel.



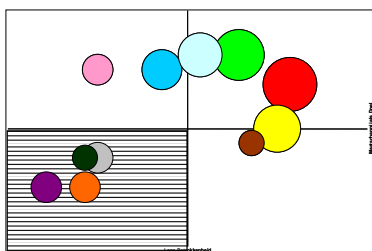
In dit segment zijn bijna twee projecten te zien. Het project dat volledig binnen de grenzen van dit segment valt is het AAP project ● van Aernout Mik. Een project waarbij het publiek, noch voor noch tijdens, het project betrokken werd. Het kunstwerk werd

vooraf vorm gegeven in samenspraak met de opdrachtgever. De context was

maatschappelijk en het kunstwerk diende gebruikt te kunnen worden door het publiek. De participatie in dit project vond dus plaats nadat het kunstwerk tot stand kwam. De invloed van het publiek is dan ook laag, wat te zien is aan de relatief kleine schijf. De reden dat het project tegen de grens van een hogere betrokkenheid aan ligt komt omdat het eindresultaat toegankelijk is voor het publiek en het is afgestemd op de doelgroep.

Het tweede project dat deels binnen dit segment valt is De Coupé ●. Dit project valt precies op de scheidingslijn tussen hoge en lage betrokkenheid van het publiek. Deze positie is het gevolg van de tweedeling in het project. In de voorbereidingsfase organiseerden de betrokken kunstenaars workshops om in contact te komen met de doelgroep. Dit werd gedaan om de interesses, vaardigheden en wensen van de bewoners in kaart te brengen. In deze fase werd het publiek actief betrokken bij het project. De uiteindelijke vormgeving van het kunstwerk gebeurde echter zonder inmenging of inspraak van het publiek. Door het opsplitsen van het project in twee delen komt het precies op de scheiding van beide segmenten ‘Hoge betrokkenheid en kunst met een maatschappelijk doel’ en ‘Lage betrokkenheid en kunst met een maatschappelijk doel’ terecht. In de voorbereidingsfase is er sprake van een actieve participatie van het publiek die in het tweede deel, waarin het kunstwerk tot stand komt ontbreekt. De schijfgrootte geeft de invloed weer die het publiek had op het proces. Zoals in de beschrijvende analyse besproken werd had de opdrachtgever een activiteitsverhogend kunstwerk in gedachte. Na de workshops bleek daar echter bij de doelgroep helemaal geen belangstelling voor te zijn waarna besloten werd, door de kunstenaars, tot ‘De Coupé’. Het publiek participeerde ook in dit project pas na de afronding van het project. Ze maken gebruik van het eindresultaat.

Lage betrokkenheid van het publiek en kunst als doel.



In dit laatste segment zijn vier projecten te zien. Twee projecten van Jonas Staal: ‘Autobom’ ● en ‘Street signs’ ●. Het video werk van Aernout Mik ●, en het project van Jeanne van Heeswijk: ‘Works’ ●. De verbindende factor in deze vier is het feit dat ze

binnen de grenzen van de kunstwereld zichtbaar zijn. Alle vier zijn ze gericht op het maken van kunst. In de video projecten ● van Aernout Mik werd het publiek niet

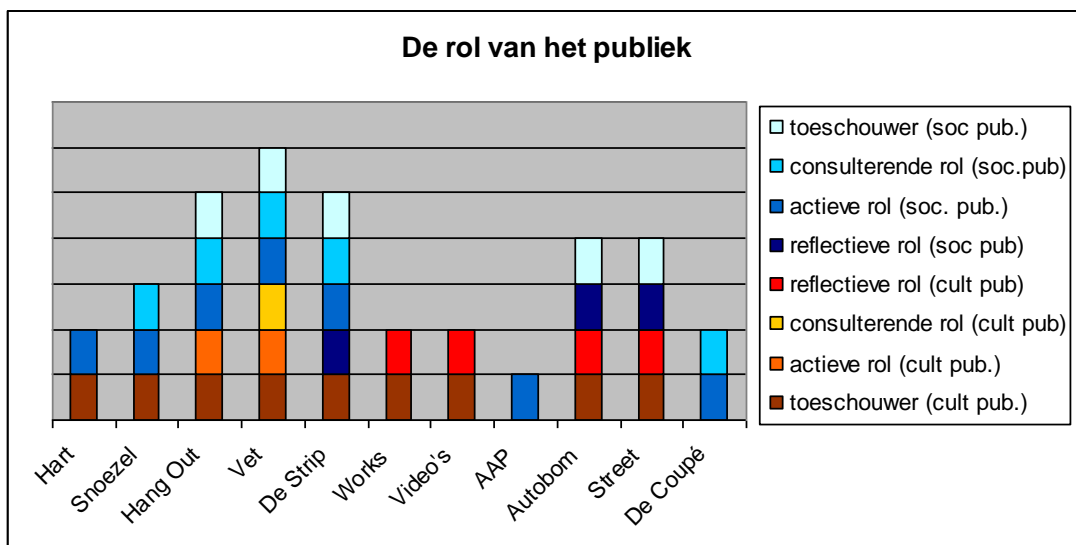
actief betrokken. De mensen die erin figureerden werden door Mik gezien als materiaal dat verder geen invloed kon uitoefenen op de totstandkoming van het kunstwerk. De rol van het publiek was die van toeschouwer. De positie van Miks video werk ● brengt dit duidelijk in beeld; helemaal links binnen dit segment. Ook de diameter van de schijf blijft relatief klein door het ontbreken van een actieve participatie van het publiek tijdens het maken van het kunstwerk. Mik gaf de figuranten in zijn werk een zekere mate van vrijheid, maar het is te betwijfelen of deze groep figuranten als publiek beschouwd kan worden, er is eerder sprake van een ‘gebruik’ van een groep mensen als materiaal voor het kunstwerk. Het is duidelijk niet de publieksgroep waar Mik zich op richt. Mik stelt, ondanks de maatschappelijke thema’s in zijn werk duidelijk het maken van kunst centraal. Zijn betrokkenheid ligt meer bij maatschappelijke thema’s dan bij een actieve betrokkenheid met het publiek.

‘Works’ ●, van Jeanne van Heeswijk komt ondanks het feit dat de tentoonstelling een weergave is van haar maatschappelijke projecten binnen het segment ‘Lage betrokkenheid van het publiek en kunst als doel’ terecht. Het mag duidelijk zijn dat het kunstwerk dat zij voor deze tentoonstelling maakte bedoeld was als kunst en dat de tentoonstelling gericht was op een cultureel publiek. Het onderliggende thema verandert niets aan het feit dat ze geen publiek betrok bij de totstandkoming van dit kunstwerk. Al deze factoren plaatsen het werk centraal in dit segment. De mate van betrokkenheid van het publiek in ‘Works’ is gelijk aan de mate van betrokkenheid van het publiek in Miks video installaties. Miks werk positioneert zich meer naar links omdat hij zich in zijn werk uitsluitend richt op het maken van kunst voor een cultureel publiek waardoor het werk minder toegankelijk is voor een breed publiek. Van Heeswijk maakt met ‘Works’ haar maatschappelijke netwerk inzichtelijk, een beeld dat ook voor een breder publiek toegankelijk is.

Ook de beide projecten van Jonas Staal positioneren zich in het segment ‘Lage betrokkenheid van het publiek en kunst als doel’. Het feit dat Staal zijn werk alleen binnen de grenzen van de kunstwereld bespreekt wijst erop dat hij zich voornamelijk richt op het maken van kunst. Hij behandelt in zijn werk maatschappelijke thema’s maar het werk is niet toegankelijk voor een breder publiek. Het ‘Autobom’ project ● vond weliswaar plaats in de openbare ruimte maar het publiek werd noch voor, noch tijdens of na het tot stand komen van het kunstwerk betrokken. Toch plaatst dit project zich hoger qua betrokkenheid dan de video

installaties van Mik ●. Dit ligt voornamelijk aan het feit dat Staal de reacties van het publiek als een onderdeel van het kunstwerk beschouwd. Hij heeft, anders dan Mik, toch een vorm van contact met het publiek. Staal zoekt de reacties van het publiek bewust op en registreert ze. Dit maakt hem meer betrokken bij het publiek dan Aernout Mik. Het ‘Street Signs’ project ● plaatst zich op dezelfde hoogte als het ‘Autobom’ project ●. Het staat meer naar rechts omdat dit project toegankelijker is voor een breder publiek. Het verschil in grootte tussen de beide schijven wordt veroorzaakt door het feit dat Staal, in zekere mate, een doelgroep betreft in het ‘Street Signs’ project ●, namelijk de door het Nederlandse migrantenbeleid benadeelde Arabische bewoners van de betrokken wijk.

Met de beschrijvende analyse en het bovenstaande model is duidelijk gemaakt dat het publiek in alle projecten een rol heeft. Wat echter nog niet inzichtelijk gemaakt is, is wat die rol precies inhoudt. Uit de beschrijvende analyse is al gebleken dat deze rol op verschillende manieren ingevuld kan worden. De volgende grafieken kunnen hierin een meer gedetailleerd inzicht verschaffen. De achterliggende data voor deze grafieken zijn bijgevoegd in bijlage III.

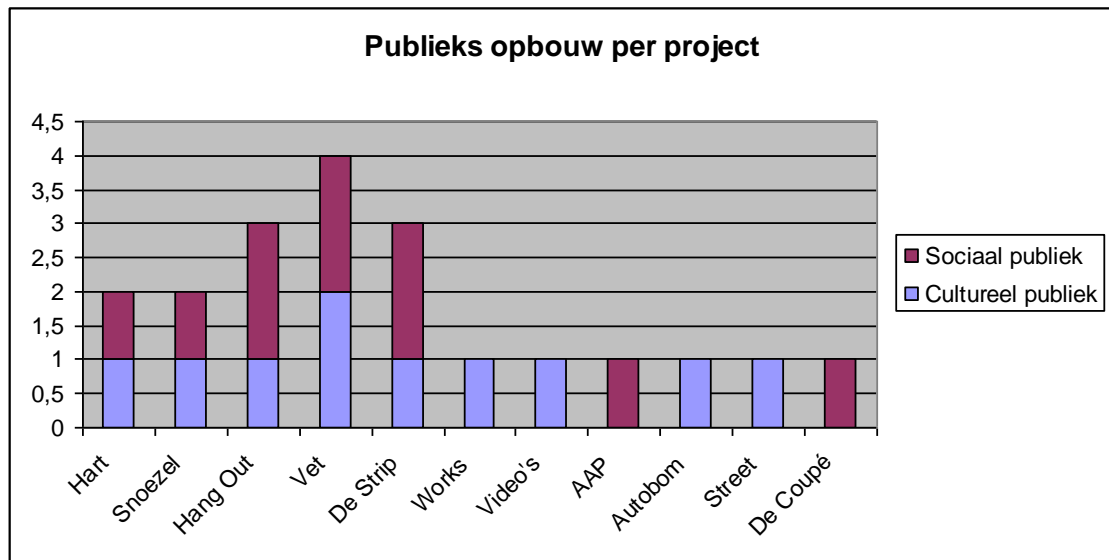


Grafiek 2: Verschillende rollen van het publiek in de besproken projecten

Grafiek 2 laat per project zien welke rol of rollen het publiek heeft binnen de verschillende projecten. De ‘blauwe’ kleuren geven de aanwezigheid van een sociaal publiek weer, de ‘rood/bruine’ laten het culturele publiek zien. Het sociale publiek is het publiek waarop het project zich bewust richt; de doelgroep, of het is het publiek dat zich in de directe omgeving bevindt waarin het project plaatsvindt, zoals bij het

‘Hart zonder Hart’ project van Erik van Lieshout. Dit publiek zoekt de kunst niet bewust op zoals dat bij een cultureel publiek vaak wel het geval is. Het culturele publiek is vaker te vinden binnen de grenzen van de kunstwereld, waar het gericht op zoek gaat naar kunstbelevingen. Grafiek 2 geeft duidelijk aan dat projecten die zich uitsluitend op ‘kunst als doel’ of ‘maatschappij als doel’ richten, de betrokkenheid van het publiek afneemt. Daarnaast valt één van de beide publieken af. De twee projecten die kunst als doel hebben; ‘Works’ en de video’s van Aernout Mik beschikken enkel over een cultureel publiek. Projecten die kunst als doel vooropstellen. Het omgekeerde is te zien bij ‘AAP’ en ‘De Coupé’, twee projecten die zich op een maatschappelijk doel richten, en die enkel over een sociaal publiek beschikken. De overige zeven projecten hebben zowel een sociaal als een cultureel publiek. Een publiek dat, breed betrokken wordt bij het kunstwerk. Zo is het sociale publiek in het ‘Hart zonder Hart’ project van Erik van Lieshout actief (■) terwijl het culturele publiek toeschouwer (■) is. In het ‘Snoezel’ project heeft het sociale publiek naast een actieve rol (■) ook een consulterende rol (■). Het culturele publiek heeft ook hier de rol van toeschouwer (■). Het ‘Hang Out Sit Down’ project van David Bade heeft zowel een cultureel als een sociaal publiek. Het sociale publiek heeft een actieve (■), consulterende rol (■), maar is ook toeschouwer (■). Het culturele publiek vervult naast de rol van toeschouwer (■) ook een actieve rol (■). Het ‘20x20=vet’ project heeft een zelfde samenstelling als het ‘Hang Out Sit Down’ project qua publiek, alleen heeft het culturele publiek hierin ook een consulterende rol (■). ‘De Strip’ van Jeanne van Heeswijk is duidelijk gericht op een sociaal publiek dat in alle mogelijke vormen participeert, actief (■), reflectief (■), consulterend (■) en als toeschouwer (■). Er is ook sprake van een cultureel publiek maar alleen in de rol van toeschouwer (■). Het ‘Works’ project heeft alleen een cultureel publiek in de rol van toeschouwer (■), waarvan een reflectieve reactie (■) verwacht wordt. De video installaties van Aernout Mik geven een zelfde beeld als ‘Works’. In het ‘AAP’ project van Aernout Mik heeft het sociale publiek een actieve rol (■), maar laat verder geen participatie zien van het publiek. De projecten van Jonas Staal hebben beide zowel een sociaal en een cultureel publiek, dat de rol van toeschouwer (■)(■) heeft waarvan een reflectie (■)(■) wordt verwacht. Tenslotte ‘De coupé’, dat enkel een sociaal publiek heeft met een actieve (■) en een consulterende rol (■).

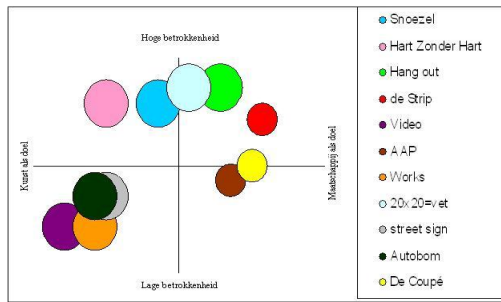
De onderstaande grafiek (grafiek 3) laat de samenstelling van het publiek zien, cultureel (■) en/of sociaal (■), per project.



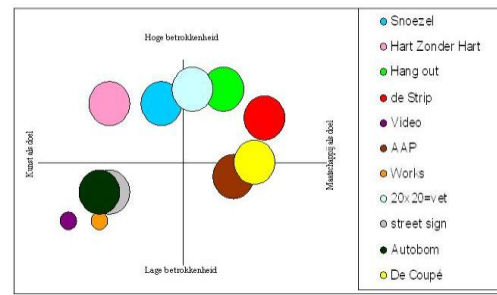
Grafiek 3: Publieksopbouw per project

In bijna alle projecten is er een cultureel publiek aanwezig, behalve bij de meer maatschappelijke projecten ‘AAP’ en ‘De Coupé’. In beide projecten was er alleen sprake van een sociaal publiek. Deze projecten waren ook minder zichtbaar binnen de kunstwereld, en het doel lag duidelijker bij een maatschappelijke doelstelling. Bij vier projecten is er alleen sprake van een cultureel publiek, dit zijn de projecten die binnen het segment ‘Lage betrokkenheid met kunst als doel’ vallen. Dit komt overeen met de kenmerken van dit segment. Kunst wordt gemaakt met het doel kunst te maken en zichtbaar te zijn binnen de grenzen van de kunstwereld. Het gaat om de projecten ‘Street Signs’, ‘Autobom’, ‘Works’ en de video installaties van Aernout Mik. Bij de projecten die binnen de beide sectoren met een hoge betrokkenheid van het publiek vallen is er zowel sprake van een cultureel als een sociaal publiek, ongeacht de doelstelling. De hoogte van het staafdiagram geeft aan in welke mate het respectievelijke publiek actief betrokken was.

Grafieken 4 en 5 laten de verdeling van het culturele en sociale publiek per segment zien. Grafiek 4, het culturele publiek, laat zien dat de projecten die dichter bij een maatschappelijk doel liggen, minder cultureel publiek hebben dan die projecten waarbij het doel dichter bij het maken van kunst ligt.



Grafiek 4: Het culturele publiek

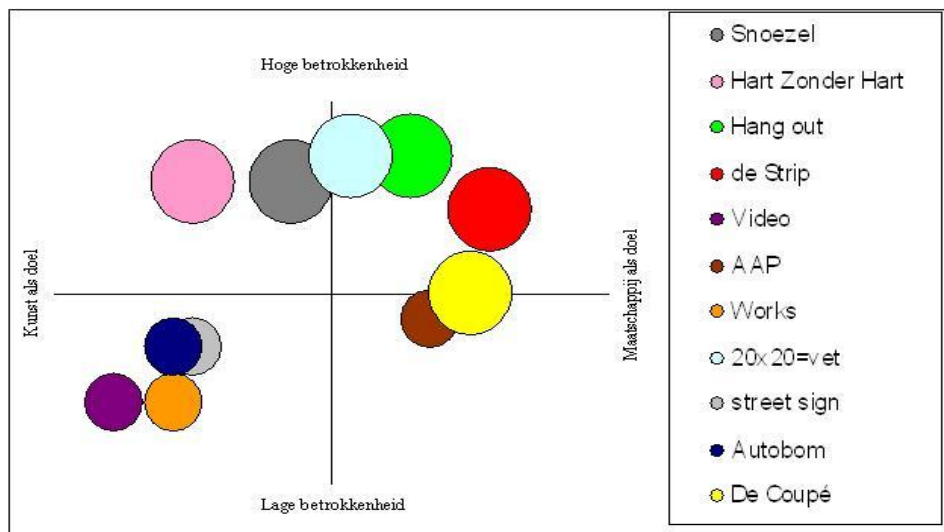


Grafiek 5: Het sociale publiek

In Grafiek 4 zijn de kleinste schijven zijn ‘De Strip’, ‘De Coupé’, en ‘AAP’. Dit zijn de projecten met een klein cultureel publiek. De grootste schijven vallen binnen de beide segmenten die als doel het maken van kunst hebben. Deze projecten hebben het grootste culturele publiek. De reden dat het project ‘Hang Out Sit Down’ van David Bade een evenredige hoeveelheid cultureel publiek laat zien als de projecten in de segmenten met kunst als doel is te verklaren uit het feit dat Bade het project live tijdens zijn tentoonstelling in het GEM Museum voor Actuele Kunst Den Haag liet zien aan de bezoekers van de tentoonstelling. Het 20x20=vet project had door de context een groot cultureel publiek. Grafiek 5, het sociale publiek, laat zien dat sociaal publiek ontbreekt in het segment ‘Lage betrokkenheid en kunst als doel’. Sociaal publiek is vaak alleen aanwezig als er sprake is van een hoge betrokkenheid van het publiek en/of als de doelstelling maatschappelijk is. Een uitzondering zijn de projecten van Jonas Staal. In beide projecten is ook sprake van een sociaal publiek. Omdat deze interventies plaatsvonden in de openbare ruimte is er bijna automatisch sprake van een sociaal publiek. De aanwezigheid van dit publiek betekent niet dat het vrijwillig of bereid was onderdeel te zijn van deze interventies. In de beschrijvende analyse werd dit ook al opgemerkt. Omdat Staal zijn kunstwerken in de openbare ruimte plant, confronteert hij het overwegend sociale publiek met zijn werken. De grootte van de schijf, de derde dimensie, geeft enkel de aanwezigheid van sociaal publiek aan. Bij aanwezigheid van een sociaal publiek is de schijf groot, wanneer het niet aanwezig is, is de schijf klein. De diameter van de schijf geeft niet de rol van het publiek weer.

Uit grafiek 6 valt duidelijk te lezen dat het publiek alleen een actieve, participerende rol heeft bij de projecten die binnen de segmenten met een hoge betrokkenheid vallen. Ook die projecten die een maatschappelijk doel hebben, laten een actieve participerende rol van het publiek zien. De schijven in het segment Lage

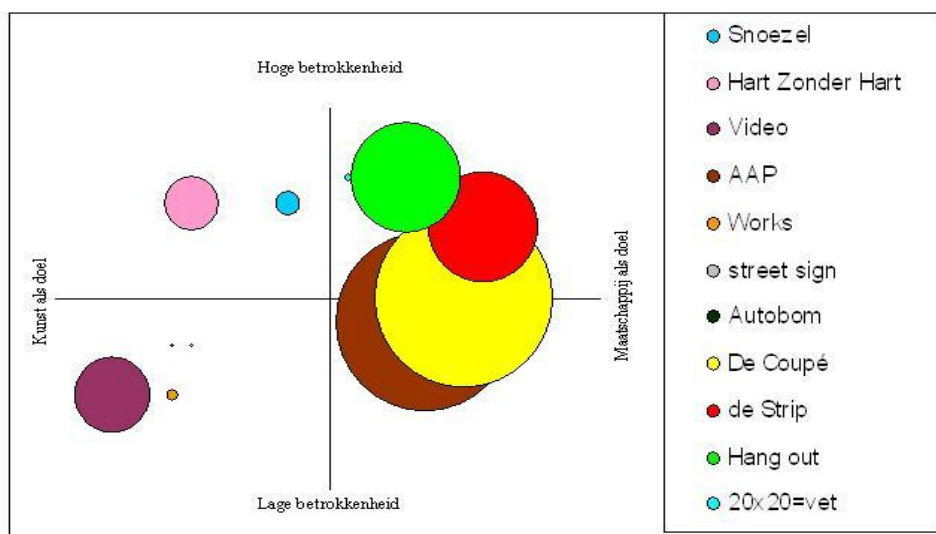
betrokkenheid met kunst als doel zijn relatief groot omdat reflectie als een actieve participatie opgevat is.



Grafiek 6: De rol van het publiek: actieve rol

Een verdere verdieping van de onderzochte projecten kan gemaakt worden door individuele kenmerken te bekijken. De onderstaande grafieken geven een aantal specifieke kenmerken weer. Zo wordt de onderlinge relatie tussen de kenmerken, de doelstelling en de betrokkenheid van het publiek inzichtelijker gemaakt.

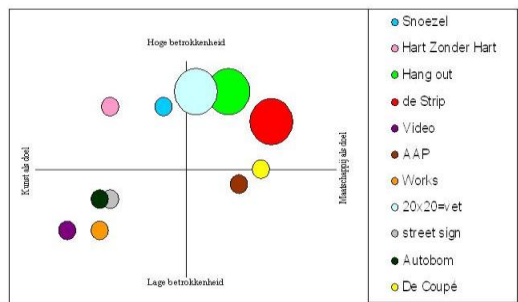
Grafiek 7 laat de relatie zien tussen de projectduur en de doelstelling van het project. De relatie is duidelijk: de projecten met een maatschappelijk doel lopen doorgaans over een langere periode dan de projecten met kunst als doel.



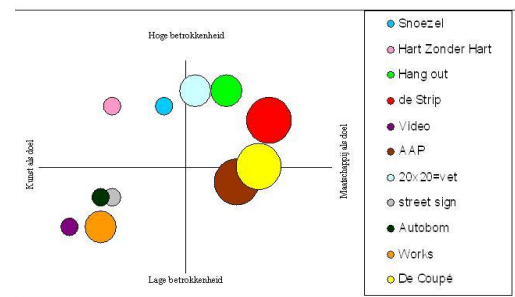
Grafiek 7: Duur van het project

Een uitzondering is zijn de video installaties van Aernout Mik. Deze schijf is relatief groot omdat Mik voor één van zijn video projecten twee jaar lang onderzoek deed. ‘De Coupé’ en ‘AAP’ vallen hier het meest op. Door de gebruikstoepassing van deze kunstwerken hebben de projecten jaren gelopen. Het ‘20x20=vet’ project van Bade valt bijna weg in deze grafiek. Door het tijdelijk karakter van het festival was de doelstelling gekoppeld aan de duur van het project.

Grafiek 8 laat de relatie tussen het doel en de aandacht voor het proces zien. Ook hier zijn de maatschappelijk gerichte projecten het sterkst vertegenwoordigd. Het hoe is in deze projecten net zo belangrijk als het wat. De projecten waarbij er minder aandacht besteed werd aan het proces en die toch een maatschappelijk doel hadden - ‘AAP’ en ‘De Coupé’ - zijn de twee projecten met een lage betrokkenheid van het publiek. Uit de beschrijvende analyse werd al duidelijk dat het publiek weinig betrokken werd bij de totstandkoming van het uiteindelijk kunstwerk in deze projecten. Ze maken er enkel gebruik van. Binnen de maatschappelijke projecten wordt meer gericht op doelgroepen ingezet, zoals grafiek 9 in beeld brengt.

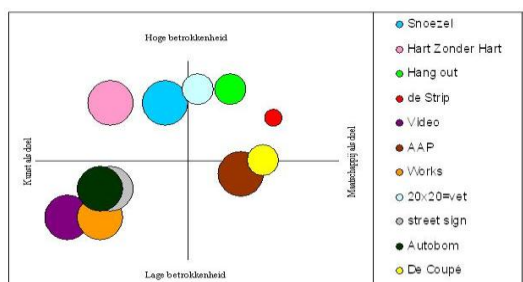


Grafiek 8: Procesgericht



Grafiek 9: Doelgroep

Tenslotte wil ik de rol van de kunstenaar in beeld brengen. Grafiek 10 maakt het onderscheid tussen de kunstenaar in de rol van kunstenaar en in de rol van facilitator inzichtelijk. De segmenten waar de kunstenaar als kunstenaar optreedt, zijn de



Grafiek 10: De rol van de kunstenaar

segmenten waar kunst als doel prevaleert. Een uitzondering is het ‘AAP’ project. Ondanks het maatschappelijk doel is de kunstenaar meer gericht op het maken van kunst. De Strip valt bijna weg omdat de kunstenaar hier de rol van facilitator heeft.

VI. Conclusie

Wat is de positie van het publiek in het veld van de geëngageerde kunst? Het doel van dit onderzoek was om deze positie te verhelderen door de vormen van relaties tussen kunstenaar en publiek in beeld te brengen. Een relatie die vorm krijgt op basis van twee variabelen; de doelstelling waarmee de kunstenaar kunst maakt en de mate van betrokkenheid van het publiek. Voor de schematische weergave van de beide variabelen is een onderzoeksmodel gebruikt bestaande uit vier segmenten. Elk segment geeft een andere relatievorm tussen de beide variabelen, doel en betrokkenheid, weer. Hierdoor ontstaan er vier hoofdtypen op basis waarvan de geanalyseerde kunstprojecten geclassificeerd werden. De projecten zijn geanalyseerd aan de hand van kenmerken die gerelateerd zijn aan één van de beide variabelen. Hierbij moet opgemerkt worden dat de kenmerken aan de hand waarvan de projecten geclassificeerd werden in het model evenredig gewaardeerd zijn. Dit is een bewuste keuze waarbij de overweging gemaakt werd dat waardering arbitrair zou zijn. Aan de hand van het model zijn er vier vormen van engagement te onderscheiden die antwoord kunnen geven op de vraag wat de verschillende posities van het publiek inhoudelijk betekenen binnen de geëngageerde kunst. Uit de resultaten blijkt dat het mogelijk is om tot een classificatie te komen omtrent de positie van het publiek binnen de geëngageerde kunst. Daarbij moet opgemerkt worden dat, afgezien van het duidelijk onderscheid op basis van de twee variabelen, doel en betrokkenheid, waarop de projecten gemakkelijk te classificeren zijn, de overige kenmerken minder duidelijk af te bakenen zijn. Een uitgebreider overzicht met kenmerken verdient aanbeveling. Een onderzoek op basis van meer specifieke kenmerken vereist dan wel een kwantitatieve aanpak. Ondanks deze kritische opmerking is het model zeker bruikbaar en is het zeer nuttig gebleken bij het inzichtelijk maken van analyse van de onderzoeksprojecten.

Wordt het publiek betrokken door de kunstenaar bij het tot stand komen van het kunstwerk, en op welke wijze gebeurt dit? Er kan inderdaad gesteld worden dat kunstenaars die werken binnen de geëngageerde kunst het publiek betrekken bij het maken van hun werk. Het model laat daarbij zien dat de aard en de mate van betrokkenheid afhankelijk zijn van het doel van de kunstenaar. Dit betekent dat kunstenaars die zich richten op maatschappelijke doelen het publiek actiever bij hun werk betrekken dan kunstenaars die het maken van kunst als doel stellen. Dit

betekent echter niet dat het publiek in het laatste geval niet betrokken wordt bij het maken van kunst. Het betekent alleen dat de betrokkenheid anders vorm gegeven wordt. Kort samengevat betekent een maatschappelijk doelstelling een hogere mate van betrokkenheid. Dit kenmerkt zich door de centrale positie die het publiek inneemt in de projecten. De wijze waarop zich dit uit is in een actieve rol van het publiek die verschillende vormen kan aannemen, voor en tijdens de uitvoering van het project. Het publiek verkeert in een positie waarin het (een zekere mate) van invloed heeft op de inhoudelijke vormgeving van het project. Wanneer het doel van de kunstenaar zich meer richt op het maken van kunst, verandert de positie van het publiek. De betrokkenheid wordt anders vormgegeven. Dit uit zich in het weliswaar actief deelnemen van het publiek, maar onder begeleiding van de kunstenaar. Het publiek heeft daardoor minder invloed op de inhoudelijke vormgeving van het kunstwerk of het project. Dit kenmerkt zich door het niet centraal stellen van het publiek door de kunstenaar, maar het centraal stellen van het uiteindelijk kunstwerk. Het publiek is wel betrokken, maar anders dan in de maatschappelijke projecten is het niet cruciaal voor de totstandkoming van het kunstwerk. Beide kenmerken, het cruciaal zijn voor de uitvoering van het kunstwerk en het daaraan gerelateerde centraal stellen van het publiek door de kunstenaar vormen de basis voor een belangrijk inhoudelijk onderscheid in de positie van het publiek. Het onderzoek en de daarop gebaseerde classificatie geven ook een inzicht in de kenmerken die de rol van het publiek mede beïnvloeden. Opdrachtgevers, en de daarbij horende geldstromen bepalen vaak vooraf in welke context het kunstwerk zal plaatsvinden en kunnen daarmee in sterke mate de invulling daarvan bepalen. Ook de aanwezigheid van een doelgroep waarmee rekening gehouden moet worden en waarop een kunstenaar zich moet richten heeft een grote invloed. Deze kenmerken bepalen voor een deel hoe spontaan een publiek betrokken raakt bij een project of hoe de kunstenaar zijn publiek benadert.

De kwalitatieve analyse van de projecten laat een grote diversiteit zien van de wijzen waarop kunstenaars het publiek betrekken in hun werk. Een publiek dat in de gelegenheid wordt gesteld te participeren, een gesprek aan te gaan met de kunstenaar, een consulterende rol heeft voor en tijdens kunstprojecten, zelfs de kunstwerken gebruikt, zoals in het 'AAP' project en 'De Coupé'. De diversiteit in betrokkenheid is echter ook juist de basis voor verwarring. Deze verwarring is vooral toe te schrijven aan het feit dat er dikwijls sprake is van twee soorten publiek zoals

uit de bestudeerde projecten is gebleken. Enerzijds is er het publiek waarmee de kunstenaar direct contact heeft tijdens het ontstaan van het kunstwerk. Hagoort gebruikt hiervoor de term ‘het sociale publiek’. Anderzijds is er het publiek dat het kunstwerk te zien krijgt in een galerie, een expositie, een publicatie of anderszins, bijvoorbeeld via digitale media. Dit publiek wordt doorgaans het culturele publiek genoemd. Kunstenaars, zo bleek uit de onderzochte kunstprojecten, maken hun werk in een maatschappelijke context en presenteren hun werk vervolgens in een culturele context. Bij zeven van de elf onderzochte projecten bleek de geëngageerde kunstenaar zich tot twee gescheiden publieksgroepen te richten. Een uitgebreid kwantitatief onderzoek zou kunnen uitwijzen of deze vaststelling inderdaad op grotere schaal ook geldt.

Het doel van dit onderzoek was om tot een classificatie te komen van de positie van het publiek in het veld van de geëngageerde kunst. De vraag die daarbij werd gesteld is wat de kenmerken van deze posities zijn. Het belangrijkste inzicht dat hieruit voortgekomen is, is dat de rol van het publiek vorm krijgt in navolging van het doel waarmee de kunstenaar het kunstwerk maakt. In projecten met een meer maatschappelijk doel is een hogere mate van betrokkenheid van het publiek te zien dan in de projecten waarin kunst gemaakt wordt met het doel deze, als kunst, binnen de grenzen van de kunstwereld zichtbaar te maken. In deze kunstprojecten wordt het publiek minder direct betrokken, wat echter niet betekend dat het slechts zijn oude rol van toeschouwer vervult. Van dit publiek wordt, op z'n minst, een actieve toeschouwersrol verwacht in de vorm van een kritische reflectie. Er mag dan ook gesteld worden dat de positie van het publiek duidelijk is veranderd ten opzichte van zijn positie binnen de meer autonome kunstuitingen. Wanneer kunstenaars ervoor kiezen in en met de maatschappij te werken, al dan niet in opdracht, betrekken zij het publiek in het proces dat leidt tot de totstandkoming van een kunstwerk. Dat is anders dan dat zij een kunstwerk maken dat na voltooiing aan het publiek vertoond wordt. De onderlinge verschillen in werkwijze beïnvloeden ook de manier waarop het publiek betrokken wordt in dit proces. Bij kunstenaars als Aernout Mik en Jonas Staal heeft het publiek een minder actieve rol. In het werk van David Bade en Erik van Lieshout vervult het publiek een actievere rol en is het ook meer zichtbaar. Bij kunstenaars als Jeanne van Heeswijk en Lino Hellings zagen we dat de actieve rol van het publiek het grootst was. De focus verschuift hier van het maken van een kunstwerk naar het proces om samen met het publiek ergens aan te werken. Maar

zelfs wanneer het publiek ‘gebruikt’ wordt mag men veronderstellen dat dit een effect teweegbrengt bij de deelnemers. Het leven van het geïnterviewde publiek in de films van Erik van Lieshout zal niet zichtbaar verrijkt of veranderd zijn, maar het moment zelf heeft de deelnemers ongetwijfeld daarna nog beziggehouden. Wat de precieze effecten zijn is moeilijk na te gaan, maar het feit dat deelnemers aan het *Charity-boat* project (2010) van David Bade zich nog steeds zo verbonden voelden met ‘hun’ project dat zij de reis vanuit Liverpool naar Den Haag ondernamen om het werk tijdens de tentoonstelling van Bade in het GEM Museum voor Actuele Kunst in Den Haag nogmaals te kunnen zien, spreekt voor zich.

Voor de onderzochte groep geëngageerde kunstenaars staat het maken van kunst steeds voorop. Het gaat om kunstenaars met een internationaal erkende reputatie wiens werk zichtbaar is binnen de kunstwereld. Zij hebben een reputatie waar te maken die nodig is om erkenning en het daarmee verbonden inkomen zeker te stellen. Daarmee bestrijkt dit onderzoek maar een klein deel van het geëngageerde veld van de kunsten. De *embedded artists*, die in *Community Art* projecten kunst voor en door een klein publiek initiëren, zijn geen onderdeel van dit onderzoek. Het criterium voor dit onderzoek dat kunstenaars zichtbaar moesten zijn binnen de kunstwereld sloot deze groep bij voorbaat uit. Kunstenaars die zich bezighouden met *Community Art* projecten en daarmee steeds buiten het blikveld van de kunstwereld blijven, krijgen vaak te horen dat hun kunst geen kunst is, maar sociaal-cultureel werk. Geëngageerde kunstenaars die met hun werk erkend zijn én daarom zichtbaar zijn binnen de kunstwereld, krijgen zoiets nooit te horen. Dat de werkwijze van *Community artists* overgenomen wordt door de erkende kunstenaars binnen de kunstwereld, die daarmee een ‘nieuwe’ beweging introduceren in de kunst en daarmee hun reputatie versterken, terwijl dit geen erkenning betekent voor de oorspronkelijke initiatiefnemers ervan, is opmerkelijk. Een onderzoek naar de reputatie van kunstenaars die binnen *Community Art* projecten werken en naar hun mogelijkheden om erkend en opgenomen te worden binnen de kunstwereld zou een interessant vervolg van dit onderzoek kunnen zijn.

De resultaten in dit onderzoek laten zien dat binnen de geëngageerde kunst niet alleen de positie van het publiek is veranderd maar ook de positie die de kunstenaar inneemt. Kunstenaars bewegen zich inderdaad naar het publiek toe en betrekken het in hun werk. Op welke manieren dit gebeurt is beschreven in dit onderzoek. Toch is deze beweging naar het publiek toe vooral zichtbaar bij de

kunstenaars die binnen de grenzen van de kunstwereld werken. Daarmee lijken deze geëngageerde kunstenaars zich tot een breder publiek te richten. Ze werken niet langer alleen voor een cultureel publiek, maar betrekken ook andere publieksgroepen in hun werk die tot het sociale publiek behoren. Verder blijkt uit dit onderzoek dat deze geëngageerde, erkende kunstenaars hun werk nog steeds, vooral binnen de grenzen van de kunstwereld tonen, voor eenzelfde cultureel publiek. Een publiek dat nog steeds de ‘traditionele’ rol van toeschouwer heeft. De rol van het sociale publiek lijkt daardoor minder die van een publiek te zijn waar de kunstenaar zich toe richt, maar eerder wordt dit publiek door hen als een onderdeel beschouwd van hun manier van werken. Dit sociale publiek heeft een andere positie binnen de ‘erkende’ geëngageerde kunst dan in de *Community Arts* projecten. In deze projecten neemt het publiek een centrale rol in. De kunstenaars die op deze manier werken hebben de intentie kunst te maken die voor het publiek bedoeld is waarmee ze werken. Bij *Community Arts* projecten is dan ook enkel sprake van een sociaal publiek, terwijl bij de projecten waar de erkende kunstenaars zich mee engageren er steeds sprake is van twee publieken, die echter niet dezelfde positie innemen. Daarbij lijkt de positie van het culturele publiek niet werkelijk veranderd te zijn. Het zijn nog steeds enkel, toeschouwers. Ook hierin ligt nog een interessant onderwerp voor verder onderzoek; namelijk de vraag of dit culturele publiek zich wel of niet bewust is van zijn rol, of het wel of geen interesse heeft in een mogelijk andere invulling van zijn rol.

Literatuur

- Abbing, H. 2002. *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. University Press. Amsterdam
- Abbing, H. 2007. *Nieuwe tijden, nieuw publiek, nieuwe kunst*, Boekman 72, Boekmanstichting, Amsterdam
- Abbing, H. Basualdo, C. (red.) 2007. *Systems*. Berlijn. Green Box kunst Editionen, Veenman publishers. Rotterdam
- Becker, H. 1972. *Art World*. Berkeley. Los Angeles
- Berghman, M. & van Eijck, K. 2009. *Patronen van waardering voor beeldende kunst. Horizontale en verticale grensoverschrijdingen*. Sociologie, jaargang 5 Vol. 3 p. 376 – 405.
- Berk, A. 2004. *Body Talk. De nieuwe figuratie in de Nederlandse Beeldhouwkunst van de jaren negentig*. Waanders Drukkers. Zwolle
- Bevers, T. 1993. *Georganiseerde cultuur. De rol van overheid en markt in de kunstwereld*. Coutinho. Bussum
- Bevers, T. et al. 1993. *De kunstwereld. Productie, distributie en receptie in de wereld van kunst en cultuur*. Erasmus Universiteit. Rotterdam
- Bishop, Claire. 2004. *Antagonism and Relational Aesthetics*. October nr. 110. p.51-79
- Boenders, F. 1990. Kunst, kennis en kritiek. *Ons erfdeel*, jaargang 33/1, p. 31- 37
- Boiten, I. 2001. *Publieke kunst. Nieuwe dimensies in ruimte en tijd, voor kunstenaar en publiek*, NAI Uitgevers. Rotterdam
- Boomgaard, J. 1999. *De utopie van de argeloosheid, een korte cursus engagement*. De Witte Raaf, Vol 77, p. 23 - 35.
- Boomgaard, R. 2003. Het podium van de betrokkenheid. In *Reflect, #01. Nieuw Engagement: in Architectuur kunst en vormgeving*. NAI Uitgevers. Rotterdam
- Boomkens, R. 2003. Engagement na de vooruitgang. *Nieuw Engagement: in Architectuur kunst en vormgeving in Reflect, #01*. NAI Uitgevers. Rotterdam
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction: a social critique of judgment of taste*. Routledge. London
- Bourdieu, P. 1994. *De regels van de kunst: wording en structuur van het literaire veld*. Van Gennep. Amsterdam

- Bourdieu, P, Haacke, H. 2005. *Free exchange*, Polite press. Cambridge
- Bourriaud, N. 2002 *Relational Aesthetics*. Presses du reel. Paris.
- Brenson, M. 2004. *Act of engagement 1993-2002..* Rowman & Littlefield Publishers. Oxford
- Broek, van den A. (red.) 2009. *Cultuurbewonderaars en Cultuurbeoefenaars. Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. Sociaal en Cultureel Planbureau. Den Haag
- DiMaggio, P. 1987. *Classification in Art*. American Sociological Review. Vol 52, augustus. p. 440-455.
- Doorman, M.:1997. *Grensvervaging in de kunst*, Fonds BKVB. Amsterdam
- Doorman, M. 1989. *Steeds mooier, over vooruitgaan in de kunst*: De gids 152 nr. 2 februari, p 99-106
- Doorman, M. 2007. *Paralipomena*. Uitgeverij Bert Bakker. Amsterdam.
- Franke, S. 2003. *Nieuw engagement: In architectuur kunst en vormgeving*. NAI Uitgevers. Rotterdam.
- Gans, Herbert, J. 1999 *Popular Culture & High Culture: an analysis and evaluation of taste*. Basic Books. New York,
- Gubbels, T. 2000. *Beeldende kunstcritiek in Nederland. Een stand van zaken*. Boekmanstudies, Amsterdam
- Hartog Jager, H den, 2003. *Altijd op afstand, over de grenzen van engagement*. In *Nieuw engagement: In architectuur kunst en vormgeving*. NAI Uitgevers. Rotterdam.
- Hagoort, E. 2005. *Goede bedoelingen. Over het beoordelen van ontmoetingskunst*. Fonds voor de Beeldende kunst. Amsterdam
- Halbersma M. en Zijlman K. 1993. *Gezichtspunten. Een inleiding in de methoden van de kunstgeschiedenis*. SUN. Nijmegen.
- Heinich, N. 2003. *Het Van Gogh-Effect en andere essays over kunst en sociologie*. Boekmanstichting Amsterdam
- Keulemans C. 2005. *Het dogma van de autonomie. Boekman 64: Kunst en Engagement*. Jaargang 17 p. 47-48. Boekmanstichting Amsterdam
- Lauwaert, D. *Verhuist*, De Witte Raaf. Maart 2000, nr. 84
- Lütticken, S, 2005. *Geheime publiciteit. Essays over hedendaagse kunst*. NAI. Uitgevers Rotterdam in samenwerking met Fonds BKVB Amsterdam
- Matarasso, F. 1996. *Defining values. Evaluating arts programs*. Comedia, The Rounds Bournes Green. Nottingham

- Meeuwis, V. 2010. *Participeren in of via kunst en cultuur? Een onderzoek naar de legitimatie voor cultuureducatie in het beleid van de rijksoverheid sinds 1995*. Cultuur+Educatie (27) p. 70 – 89.
- Merli, P. *Evaluating the social impact of participation in arts Activities. A critical review of Francois Matarasso's Use of Ornament?* International Journal of cultural Policy, 2002. Vol. 8 (1) p. 107-118
- Ponzen, R. 2000. *NICE! Over nieuw engagement in de hedendaagse kunst*. NAI Uitgevers Rotterdam.
- Schaap, M. 2007. Publicatie voor Bureau voor Hedendaagse Avontuur, onderdeel van Den Haag Sculptuur 2007
- Schoonenboom, M. 2005. 'Geen bloemen maar daden'. *Boekman 64: Kunst en Engagement*. Jaargang 17, p. 2-3. Boekmanstichting. Amsterdam
- Stokvis W.& Zijlmans K. 1993. *Vrij Spel. Nederlandse Kunst 1970 – 1990*. Meulenhoff. Amsterdam
- Suchman, M.C. *Managing legitimacy: strategic and institutional approaches*. Academy of Management Review. 1995 Vol. 20 nr. 3, 571-610
- Tilroe, A. *Wie trekt er aan de bel*, MetropolisM. 23 oktober 2010. nr. 2
- Trienekens, S. 2006. *Kunst en sociaal engagement: een analyse van de relatie tussen kunst en gemeenschap(pen)*. Cultuurnetwerk Nederland. Utrecht
- Twaalfhoven, A. (red.) 2010. *Community Art*. Boekman 82. Boekmanstichting. Amsterdam
- Uitermark J. 2011 *Ik geef Beeld aan discussies*. Tijdschrift voor Sociale vraagstukken nr. 59. 20-25
- Vaessens, T. 2009. *De revanche van de roman. Literatuur, autoriteit en engagement*. Uitgeverij Van Tilt. Nijmegen
- Vries, A. de. 2005. *Een zorgvuldig gekoesterd isolement*. *Boekman 64: Kunst en Engagement*. Jaargang 17 p. 35-37. Boekmanstichting. Amsterdam
- Vuyk, K. 2002. *Het menselijk teveel over de kunst van het leven en de waarde van kunst*. Uitgeverij Klement. Kampen.

Interviews

Nieuwe publieken: over de rol van publieke kunst in de stedelijke ontwikkeling. 2 juni 2009, Saskia Monshouwer in gesprek met Erik Hagoort, Siebe Thissen en Hans van Houwelingen in OpTrek Transvaal, (www.monshouwereditions.nl)

Internetbronnen

www.aestheticmagazine.com

www.artandculture.com

www.boekman.nl

www.bureauvoorhedendaagsavontuur.nl

www.cultuurnetwerk.nl

www.deappel.nl

www.doemeinoorkunstkritiek.nl

www.fondsbkvb.nl

www.galleries.nl/kunstenaars

www.kosmopolisnl

www.lexis-nexis/academic.nl

www.skor.nl

www.stroom.nl

www.youtube.nl

Bijlage I: Geraadpleegde krantenartikelen

Erik van Lieshout	Titel artikel	Datum	
1	De Filmkrant	Provocatie en lol	07/08/2003
2	De Volkskrant	Beeldende kunst	29/09/2005
3	Leeuwarder Courant	De jacht op geluk in een volgebouwd Nederland	22/09/2005
4	De telegraaf	Geluk najagen in Leidsche Rijn	09/09/2005
5	NRC Handelsblad	Pursuit'toont onmaakbaarheid van geluk in wijk	08/09/2005
6	Vrij Nederland	<i>Pursuit of happiness</i>	03/09/2005
7	Utrechts Nieuwsblad	<i>Pursuit of happiness</i>	31/08/2005
8	MetropolisM	Ik probeer niet te veel na te denken	5/2006
9	De Volkskrant	Salonrebel	23/11/2006
10	De telegraaf	Wegzakken in onzekerheid	16/04/2006
11	Het Financieele Dagblad	Wanhopig op zoek	30/02/2006
12	De Groene Amsterdammer	Er is een kikker en die kikker is de hel	02/02/2007
13	NRC Handelsblad	Trailer-park en zomeracademie	21-08-2009
14	NRC Handelsblad	Speels en dromerig met een kritische ondertoon	07-10-2009
15	NRC handelsblad	Genezende kunst	30-10-2009
16	Haarlems Dagblad	'Sex is Sentimental ' in race voor Tiger Award	06-01-2010
17	Brabants Dagblad	Filmfestival Rotterdam	28/01/2010
18	Rotterdams Dagblad	Erik maakt gelukkig op het Zuidplein	12-08-2010
19	NRC Handelsblad	Kunstenaar Erik van Lieshout opent winkel in Rotterdam-Zuid	28/08/2010
20	NRC Handelsblad	Selectie beeldende kunst	27/08/2010
21	De Volkskrant	Dit is Babylon voor arme mensen	20/08/2010
22	Rotterdams Dagblad	Tranen van Rem	03/09/2010
23	Eindhovens Dagblad	Carrière van kunstenaar Erik van Lieshout	40-09-2010
24	Eindhovens Dagblad	Kunstenaar als winkelier	04/09/2010
25	Trouw	Knipoog van Van Lieshout naar Rietvel	09-10-2010
26	De Volkskrant	Zuidpleiners zijn ontzettend wild	22/02/2011
27	NRC Handelsblad	Wegkwijnen in Rotterdam Zuid	22/02/2011
28	SKOR	<i>Pursuit of happiness</i>	
29	SKOR	Open 3: kunst in Psychogeriatrische verpleeghuizen	
30	SKOR	Erik van Lieshout Mobiele SRV-Snoezel	
31	SKOR	Snoezel als disco	
32	nrc.next	Filmwereld werd na 9/11 veel realistischer	04-05-2011
33	NRC Handelsblad	Kunstenaars worstelen met materie	19-05-2011
34	nrc.next	Tastend gestuntel in het atelier	20-05-2011
35	De Volkskrant	Rentree van het ambacht	20-05-2011
36	NRC Handelsblad	Erik van Lieshout	14-06-2011
37	De Groene Amsterdammer	Kunst is strijd	15-06-2011
38	Trouw	Rode koppen van zon en woede	27-06-2011
39	NRC Handelsblad	Kamerlid en kunstenaar botsen bij Boijmans	27-06-2011
40	NRC Handelsblad	Anti-bezuinigingscarnaval van cultuurliefhebbers	27-06-2011
41	NRC Handelsblad	Zoeken naar eigen signatuur	18-07-2011

David Bade	Titel artikel	Datum	
1	NRC Handelsblad	David Bade met eerste solo in Stedelijk	14-10-1994
2	Trouw	Een beeld uit een energiestoot	24-08-1995
3	De Volkskrant	Gent viert met knallende draak succes Jan Hoet	11-11-1996
4	De Volkskrant	Kind & Kunst	12-02-1998
5	Trouw	Goede plekken, foute plekken	12-11-1998
6	De Volkskrant	Afrikaanse kunst herinnert aan pijn en oorlog	09-04-1999
7	Trouw	David Bades woekering van associaties	20-01-2001
8	NRC Handelsblad	Nouvelle images	02-02-2001

9	NRC Handelsblad	David Bade; onvoorspelbaar en vrijblijvend	12-02-2001
10	NRC Handelsblad	Kunst voor kids	11-06-2001
11	De Volkskrant	Kinderen kopen kunst	07-07-2001
12	NRC Handelsblad	Vrolijke, vluchtige kunst tegen dumprijzen	11-04-2002
13	Trouw	Bruisende rauwheid, maar met een goed gevoel	11-05-2002
14	De Telegraaf	David Bade: betrokken tot op het bot	19-07-2002
15	De Telegraaf	Boijmans trekt met kunst oude wijken in	23-08-2002
16	NRC Handelsblad	McCarthy's obsessief smerige ernst	17-10-2002
17	NRC Handelsblad	KunstRai gooit roer om	08-05-2003
18	De Volkskrant	Ouders mogen niet kopen	03-06-2003
19	Trouw	Meer dan oogstrelend object	17-06-2003
20	NRC Handelsblad	Alle soorten vrouwen op Den Haag Sculptuur	19-06-2003
21	De Telegraaf	Van Gogh kent vele erfgenamen	27-06-2003
22	Brabants Dagblad	Boulevard bijlage: Kloppend hart	31-07-2003
23	BN-De stem	Uitgids - veel premières op de 19e Boulevard	08-08-2003
24	Brabants Dagblad	Hitte, hartstocht en horeca bepalen Boulevard	18-08-2003
25	De Volkskrant	Het onbekende werk in wording	31-12-2003
26	De Volkskrant	De vondst van het eigen geluid	07-04-2004
27	NRC Handelsblad	David Bade: 'Ik dacht, Jezus, zo kan het dus ook'	06-08-2005
28	NRC Handelsblad	De schilderkunst is niet dood: 10 misverstanden	12-08-2005
29	NRC Handelsblad	Violen? Liever 'arrenbie'	13-10-2005
30	Financieele Dagblad	SNS Reaal Fonds, 310 stuks	12-11-2005
31	De Volkskrant	Vanuit hun bed tellen de zieken oranje bollen	13-04-2006
32	NRC Handelsblad	Instituut moderne kunst op Curaçao	22-04-2006
33	NRC Handelsblad	Kunstenaars voor alle gezindten	05-05-2006
34	NRC Handelsblad	Breaking the rules	06-07-2006
35	NRC Handelsblad	Hard ziekenhuisgips, voel maar' Buitenkunst	21-09-2007
36	Trouw	Even gluren in de wereld van volwassenen	25-04-2007
37	De Volkskrant	Held op sokkel	09-08-2007
38	De Volkskrant	De beste wint	23-08-2007
39	Financieele Dagblad	Zon condenseert tot honingdruppels	29-09-2007
40	De Telegraaf	Cohen blaast hoog van de toren	20-11-2007
41	NRC Handelsblad	Boslaan omgetoverd tot rijk van uitgestorven dieren	01-07-2008
42	Financieele Dagblad	Volwassen sprookjesbos	26-07-2008
43	De Volkskrant	De van lichaam en geest grenzen: Niet normaal	18-12-2009
44	De Telegraaf	Niet normaal? Manifestatie in Beurs van Berlage	08-01-2010
45	De Volkskrant	David Bade	18-03-2010
46	NRC Handelsblad	Catch of the day	19-03-2010
47	De Telegraaf	Inspirerende verbeelding Overzicht David Bade in Gem	22-03-2010
48	Trouw	Kunstenaar samen met publiek	23-03-2010
49	MetropolisM	Koning chaos David Bade in GEM	30-03-2010
50	De Volkskrant	David Bades daden goede	02-04-2010
51	NRC Handelsblad	Bij Bade is kunst meer dan alleen maar mooi	03-04-2010
52	Financieele Dagblad	Met de duivel op zijn hielen	03-04-2010
53	Het Parool	David Bade	07-04-2010
54	NRC Handelsblad	Sublieme schoonheid van de afvalkunst	23-04-2010
55	AD Haagse Courant	Chill! Mijn eigen hangplek	15-05-2010
56	De Volkskrant	Groot, sterk en stoer in megahal	15-09-2010
57	NRC Handelsblad	David Bade wint Sikkens prijs	17-09-2010
58	Trouw	Principes zijn als scheten: dezin van David Bade	04-10-2010
59	Financieele Dagblad	Kleurrijk en veelzijdig	16-10-2010
60	NRC Handelsblad	Kunst van goedkope materialen	04-12-2010
61	NRC Handelsblad	Een aanval op de eenvormigheid	21-01-2011

	Jeanne van Heeswijk	Titel artikel	Datum
1	Rotterdams Dagblad	Culturele Strip Westwijk	21-02-2002
2	Rotterdams Dagblad	De Strip in de Vlaardingse Westwijk krijgt langzaam vorm	04-04-2002
3	Rotterdams Dagblad	Het moet kunst voorstellen, dus is het kunst	24-05-2002
4	Rotterdams Dagblad	Kunst voor de deur	25-05-2002
5	Rotterdams Dagblad	De Strip maakt veel gevoelens los	29-07-2002
6	De Telegraaf	Boijmans trekt met kunst oude wijken in	23-08-2002
7	Rotterdams Dagblad	Enkeltje München met Boijmans in het hart	24-09-2002
8	Rotterdams Dagblad	De Strip start nieuw kunstprogramma	05-10-2002
9	Rotterdams Dagblad	Westwijkers bouwen aan 'De reus van Vlaardingen'	05-10-2002
10	Rotterdams Dagblad	Chabot prijs voor vrouw achter Vlaardingse Strip	16-11-2002
11	Rotterdams Dagblad	Reus Vlaardingen blijkt een konijn	10-12-2002
12	Rotterdams Dagblad	Feestje in De Strip	16-01-2003
13	Rotterdams Dagblad	Taal, mooie mutsen en theater in De Strip	18-01-2003
14	NRC Handelsblad	Gesprek met Jeanne van Heeswijk	07-03-2003
15	Rotterdams Dagblad	Twintigers tobben in De Keuken van De Strip	05-04-2003
16	Rotterdams Dagblad	Tien jaar designprijs met tentoonstelling...	02-05-2003
17	Brabants Dagblad	Er is niets mis met idealisme	08-05-2003
18	Zeeuwse Courant	Met idealisme is toch niets mis?	08-05-2003
19	Rotterdams Dagblad	Geheugenmuseum en hoofddoekjes in jarige strip	16-05-2003
20	Rotterdams Dagblad	Ze moeten weer in de rij voor Boijmans	19-05-2003
21	Rotterdams Dagblad	Er is niets mis met idealisme	31-05-2003
22	Rotterdams Dagblad	Kunstproject De Strip scoort ook over de grens	11-07-2003
23	Rotterdams Dagblad	De Strip zorgt voor ontroering en confrontatie	11-07-2003
24	Rotterdams Dagblad	Mens en omgeving in De Strip	29-08-2003
25	Trouw	Jeff Koons in de groentewinkel	22-09-2003
26	Rotterdams Dagblad	Presentatie Biënnale in Boijmans	04-11-2003
27	Rotterdams Dagblad	Portretten fotogenieke huisdieren in De Strip	28-11-2003
28	De Volkskrant	In de hoofdrol: het publiek	11-03-2004
29	De Volkskrant	<i>WeAreTheWorld</i>	18-03-2004
30	Rotterdams Dagblad	De Strip opent laatste expositie	19-03-2004
31	Rotterdams Dagblad	De hele wereld zien in Rotterdam	23-03-2004
32	De Tijd	Een wereld van verschil	14-04-2004
33	Rotterdams Dagblad	De magie van New York	23-04-2004
34	Rotterdams Dagblad	Kunstproject na twee jaar uitgeStrip	22-05-2004
35	Rotterdams Dagblad	De strip gestript van rode kleur	24-05-2004
36	Rotterdams Dagblad	Slotsymposium De Strip verzandt in algemeenheden	24-05-2004
37	Rotterdams Dagblad	Vervolg van De Strip in 'doe-park'	26-05-2004
38	Rotterdams Dagblad	Opnieuw De Strip	24-11-2004
39	Rotterdams Dagblad	Iedereen moet leren zijn verhaal te vertellen	17-12-2004
40	Rotterdams Dagblad	Anders maak ik alleen foto's op vakantie	09-04-2005
41	De Volkskrant	Beeldende kunst: Sociaal geëngageerde kunstenaar	29-11-2007
42	De Gooi- en Eemlander	At Random. Uiteenlopende aardappels en wallpaper	28-11-2007
43	Brabants Dagblad	Fioretti trots op 'varkensproject'	06-07-2010
44	Haarlems Dagblad	Kunstenaars leggen voor e luister in 4 badplaatsen	08-07-2010
45	Noordhollands Dagblad	Kunstenaars werken mee aan nieuwe kustvisie	15-07-2010
46	Haarlems Dagblad	Wat gaan we doen net de Middenboulevard?	22-07-2010
47	De Volkskrant	Muren behangen met hoop	08-10-2010
48	De Dordtenaar	Misschien kun je hier wel onderwaterfietsen...	18-12-2010
49	De Groene Amsterdammer	Tussen modder en model	05-01-2011
50	Eindhoven's Dagblad	Nieuwe internethoek vloeit voort uit Ariadne-project	13-01-2011
52	De Volkskrant	Netwerk, aardappel, eigenheimer	16-06-2011
53	De Volkskrant	Samenleving als atelier: Profiel Jeanne van Heeswijk	24-06-2011
54	Algemeen Dagblad	Alle facetten van de samenleving	15-07-2011

	Aernout Mik	Titel artikel	Datum
1	De Volkskrant	Zwijg, en wees mooi!	02-09-1995
2	NRC Handelsblad	Beeldhouwer Mik vertegenwoordigt Nederland op Biënnale	06-06-1997
3	NRC Handelsblad	Sandbergprijs voor Aernout Mik	26-08-1997
4	vk.nl	Aernout Mik	03-07-1998
5	NRC Handelsblad	Bungeejumpen met Aernout Mik in Almere	13-08-1998
6	De Volkskrant	Ze begrijpen niet wat we hier zitten te doen	29-06-1999
7	Financieele Dagblad	De markt als confrontatie	02-10-1999
8	De Volkskrant	De werkelijkheid van Mik en Mach	17-02-2000
9	Trouw	Slapstick Aernout Mik vervormt waarneming	19-02-2000
10	NRC Handelsblad	Verzet tegen zapcultuur	29-01-2001
11	NRC Handelsblad	Totaalervaring van bordkarton	27-04-2001
12	Trouw	Boter-kaas en eieren spelen met een robotaap	12-10-2001
13	NRC Handelsblad	Het gevaar komt van alle kanten; Aernout mik en zijn video's	08-02-2002
14	Trouw	Aernout Mik wint Heineken prijs	17-04-2002
15	NRC Handelsblad	Kunstenaars: de markt op	24-05-2002
16	Financieele Dagblad	Onder professoren	21-09-2002
17	NRC Handelsblad	We werken hier in een hogedrukpan	28-12-2002
18	MetropolisM	Staat van onzekerheid, gesprek met Aernout Mik	2007/03
19	MetropolisM	Net echt, Aernout Mik in Parijs	2011/03
20	De Volkskrant	In Two Minds	02-01-2003
21	Trouw	Supermarkt in Stedelijk	04-01-2003
22	De Volkskrant	Bij Aernout Mik verdampt elk houvast bij voorbaat	10-01-2003
23	Financieele Dagblad	De catastrofe als kunstwerk	11-01-2003
24	Financieele Dagblad	Deinende beelden tussen levensmiddelen	25-01-2003
25	Financieele Dagblad	Video worstelt nog steeds met obscuur imago	01-02-2003
26	NRC Handelsblad	Zeurende zielen in het magazijn; beeldende kunst/theater	11-01-2003
27	NRC Handelsblad	Wreed groepsexperiment van Aernout Mik	14-01-2003
28	NRC Handelsblad	Grootst reconstructie van en historische kunstbeurs	16-01-2003
29	NRC Handelsblad	Publiek trekken is maar een truc	07-02-2003
30	Financieele Dagblad	Onverschrokken kunstverzamelaars	10-04-2004
31	NRC Handelsblad	Freakkerige filmpjes kleuren videofestival	11-06-2004
32	NRC Handelsblad	Rijk met oortjes en maskertjes van niks	28-07-2004
33	Leeuwarder Courant	De jacht op geluk in een volgebouwd Nederland	22-09-2005
34	De Volkskrant	Aernout Mik genomineerd voor Duitse kunstprijs	11-10-2005
35	Trouw	Meer publiek voor de moderne kunst	16-12-2005
36	NRC Handelsblad	Voetnoten bij het nieuws; Documentaires duiken op in de hedendaagse kunst	10-03-2006
37	De Volkskrant	Lipstick en Kalasjnikovs	28-09-2006
38	nrc.next	6 videokunst	05-10-2006
39	NRC Handelsblad	Aernout Mik naar Biënnale van Venetië	30-11-2006
40	Financieele Dagblad	Als zombies in een oorlogszone	24-03-2007
41	De Telegraaf	Angst, terreur en immigratie in Venetië	01-06-2007
42	De Telegraaf	Rietveldpaviljoen: Aernout Mik toont twijfel en verwarring	08-06-2007
43	Het Parool	Nederlands paviljoen over immigratie	08-06-2007
44	De Volkskrant	Dreigend, chaotisch beeld van noodhulp	11-06-2007
45	Trouw	De kunstenaar als journalist	16-06-2007
46	Financieele Dagblad	Crème de la crème	14-07-2007
47	Financieele Dagblad	De strijd om de lijstjes	15-09-2007
48	Financieele Dagblad	Blik op de wereld	26-01-2008
49	Het Parool	Eyes wide open in het Stedelijk Museum	26-01-2008
50	De Volkskrant	Speelse kunst over de grote thema's	28-01-2008
51	NRC Handelsblad	Aankopen musea bedreigd door oververhitte kunstmarkt	28-01-2008
52	De Volkskrant	Beschaving is een illusie	18-02-2008
53	NRC Handelsblad	Van Tuyl kiest voor mondiale middenstroom	26-02-2008

54	Financieele Dagblad	Solo-expositie in MoMa voor Aernout Mik	09-01-2009
55	NRC Handelsblad	MoMa toont overzichtsexpositie van Aernout Mik	09-01-2009
56	Financieele Dagblad	Aernout Mik	02-05-2009
57	De Volkskrant	Mik blijkt verrassend actueel in New York	06-05-2009
58	NRC Handelsblad	De archetypische rampen van Aernout Mik	08-05-2009
59	nrc.next	Elk decor nodigt je uit	08-06-2009
60	NRC Handelsblad	Soldaten genezen door de angst te laten herbelevén	14-08-2009
61	Het Parool	De vuilnisbak van Aernout Mik	18-11-2009
62	nrc.next	IDFA 'niet normaal'	19-11-2009
63	Financieele Dagblad	Vitale kunstcowboy	21-08-2010
64	De Volkskrant	Langzaam ontardt de realiteit	01-03-2011
65	De groene Amsterdammer	Aernout Mik in Jeu de Paume	07-03-2011
66	De Volkskrant	Sla het Nederlandse paviljoen maar over	10-06-2011

	Jonas staal	Titel artikel	Datum
1	Telegraaf	Rouwmonumentjes Wilders zijn 'kunst'	04-05-2005
2	Trouw	Kunstenaar vast om 'bedreiging' van Wilders	04-05-2005
3	Algemeen Dagblad	Kunstenaar bekend ophangen foto's Wilders	04-05-2005
4	De Volkskrant	'Bedreiging' van Wilders blijkt kunstzinnige uiting	04-05-2005
5	Rotterdam Dagblad	De vele opties van Jonas Staal	04-05-2005
6	Het Parool	Nederlander gepakt bij...	06-05-2005
7	Rotterdam Dagblad	Ik ben geen terrorist, Ik heb niet willen beledigen'	06-05-2005
8	Rotterdam Dagblad	Lastig geval	06-05-2005
9	Twentse Courant	Justitie neemt 'kunstproject' rond Wilders hoog op	07-05-2005
10	Rotterdam Dagblad	Kunstobject Wilders	18-05-2005
11	De Volkskrant	Steun voor Wilders	19-05-2005
12	Rotterdam Dagblad	Politie haalt 'Autobom II' subiet weg	09-05-2006
13	Rotterdam Dagblad	Terreurkustenaar houd deur liever op slot	10-05-2006
14	De Volkskrant	Bomwrak of naakte vrouwen	11-05-2006
15	Rotterdam Dagblad	Deelgemeente Charlois verbiedt kunstwerken...	12-10-2006
16	nrc.next	6 kunstenaars	25-10-2006
17	Dagblad v/h Noorden	Actiekunst mist doel	07-02-2007
18	NRC Handelsblad	Koran verscheuren tegen Wilders populisme	20-03-2007
19	Brabants Dagblad	Bloed in De Verschijning	24-04-2007
20	Rotterdam Dagblad	Kunstenaar vervolgd voor gedenkplaten van Wilders	03-07-2007
21	AD/Haagse Courant	Meedoen met kunstenaars op het Lange Voorhout	06-07-2007
22	Rotterdam Dagblad	Uitnodiging voor rechtszaak smakeloos'	02-08-2007
23	Rotterdam Dagblad	Wilders is interessant symbool van persoonsverheerlijking'	02-07-2007
24	Spits	De politicus is geen popster	03-08-2007
25	De Volkskrant	Kunst of bedreiging?	04-08-2007
26	Algemeen Dagblad	Taakstraf geëist voor Wilders-kunst	04-08-2007
27	Dagblad de Limburger	Knuffelberen en kaarsen als doodsbedreiging	04-08-2007
28	Het Parool	Justitie trekt vergelijking met kogelbrief	04-08-2007
29	Rotterdam Dagblad	Blootleggen	06-08-2007
30	Trouw	Wilders verliest zaak om kunstwerk	18-08-2007
31	De Volkskrant	Wilders is fascinerend, hij blijft mijn muze	18-08-2007
32	Rotterdam Dagblad	Bomwrakken naar Rotterdam halen was hele toer	29-07-2007
33	De Dordtenaar	CBK geeft jong talent een kans	31-08-2007
34	Trouw	Een gevaarlijk verlangen naar roem	03-09-2007
35	ANP	Kunstminnend publiek oog in oog met autobomwrakken	07-09-2007
36	Leeuwarder Courant	Kunstenaars confronteren publiek met autobomwrakken	08-09-2007
37	Algemeen Dagblad	Jonas Staal toont twee autowrakken uit Bagdad	08-09-2007
38	Twentse Courant	Context kunstwerk wordt gepresenteerd bepalend voor effect	11-09-2007
39	Rotterdam Dagblad	Martelwerktuigen in Witte de Withstraat	31-10-2007

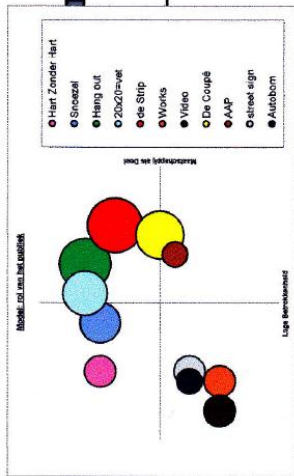
40	De Volkskrant	Grens tussen kunst en provocatie dunner	04-12-2007
41	Trouw	De betrokken kunstenaar	08-12-2007
42	De Volkskrant	Controversieel werk en hoge bezoekcijfers	27-12-2007
43	Rotterdam Dagblad	Geweldig maar die auto's zijn niet van mij	29-02-2008
44	NRC Handelsblad	Redefine the enemy	21-03-2008
45	Rotterdam Dagblad	De politieke kracht van kunst in TENT	28-03-2008
46	Trouw	Inspelen op angst	18-04-2008
47	NRC Handelsblad	Liever een bedreiger dan een gemarginaliseerde pion	26-05-2008
48	NRC Handelsblad	De kunst wordt vervolgd en niet in China	26-05-2008
49	NRC Handelsblad	Drie maanden geëist tegen Staal	22-05-2008
50	Rotterdam Dagblad	Gewoon kunst, geen bedreiging	05-06-2008
51	De Groene Amsterdammer	De rouwexhibitionist	19-09-2008
52	Dagblad v/h Noorden	Juwelen van leed	06-02-2009
53	Vrij Nederland	De nieuwe asceten	01-08-2009
54	Dagblad de Limburger	Kunst die tongen lossen maakt	29-08-2009
55	Dagblad de Limburger	Debat over vernielde ambulances	30-09-2009
56	NRC Handelsblad	Een fles bier naar de ambulance geslingerd	05-10-2009
57	Dagblad de Limburger	Pijn geweld zichtbaar maken	05-10-2009
58	NRC Handelsblad	Vrijheid of vrijblijvendheid in de kunst	09-10-2009
59	NRC Handelsblad	Autonome kunst bestaat niet; Jonas Staal	20-11-2009
60	De Groene Amsterdammer	Post -Propaganda	28-10-2009
61	Vrij Nederland	De straat als arena	27-03-2010
62	NRC Handelsblad	Debat van de week	27-03-2010
63	Trouw	Jonas Staal. Ons bestaan is tot op het bot gepolitiseerd	17-04-2010
64	NRC Handelsblad	Verenigd kunst en politiek. Pleidooi Staal	24-09-2010
65	Trouw	Nijdig weggelopen loont meer dan blijven zitten	12-11-2010
66	De Volkskrant	Anna Tilroe	25-11-2010
67	NRC Handelsblad	Politiek bepaalt wat vrijheid is, kopie vrijdenkersruimte	02-12-2010
68	Trouw	Staal trekt deelname tentoonstelling in	19-01-2011
69	Vrij Nederland	De kunstenaar; dwarsdenker. Jonas Staal	29-01-2011
70	Rotterdam Dagblad	Wilders-cartoon te zien in Schiedams Museum	22-02-2011
71	Vk.nl	Over Jonas Staal: hij activeert ons denken	04-04-2011
72	NRC Handelsblad	Wethouder sluit zich 96 uur op met kunstenaars	19-04-2011
73	De Groene Amsterdammer	Macht van het woord. Dialoog tussen kunsten politiek	20-04-2011
74	NRC Handelsblad	Politiek en kunst samen in Big Brotherhuis	20-04-2011
75	De Volkskrant	Vanuit je tentje zoeken naar committent	02-05-2011
76	nrc.next	Groot respect voor 'culturele horror'	30-05-2011

	Yvonne Dröge Wendel	Titel artikel	Datum
1	Leeuwarder Courant	Gemeentendiensten al inspiratie voor kunst	06-06-2000
2	Leeuwarder Courant	Kunstenaars wil zwarte ballon door stad rollen	29-08-2000
3	Leeuwarder Courant	Zwarte ballon door stad rollen	31-08-2000
4	Leeuwarder Courant	Zwarte bol en lokale bui teisteren Leeuwarden	22-09-2000
5	Leeuwarder Courant	Wind blaast bal over lege Leeuwarder Nieuwestad	13-10-2000
6	Leeuwarder Courant	Kunstzinnig eten voor culinaire waaghalzen	25-01-2001
7	De Volkskrant	Met hoge snelheid	23-05-2002
8	NRC Handelsblad	De lange weg van de Zwarte Bal	08-09-2006
9	Trouw	Wandelaars op de Veluwe kijkt door de bril van de kunstenaar	04-11-2006
10	De Volkskrant	Beeldende kunst Sociaal geëngageerd	29-11-2007
11	Haagse Courant	De Coupé	25-06-2008
12	Trouw	Heilzame stilteplek	05-12-2008
13	Algemeen Dagblad	Kunstprijz met anekdotes	26-02-2009
14	De Volkskrant	Rome maakte de Prix bijzonder	07-03-2009
15	NRC Handelsblad	Besognes belangrijker dan Rome	27-03-2009

16	NRC Handelsblad	Genezende kunst	30-10-2009
17	Twentsche Courant	Week van de Filosofie	16-04-2011

	Lino Hellings	Titel artikel	Datum
1	Het Parool	De gebaade paadjes door de stadsjungle	16-05-2003
2	Dagblad v/ Noorden	Kunstenaar bereid wrk voor in gemeenthuis Exloo	15-01-2004
3	Dagblad v/ Noorden	Gemeentewerf verhuist in kunstwerk mee naar nieuwe werf	23-04-2004
4	Rotterdams Dagblad	Terug naar Hoogvliet:	24-06-2004
5	Brabants Dagblad	Bronzen cactus moet rotonde sieren	05-09-2006
6	NRC Handelsblad	Zwaaien naar de eenzame filerijder	13-04-2007
7	Telegraaf	In de Alzheimer expres	20-06-2008
8	Haagse Courant	De Coupé	25-06-2008
9	De Volkskrant	Gelegitimeerde passiviteit in een chique omgeving	26-06-2008
10	Eindhovens Dagblad	Perfecte kunst	09-07-2008
11	De Volkskrant	Bizarre beelden zonder boodschap: afscheid Dogtroep	02-10-2008
12	Utrechts Nieuwsblad	Wijk Soesterkwartier met 'dahliatuin' <i>place to be</i>	03-11-2008
13	Zorgvisie	Even uit de werkelijkheid. Kunst in zorginstellingen	01-12-2008
14	Trouw	Heilzame stilteplek	05-12-2008
15	NRC Handelsblad	Genezende kunst	30-10-2009
16	De Volkskrant	Kunstenaars zijn geen therapeuten	14-01-2010
17	Reformatisch Dagblad	Kunst draagt bij aan welbevinden	22-02-2010
18	NRC Handelsblad	Kunst en Alzheimer	26-08-2010
19	NRC Handelsblad	Recensies	07-01-2011

Bijlage II: Data model



		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		Lieshout Hart Zond Snoezel	Lieshout Hang out	Bade 20x20=vet	Heeswijk de Strip	Heeswijk Works	Heeswijk Video	Mik AAP	Staal Autobom	Staal	Heilings street sign	De Coupé
Betrokkenheid												
Y	Participerende rol publiek	1	1	2	2	2	1	1	3	1	1	3
Y	Laagdrempelig	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Y	Interactie met de kunstenaar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Y	Bereidheid van de betrokkenen om deel te nemen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Doelstelling												
X	Doel	1	0	0	0	-1	1	1	-1	1	1	-1
X	Zichtbaarheid van de projecten	1	-1	-1	1	1	-1	-1	1	1	1	-1
X	Doelgroep	1	1	0	0	-1	0	1	-1	1	1	-1
X	Invloed van het publiek op het proces	1	1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	-1
X	Cultureel Publiek	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0
X	Sociaal publiek	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	-1	-1	-1
X	toegankelijkheid	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	1
X	Locatie	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	-1	-1	-1	-1
X	Context	1	1	1	1	-1	1	1	-1	-1	1	-1
X	Conceptualiseren	1	1	1	1	-1	1	1	-1	-1	1	-1
X	Ontmoeting	1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	-1
X	procesgericht	1	1	-1	-1	-1	1	1	1	1	1	1
X	opdrachtgever	0	-1	0	1	0	1	1	-1	1	1	-1
X	rol van de kunstenaar	1	1	0	0	-1	1	1	1	1	1	0
X	kunstkritiek	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0
X	maatschappelijke media (niet kunst)											
X	zichtbaar binnen de grenzen van de kunstwereld	1	1	1	1	1	1	1	-1	1	1	-1
Publieks rol												
D	rol van de kunstenaar	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	2
D	Spontaneïteit (van het publiek)	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
D	vrijheid (van het proces)	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1
D	Toegankelijk	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
D	Consulterende rol	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1
D	actieve rol	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
D	troschouwer	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
D	reflectieve rol	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
Variabele kenmerken												
V	Duur van het project (maanden)	6	1,5	24	0,3	24	0,5	12	80	0,1	0,1	60
V	Organisatiestructuur/initiator/opdrachtgever/methodiek	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	1
V	Financiering	3	3	3	1	3	1	3	1	3	1	3
V	Grensvervaging en Grensoverschrijding	2	3	1	1	2	2	3	2	3	1	1
V	effect (blijvend)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
V	spontaneïteit	2	2	3	2	3	1	0	4	0	2	3
V	Scheiding cultureel vs sociaal publiek	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1

Bijlage III Data grafieken

Kenmerken	Hart/ z/hart	Snoes bus	Hang Out	20x Vet	De Strip	Work	Video	AAP	Auto bom	Street signs	Coupé
kenmerken betrokkenheid											
participatie	x	x	x	x	x						x
laagdrempelig	x	x	x	x	x			x			x
interactie	x	x	x	x	x			x			x
bereidheid	x	x	x	x	x			x			x
kenmerken doelstelling:											
doel maatschappelijk	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
doel kunst	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x
zichtbaarheid	x			x	x				x	x	
doelgroep		x	x		x			x			x
invloed			x	x	x						x
cultureel publiek eindproduct	x	x	x	x		x	x		x	x	
cultureel publiek proces				x	x						
sociaal publiek eindproduct			x	x	x			x			x
sociaal publiek proces	x	x	x	x	x						
toegankelijkheid	x	x	x	x	x			x			x
locatie bewust gekozen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
locatie willekeurig											
context cultureel				x		x	x		x		
context maatschappelijk	x	x	x		x			x		x	x
conceptualisering	x	x	x			x	x	x	x	x	x
ontmoeting gericht			x		x		x				x
ontmoeting spontaan	x	x		x							
procesgericht			x	x	x						
opdrachtgever maatsch.	x	x	x		x			x			x
opdrachtgever cultureel	x		x	x	x	x	x				x
kunstenaar is facilitator			x	x	x						
kunstenaar is kunstenaar	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
kunstkritiek	x	x				x	x		x	x	
maatschappelijke media	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x
zichtbaar kunstwereld	x	x	x			x	x		x	x	
variabele kenmerken:											
duur	6	0,6	3	0,1	24	5	24	1200	0,02	0,1	--
organisatiestructuur	x	x	x	x	x	x					x
financiering	x	x	x		x						
subsidie	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x
grensvervaging		x					x		x	x	
effect	x	x	x		x			x	x	x	x
spontaniteit	x	x		x	x						
uniek project	x	x				x		x	x		x
publieksrol											
vrijheid			x	x							
consulerende rol (cult pub)				x							
actieve rol (cult pub.)			x	x							
toeschouwer (cult pub.)	x	x	x	x	x	x	x		x	x	
reflectieve rol (cult pub)						x	x		x	x	
consulerende rol (soc.pub)		x	x	x	x						x
actieve rol (soc. pub.)	x	x	x	x	x			x			x
toeschouwer (soc pub.)			x	x	x				x	x	
reflectieve rol (soc pub)					x				x	x	