



Auteur: V.P. Feller
Beoordelaar 1: Dr. P.D. Groote
Beoordelaar 2:

Rijksuniversiteit Groningen
Augustus 2010

INHOUDSOPGAVE

	<u>Paginanummer</u>
Inhoudsopgave	2
Lijst figuren en tabellen	3
Samenvatting	4
Inleiding	5
Probleemstelling	5
Methodologie	6
Hoofdstuk 1	Publieke kunst in geografisch perspectief
1.1	Inleiding 7
1.2	Publieke Ruimte 7
1.3	Kunst 9
1.4	Sense of Place 10
1.5	Conclusie 12
Hoofdstuk 2	Kunst en cultuurbeleid in Nederland
2.1	Historisch overzicht 14
2.2	Het huidige beleid 16
2.3	Kosten van kunst en cultuur 19
2.4	Kunst in de publieke ruimte 20
2.5	Conclusie 23
Hoofdstuk 3	Doelen en effecten van publieke kunst
3.1	Overzicht uit de literatuur 24
3.2	Overzicht uit beleidsnota's 26
3.3	Conclusie 28
Hoofdstuk 4	Resultaten van kunst in de publieke ruimte
4.1	Casus 1: Blauwe Weg in Drachten 29
4.2	Casus 2: Beyond Leidsche Rijn in Utrecht 34
4.3	Casus 3: Santa Claus in Rotterdam 38
4.4	Casus 4: Blote Roosje in Amsterdam 41
4.5	Casus 5: Hier Begunt Stad in Groningen 44
4.6	Conclusie 47
Conclusie	48
Aanbevelingen	49
Literatuurlijst	50
Bijlage 1	Subsidiestelsel kunst en cultuur 55
Bijlage 2	MAXQDA analyse en gebruikte artikelen 56

LIJST VAN FIGUREN EN TABELLEN

<u>Figuur</u>	<u>Titel</u>	<u>Paginanummer</u>
1.1	Concept publieke ruimte	9
1.2	Monument op de Dam	13
2.1	Subsidiesysteem kunst in Nederland	18
2.2	Air Pressure	22
2.3	Mozaïekbankje	23
2.4	Het draait om mensen	23
2.5	De parasol	23
4.1	De Blauwe Weg	30
4.2	Revitalisatieproject Drachtstervaart	31
4.3	MAXQDA matrix negatieve representaties Blauwe Weg	31
4.4	Negatief oordeel bewoners, gespecificeerd	32
4.5	MAXQDA matrix positieve representaties Blauwe Weg	32
4.6	De Parasol	34
4.7	Vinex-wijk Leidsche Rijn	35
4.8	MAXQDA matrix negatieve representaties Beyond	35
4.9	Negatief oordeel bewoners, gespecificeerd	36
4.10	MAXQDA matrix positieve representaties Beyond	36
4.11	Santa Claus	38
4.12	MAXQDA matrix negatieve representaties Santa Claus	39
4.13	MAXQDA matrix positieve representaties Santa Claus	39
4.14	Roosje	41
4.15	MAXQDA matrix negatieve representaties Roosje	42
4.16	MAXQDA matrix positieve representaties Roosje	42
4.17	Billboards Westpoort	43
4.18	Stadsgrenzen Groningen, oud en nieuw	43
<u>Tabel</u>	<u>Titel</u>	<u>Paginanummer</u>
2.1	Uitgaven aan kunst en cultuur in gemeente Amsterdam, 1899-1999	15
2.2	Totale overheidsuitgaven aan kunst en cultuur 1985-2002	16
2.3	Totale overheidsuitgaven aan kunst, 1985-2002	19
2.4	Percentageregeling beeldende kunst	20
3.1	Publieke kunstbeleid en doelstellingen in de tien grootste gemeenten van Nederland	27
4.1	Enquêteresultaten betekenis billboards Westpoort	43
4.2	Enquêteresultaten kosten billboards Westpoort	43
4.3	Reacties bewoners op kunst, samenvattend	44

SAMENVATTING

Kunst in de publieke ruimte beslaat vele disciplines en schaalniveaus. Van een bankje in de straat tot een internationaal bekend beeld als het Vrijheidsbeeld. Al deze objecten en gebouwen hebben hun eigen invloed op hun omgeving. Soms wordt de plek het kunstwerk, soms raakt een beeldje in de vergetelheid, en weet geen mens dat het er staat. De publieke ruimte leent zich echter bij uitstek voor confronterende kunst. Omdat iedereen er gevraagd en ongevraagd mee in aanraking kan komen heeft kunst invloed op de sense of place van mensen.

Bij overheden in Nederland is dit besef in de tweede helft van de 20^e eeuw doorgedrongen, en zijn er vele kunst en cultuurprogramma's opgezet. Soms zijn deze gericht op de lokale bevolking, om banden te versterken of bruggen te slaan tussen gebroken gemeenschappen. Soms ook zijn ze bedoeld voor de buitenwereld, toeristen, potentiële bewoners, beleidsmakers. Naar de effecten van al deze kunstwerken is sinds de jaren '80 veel onderzoek gedaan. In die tijd werden de economische effecten van kunst opgemerkt, en ontstond er een grootschaliger beleid, gericht op revitalisatie van buurten en steden. Toen bleek dat er meer nodig was dan geld om de arme buurten van de schrale jaren '80 op te knappen werden ook de sociale effecten van kunst zichtbaar.

De invloed van de overheid op de kunstsector is ook anno 2010 nog groot. Doordat de focus gedurende de jaren '90 steeds meer op het lokale gericht was, werden ook begrippen als draagvlak, medezeggenschap en community art geïntroduceerd. Door bewoners directer bij kunstprojecten te betrekken hoopt men een beter effect te sorteren, en inzicht te krijgen in wat wel en niet werkt.

Het huidige kunst en cultuurbeleid karakteriseert zich door een focus op een vijftal punten. Het stimuleren van participatie en maatschappelijk debat, bijdragen aan de identificatie van bewoners met hun omgeving, en het nationaal en internationaal op de kaart zetten van hun provincie, stad of gemeente.

Binnen deze thesis zijn vijf recente projecten van kunst in de publieke ruimte onder de loep genomen. Uit deze cases blijkt dat doel en effect soms ver uit elkaar kunnen liggen. In de praktijk lijkt het publieke kunstbeleid een kwestie van nattevingerwerk en geluk. Geluk en ongeluk liggen dicht bij elkaar. Zo somber is het echter niet gesteld met de effecten van publieke kunst. Een gedegen kennis van het lokale, het informeren en raadplegen van bewoners, een kunstenaar met gevoel voor de plek en een overheid met duidelijke en heldere ideeën over hoe en wat zijn van vitaal belang. Een aantal van de minder geslaagde voorbeelden in deze thesis missen een of meerdere van bovenstaande voorwaarden.

Desondanks blijft kunst een kwestie van smaak en zal ze zich, gelukkig maar, nooit helemaal in cijfers en grafieken laten vatten.

INLEIDING

De plaatsing van publieke kunst heeft in Nederland sinds de jaren '80 een nieuwe, culturele dimensie gekregen. Vroeger was de plaatsing van een kunstwerk slechts bedoeld ter esthetische verfraaiing van de omgeving. In de laatste decennia is kunst echter meer en meer gebruikt als middel om diepere en grotere sociale problemen het hoofd te bieden. Er bestaat echter weinig duidelijkheid over de manier waarop dit kunstbeleid tot stand komt, en naar de mogelijke effecten van publieke kunst is helemaal weinig (wetenschappelijk onderbouwd) onderzoek verricht. Slechts mondjesmaat evalueren overheden de impact van kunst binnen de lokale context. Wordt de burger eigenlijk wel genoeg betrokken bij dit soort (veelal uit belastinggeld betaalde) projecten, en zou dit überhaupt gewenst zijn? Bovenstaande vragen en opmerkingen vormen de directe aanleiding voor deze masterthesis.

PROBLEEMSTELLING

Ik onderzoek het publieke kunstbeleid in Nederland omdat ik wil weten wat de doelen en effecten van dit beleid zijn, teneinde inzicht te verkrijgen in de effectiviteit en objectiviteit van het publieke kunstbeleid.

DEELVRAGEN

1 Op welke manier verhoudt publieke kunst zich tot de ruimte?

Wat is publieke ruimte, welke kunstvormen vallen binnen deze ruimte en hoe staat dit in verhouding tot het plaatsgevoel van mensen.

2 Wat houdt het publieke kunstbeleid in Nederland in?

Een chronologisch overzicht van rijksbeleid voor kunst en cultuur en een korte uitleg van het subsidie en regelingensysteem dat hier anno nu aan ten grondslag liggen.

3 Welke doelen en effecten worden beoogd met dit beleid?

Een theoretisch overzicht en tevens een samenvatting van het publieke kunstbeleid van de tien grootste steden van Nederland. Zo kunnen verschillen en overeenkomsten gevonden worden.

4 Hoe verhouden enkele cases zich tot beleid en beoogde effecten?

Aan de hand van 5 voorbeeldcases wordt gekeken in hoeverre deze effecten ook echt gehaald zijn, en hoe deze in verhouding staan tot de vooraf gestelde doelen.

METHODOLOGIE

De probleemstelling is aan de hand van vier deelvragen onderverdeeld. Voor het theoretisch kader van deze thesis is gebruik gemaakt van internationale literatuur van bekende geografen, (kunst)filosofen en sociologen. Zodoende wordt getracht een zo actueel en algemeen aanvaard overzicht te geven van de voor deze thesis relevante begrippen publieke ruimte, kunst en sense of place. Daarbij heeft literatuur over de relatie tussen kunst en publieke ruimte speciale aandacht gekregen.

Dit geldt ook voor hoofdstuk 2, waarin het Nederlandse beleid op kunst in de publieke ruimte is gepoogd samen te vatten en duiden. Door middel van een historisch overzicht te geven krijgt men meer inzicht in waarom het beleid is zoals het is. Ook is dit verloop door de tijd in een internationale context geplaatst om te bepalen hoe uniek het Nederlandse kunst en cultuurbeleid is.

Aan de hand van recente beleidsstukken is vervolgens gekeken hoe het huidige beleid en subsidiesysteem in elkaar zitten. Hierbij is ook het onderscheid tussen rijk en provincie/gemeente aangegeven.

In hoofdstuk 3 is dieper op deze beleidsstukken ingegaan om de beoogde doelen en effecten van dit kunst en cultuurbeleid te vinden. In sommige gevallen konden doelen en evaluatie van die doelen concreet gevonden worden in een nota en direct overgenomen worden. Waar dat niet het geval was, zijn de (deel)hoofdstukken over kunst in de publieke ruimte doorgenomen en geïnterpreteerd. Van deze beleidsdoelen is vervolgens een samenvatting gemaakt die kan dienen als maatstaf voor de cases in hoofdstuk 4.

Voor dat hoofdstuk is gezocht naar cases van kunst in de publieke ruimte die voor beroering, ophef of zich om andere redenen op veel aandacht kon verheugen. Daarbij lag de focus op cases die zich binnen de tien grote steden liggen, omdat deze ook als basis dienden van het doelenschema van hoofdstuk 3. Dit was echter geen noodzakelijke voorwaarde voor een case. Gekozen is om 5/6 cases te kiezen waarover (redelijk) uitgebreid was gerapporteerd in diverse media, om zo een redelijk beeld te krijgen van de daadwerkelijke effecten van kunst in de publieke ruimte.

De media representaties van deze cases zijn met MAXQDA verwerkt, ook zijn er een aantal interviews met beleidsmakers gehouden. Tevens zijn doelen uit recente beleidsnota's gebruikt als toetsingselement.

HOOFDSTUK 1: PUBLIEKE KUNST EN RUIMTE

1.1 INLEIDING

Bij publieke kunst komen al snel de associaties met koperen beeldjes in plantsoenen, ongrijpbare rotondekunst of borstbeelden van grootheden uit het verleden naar boven. Kunst en kunstuitingen bestaan al sinds het eerste begin van menselijke beschaving. Onze eerste voorouders beeldden hun dagelijks bestaan al uit in rotstekeningen. De Romeinen en Grieken blonken uit in beeldhouwen, versieringen en architectuur, evenals onder meer de Maya's en Egyptenaren. Dichterbij huis kennen velen van ons het Kurhaus, het Rijksmuseum, het monument op de Dam, maar ook het gebouw van de Gasunie in Groningen.

Maar publieke kunst beslaat een breder veld dan deze (inter)nationaal bekende monumenten, erfgoed, beelden en gebouwen. Zeker sinds de economische effecten van kunst en cultuur langzaam zijn doorgedrongen tot beleidsmakers wordt kunst voor meer dan enkele esthetische doeleinden gerealiseerd. Ook op lagere schaalniveaus. Boegbeeld van deze revolutie is Richard Florida, die in 2002 met zijn boek *'The Rise of the Creative Class'* aantoonde hoe diverse Amerikaanse steden op waren gebloeid na intensieve uitgaven aan kunst en cultuur. Florida kreeg ook in Nederland navolging. Gerard Marlet betoogt dat met een krimpende bevolking, cultuur een steeds belangrijkere vestigingsfactor wordt om (hoogopgeleide) mensen aan te trekken. (Marlet, 2009) Steden die niet genoeg investeren in een levendig centrum, in theater, de openbare ruimte en kunst zullen achterop raken en de concurrentieslag om de *creatieve klasse* verliezen.

Ook bij de herstructurering van achterstandswijken wordt naar het middel van kunst en cultuur gegrepen. Kunst in de (Vogelaar)wijk moet leiden tot een nieuwe verbondenheid tussen bewoners, en een gevoel van trots. Deze gevoelens zouden, in combinatie met renovatieprojecten, de basis moeten vormen voor de zogenaamde krachtwijken. (VROM, 2008)

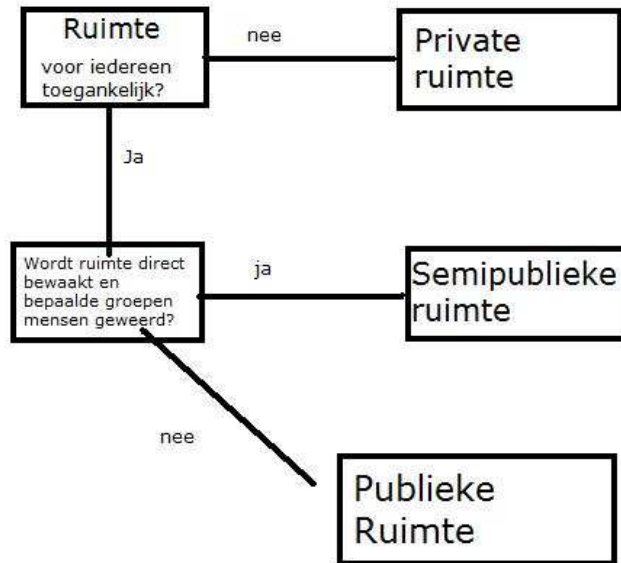
Om een duidelijker beeld te geven van het brede scala van uitingen dat onder kunst wordt geschaard, en welke daarvan publiek (of privaat of semipubliek) zijn zal in dit hoofdstuk een overzicht gegeven worden van de diverse opvattingen op publieke ruimte en kunst en de implicaties daarvan.

1.2 PUBLIEKE RUIMTE

Kunst in een museum sorteert een ander effect dan kunst in de publieke ruimte. Het bereikt ook een heel ander publiek. Voor kunst in de publieke ruimte hoeft geen kaartje te worden gekocht, en men kan er te pas en te onpas mee geconfronteerd worden. Daarom is het voor beleidsmakers een interessant instrument om een groep mensen te bereiken die via museumkunst niet bereikt kan worden. Bekend is dat museumbezoek toeneemt met opleidingsniveau, en dat juist probleemwijken een benedengemiddeld opgeleide bevolking hebben. (Cultuurnetwerk Nederland, 2003)

Er wordt in deze thesis bewust gekozen voor de term kunst in de *publieke* ruimte, en dus niet voor *openbare* ruimte. Het verschil is vooral semantisch van aard. Volgens van Dale brengen zowel publiek als openbaar tot uitdrukking dat het om een ruimte gaat die voor een ieder zichtbaar en toegankelijk is. Publiek brengt echter ook tot uitdrukking dat het hier om een ruimte gaat die onder publiek toezicht staat, d.w.z. van een overheid. (van Dale, 2010) Uit de inleiding op dit hoofdstuk bleek al dat juist diezelfde overheid een grote invloed heeft op kunst en cultuur. Een ander argument is dat er in

de internationale literatuur altijd over *public art* gesproken wordt, en dit in feite zowel publiek als openbaar betekent. Vanuit deze argumenten bezien wordt daarom de term *publieke ruimte* gehanteerd. Op de rol van overheidsbeleid op publieke kunst zal in hoofdstuk 2 verder worden ingegaan.



Figuur 1.1: concept *publieke ruimte*

Publieke ruimte is echter geen eenduidig begrip. Het duidelijkste voorbeeld is de straat. Straten zijn zonder enige voorwaarde voor iedereen toegankelijk. Ook parken en pleinen kan men onder deze categorie scharen. Uiteraard vallen *gated communities*, private parken en binnenpleinen buiten deze groep. Er is echter een keur aan plekken die men strikt genomen misschien beter tot de semipublieke ruimte kan rekenen. (figuur 1.1.) Voorbeelden hiervan zijn stations, winkelcentra, publieke gebouwen (bibliotheek, gemeentehuis, zwembad etc.) en ziekenhuizen. Deze zijn in principe voor iedereen toegankelijk maar hebben meestal bepaalde gedragscodes en weren soms groepen mensen (zoals daklozen, fietsers, groepen jongeren). Deze ruimtes zijn semipubliek en vallen daarmee buiten de directe focus van deze thesis.

Hoe de publieke ruimte ingericht wordt verschilt van plek tot plek, maar globaal gezien zijn er twee soorten publieke ruimte te onderscheiden. Massey & Rose (2003) benoemen deze benaderingen van publieke ruimte. Enerzijds is er de defensieve benadering. Binnen deze benadering van plaats spelen grenzen een belangrijke rol. Grenzen geven aan wie ergens bij hoort en wie niet, wie bij ons hoort en wie bij de ander. Ze gaat uit van een organische definitie van plaats, waarbij een volk als geworteld binnen de vastgestelde grenzen gezien wordt. Een ieder die 'van buiten' komt zal er dus nooit helemaal bij kunnen horen, omdat zijn wortels elders liggen.

Als we deze definitie van plaats vertalen naar de publieke ruimte, betekent dit dat er plaatsen gecreëerd die slechts voor een bepaalde (vaak de dominante groep) betekenis hebben. Voorbeelden hiervan zijn uitingen van nationalisme of regionalisme, die het publiek een zogenaamde collectieve spiegel voor houden. Een ieder die zich hierin herkent zal als *insider* beschouwd worden, terwijl een andere groep (dus vooral nieuwkomers) zich niet deel van de groep voelt.

De tweede benadering van publieke ruimte, die Massey & Rose geven is de open benadering. Deze benadering gaat niet zo zeer uit van grenzen, zoals de defensieve, maar van ontmoetingen en *dashes*.

In de open benadering is een plaats een plek waar mensen elkaar ontmoeten, spreken, zien, horen en uitdagen. Een plaats is dus niet het toneel van uniforme gewortelde burgers, maar van individuen met hun eigen uitingen en gedragingen. Het begrip *performance* speelt hierin een belangrijke rol. *Performance* is de manier waarop iemand zich binnen de publieke ruimte gedraagt, en dit is continue

aan verandering onderhevig. (Butler, 1990) Denk alleen al aan het straatbeeld van 50 jaar geleden, en aan dat van nu. Plaats is volgens deze definitie dus niet statisch, maar dynamisch.

Massey en Rose (2003) nemen duidelijk stelling ten faveure van de tweede benadering. Publieke ruimte niet iets is dat bestaat enkel omdat we het als zodanig benoemen en begrenzen. De essentiële voorwaarde is dat wat er binnen deze ruimte gebeurt, welke interacties er plaats vinden, welke mensen er komen, een proces van onderhandeling en dynamiek is.

Beide benaderingen komen in het publieke kunstbeleid tot uitdrukking. Dit hangt sterk samen met het doel dat een overheid nastreeft. Probeert het (gebroken) gemeenschappen bij elkaar te brengen dan zal een defensieve benadering voor de hand liggen. Een open benadering op kunst vergt wellicht een meer zelfbewust publiek, dat inzicht heeft in overeenkomsten en verschillen en daar op een positieve manier mee omgaat. Voor een overheid kan deze vorm van kunst uiting geven aan het diverse of kosmopolitische karakter van haar stad of gemeente.

1.3 KUNST IN DE PUBLIEKE RUIMTE

De vraag wat wel of geen kunst is houdt mensen al eeuwenlang bezig. Tot een vastomlijnde definitie heeft dit nooit geleid, de vele pogingen van filosofen en kunstcritici ten spijt. Hieronder wordt een kort, globaal overzicht gegeven van een aantal denkbeelden over dit moeilijk af te bakenen begrip.

De 18^e eeuwse Duitse filosoof Immanuel Kant hanteerde een esthetische definitie van kunst. Volgens hem was kunst een vorm van schoonheid waar men plezier aan beleefde. Deze belevenis moest universeel gedragen worden, wat volgens Kant noodzakelijk was om iets als kunst aan te merken. Dit betekent dat individuen niet bepalen wat schoonheid of kunst inhoudt, maar dat dit een uitonderhandelde consensus is. Tevens is kunst volgens Kant iets dat geen specifiek, vooraf bepaald doel dient, maar ontstaat en vervolgens pas als zodanig aangemerkt kan worden. (Kant, 1790)

Kants definitie staat haaks op het moderne kunstbeleid dat we sinds een halve eeuw kennen. Kunst en kunstenaars worden al decennialang door actief financieel beleid ondersteund, met name door overheden. Kennelijk dient kunst dus wel degelijk een vooraf bepaald doel, getuige de massale subsidies die sinds de jaren '60 uitgegeven zijn. Daar komt bij dat de laatste twintig, dertig jaar de rol van de ontvanger, het publiek, een steeds belangrijker rol is gaan spelen. Kunst en kunstwerken zijn niet langer autonome (laat staan universeel gedragen) objecten. De definitie die Kant hanteert is dus te nauw, en doet geen recht aan de moderne invulling die kunst in de 20^e en 21^e eeuw heeft gekregen.

De Britse filosoof Richard Wollheim hanteert een drietal definities van kunst (Wollheim, 1980). De eerste zou men als de klassieke definitie, zoals door Kant beschreven, kunnen zien. De **realistische** benadering gaat er van uit dat kunst een intrinsieke esthetische waarde heeft, onafhankelijk van menselijke waarneming. In de **objectivistische** benadering bestaat deze intrinsieke waarde van kunst nog steeds, maar is ze wel afhankelijk van de mensheid om haar ook als zodanig te beoordelen. De derde benadering, de **relativistische** gaat nog een stap verder door onderscheid te maken tussen individuen; niet elk individu wordt in staat geacht de intrinsieke kwaliteiten van kunst op waarde te schatten. (Wollheim, 1980).

Weer een andere benadering van kunst komt in de tweede helft van de 20^e eeuw naar voren, de **institutionele**. Grondlegger van deze benadering is Amerikaans filosoof en kunstcriticus Arthur

Danto. Voorwerpen die door instituties zoals musea, scholen, galerieën, experts e.d. als kunst worden aangemerkt vormen het raamwerk voor wat kunst is (en wat niet). Deze benadering passeert dus het proces waarin een kunstwerk tot stand komt. Macht speelt in zo'n benadering van kunst een belangrijke rol. En kunst is in het publieke domein bij uitstek aan de invloed van macht onderhevig.

De manier waarop publieke kunst in Nederland tot stand komt is in belangrijke mate vanuit de overheid, en door de overheid ingestelde commissies en fondsen. In deze fondsen zitten mensen uit de kunstwereld die oordelen over publieke kunst. Zij nemen de uiteindelijke beslissing over wat er op straat, op een pleintje of bij een groot gebouw komt te staan. Deze praktische definitie van kunst vormt zodoende het uitgangspunt voor het Nederlandse beleid ten aanzien van kunst in de publieke ruimte. De meer filosofische discussie over wat wel of geen kunst is, zal in grote mate een kwestie van smaak blijven en van individueel bepaalde factoren afhangen. Voor dit onderzoek is het echter afdoende te concluderen dat er een specifieke groep mensen binnen de samenleving bestaat die namens ons oordeelt. Daarmee wordt dus bewust gekozen voor de institutionele benadering, die gebaseerd is op macht en doelen.

Alles wat deze instituties als kunst aanmerken en goedkeuren en vervolgens in de zoals hiervoor gedefinieerde publieke ruimte belanden is dus onderwerp van deze thesis. Daaronder vallen dus niet alleen beelden. Ook gebouwen, gevels, tunnels, bruggen, lichtpatronen, fontein, bankjes, straatpatronen, muurschilderingen en vele andere kunstvormen vallen hieronder. Kunst in de publieke ruimte kent dus vele gedaanten.

1.4 SENSE OF PLACE

Zoals in de inleidende paragraaf gesteld is kunst een interventie in de publieke ruimte. Op welke manier deze interventies plaatsvinden is afhankelijk van de benadering van plaats (open of defensief?). Deze interventies kunnen de manier waarop mensen aan een plek denken, hun emoties over die plek en de manier waarop zij zich daar gedragen beïnvloeden. Kortom, het verandert hun begrip van de plaats. Dit noemen we binnen de geografie *sense of place*.

Sense of place slaat op de gevoelens die bij mensen opgeroepen worden vanuit ervaringen en herinneringen aan een plaats. Ook de symbolen die aan een plaats verbonden worden spelen hierbij een rol. (Knox & Marston, 2004) Een plaats bestaat bij gratie van mensen. Daarom refereert plaats niet alleen aan een geografisch afgebakende locatie, maar ook aan sociale posities. (Tuan, 1977) Typisch voor *sense of place* is dat plaatsen hun eigen unieke geest en persoonlijkheid toegedicht worden, ook wel de 'genius loci' genoemd. (Knox & Marston, 2004)

Een belangrijk onderscheid tussen plaatsen wordt gemaakt door symbolen. Een plaats bestaat dus uit fysieke elementen en imaginaire symbolen. Voorbeelden hiervan zijn gebouwen, kunstwerken, functies (zoals havenstad), grachten, bruggen, pleinen, maar ook uitstraling (Amsterdam als kosmopoliet), muziek en gedichten. (Holloway & Hubbard, 2001)

Er zijn diverse manieren om de *sense of place* van een plek te beïnvloeden of veranderen. Cultuur is daarbij een steeds belangrijkere rol gaan spelen. Naast het herinrichten van publieke ruimte, zijn ook het faciliteren van kunstinstellingen, musea en het creëren en herstellen van historische landmarks gekende methodes om een plaats meer aantrekkingskracht te geven.

Belangrijk is de constatering, dat een sense of place verschillend is voor *insiders* en *outsiders*. Een *insider* zal een plaats door persoonlijke ervaringen en herinneringen kennen, maar ook door *dress codes*, de manier van praten en gedragen die bij zo'n plaats horen. Een plaats kan zo een verlengstuk van het individu zelf worden, een deel van zijn of haar identiteit. (Holloway & Hubbard, 2001)

Voor een *outsider* is het onmogelijk om een sense of place te ontwikkelen langs dezelfde lijnen als een *insider*. Voor *outsiders* spelen symbolen een veel belangrijkere rol bij het vormen van een sense of place; lokale *landmarks*, een algemene levensstijl op zo'n plek en andere onderscheidende kenmerken zoals ligging en historie zijn dan meer bepalend. (Knox & Marston, 2004) Zo wordt Rotterdam met de haven en Feyenoord geassocieerd, en Den Haag met het Binnenhof en het Internationaal Strafhof. Dit zijn makkelijk te herkennen iconen die, los van hoe Rotterdam en Den Haag er verder uitzien, grotendeels bepalen hoe er door *outsiders* aan zulke plaatsen gedacht wordt. (Holloway & Hubbard, 2001)

Dit betekent dat de manier waarop *outsiders* tegen een plaats aankijken veel gevoeliger is voor manipulatie en *marketing*. Deze zogenaamde *placemarketing* is erop gericht een zodanig beeld van een plaats te schetsen zodat bepaalde groepen mensen en bedrijven tot deze plaats worden aangetrokken. Voorbeelden van zulke groepen zijn besturen van transnationale corporaties, hoogopgeleid personeel, rijke toeristen en organisaties van conferenties. (Knox & Marston, 2004) Ook de creatieve klasse zou wel eens op deze manier te verleiden kunnen zijn.

Hall & Robertson maken eenzelfde soort onderscheid tussen *insiders* en *outsiders*. Enerzijds kan publieke kunst een bewustzijn creëren over een lokale traditie of identiteit. Deze kan vervolgens via kunst benadrukt worden om zo de band tussen mens en plek, en van daaruit tussen mensen onderling, te versterken. Dit *insiders* effect heeft dus positieve uitwerking op individuen en de lokale gemeenschap als geheel. Het *outsiders* effect bestaat uit de creatie van fysiek onderscheidende kunst. Een plek krijgt zo een unieke aanblik, en verandert zo de manier waarop *outsiders* er tegenaan kijken. (Hall & Robertson, 2001)

Vraag is hoe zo'n persoonlijke binding met een plaats zich anno 2010 verhoudt tot de enorme mobiliteit en veranderlijkheid van de omgeving. Doreen Massey (1994) spreekt zelfs van een '*global sense of place*' onder invloed van globalisering. Volgens haar zijn plaatsen in een steeds wijdere context verbonden met andere plaatsen, en steeds minder op het lokale gericht. Dit geldt ook voor mensen: door alle moderne communicatiemogelijkheden kan het zijn dat je iemand van ver weg beter kent dan je eigen buren. Ook Tuan (1974) beargumenteert dat veel mensen niet langer voor lange tijd op één (vrij onveranderlijke) plaats wonen en zo geen sterke sense of place meer ontwikkelen.

Juist in een tijd waarin mensen meer en meer *footloose* zijn, kan kunst in de openbare ruimte een grotere rol spelen dan voorheen. De klassieke sense of place, voortbouwend op relatief onveranderlijke landschappen en generatiespannende bewoning van één plek is niet langer van toepassing in een geglobaliseerde samenleving. In een tijd waarin omgevingen snel veranderen kan kunst dienen als houvast, prikkeling of stimulans voor een prettigere leefomgeving.



Figuur 1.2: Monument op de Dam, Amsterdam

Zoals gezegd spelen symbolen een belangrijke rol bij het ontwikkelen van een sense of place. Hier ligt dan ook de link met publieke kunst.

Iedereen kent wel een paar kunstwerken (monument op de Dam, Nachtwacht, Dom, Martinitorren, het Lieverdje, Olifanten bij Almere) die onherroepelijk aan een bepaalde plaats doen denken.

Zodoende kan de symbolische waarde van een kunstwerk bijdragen aan het smeden van een collectieve verbondenheid, alsmede een individuele binding met de plaats. Juist in een plaats als Almere, waar door de ontstaanswijze geen 'natuurlijke' binding tussen stad en inwoners bestaat is uitermate veel geld gestoken in kunst en architectuur om deze sense of place te helpen creëren. Hetzelfde verschijnsel doet zich voor in nieuwbouwwijken en bij herstructureringsprojecten.

Het tegenovergestelde van een plaats is een non-plaats. Dit is een plek die geen enkele betekenisvolle binding heeft met de omgeving en uniform van karakter is. Voorbeelden hier van zijn vliegvelden en tankstations. Ook recente grootschalige woningbouwprojecten worden door veel mensen als non-place gezien. Het bekendste voorbeeld zijn de VINEX wijken, waarvan er vanaf de jaren '90 enkele tientallen van in Nederland uit de grond zijn gestampt. Kunst in de publieke ruimte kan dan een rol spelen in de omvorming van een non-plaats naar een plaats.

1.5 CONCLUSIE

Kunst is al lang geen op zichzelf staande discipline meer. Als het gaat over kunst in de publieke ruimte hebben vele belangen en machtsverhoudingen hun eigen invloed. Commissies spelen daarin een leidende rol. Zodoende is kunst ook het domein van instituties geworden. De vraag wat kunst is, kan binnen deze thesis beantwoord worden aan hand van twee criteria; het is door een kunstenaar bedacht en/of gemaakt en door machtsdragende instituties als zodanig beoordeeld.

De ruimtes waarin kunst zich bevindt lopen van privaat tot publiek, en alles daartussenin. Om een zo helder mogelijk beeld te geven van welke kunst publiek is, en welke niet, is uiteengezet aan welke criteria een ruimte moet voldoen. In de open benadering is een plaats een plek waar mensen elkaar ontmoeten, spreken, zien, horen en uitdagen. Een plaats is dus niet het toneel van uniforme gewortelde burgers, maar van individuen met hun eigen uitingen en gedragingen. Het begrip *performance* speelt hierin een belangrijke rol. Er moet in zo'n ruimte dus plek zijn voor afwijkende en confronterende meningen.

Kunst kan de manier waarop mensen naar een plek kijken veranderen. Soms is het zelfs zo dat het kunstwerk 'de plek' wordt. Dit kan op wijk en buurtniveau, maar ook op hogere schaalniveaus van toepassing zijn. De *sense of place* kan zodoende mede door kunst in de publieke ruimte bepaald worden. Een actief kunst- en cultuurbeleid wordt dan ook door veel grote steden in Nederland gezien als mogelijkheid zichzelf op de kaart te zetten. Ook met het oog op de concurrentieslag om de creatieve klasse.



HOOFDSTUK 2: WAT HOUDT PUBLIEK KUNSTBELEID IN NEDERLAND IN?

In dit hoofdstuk zal een beeld van het publieke kunstbeleid in Nederland geschetst worden. Allereerst zal de 200 jaar oude historie van Nederlands kunst- en cultuurbeleid beknopt beschreven worden. Vervolgens zal een overzicht van het huidige beleid gepresenteerd worden, dat hieruit voortvloeit. Daarna zal specifiek worden ingegaan op de publieke kunst binnen het overheidsbeleid in Nederland, en haar rol in de publieke ruimte.

2.1 HISTORIE

De staat als opvoeder

Kunst en cultuurbeleid kent in Nederland een lange traditie. Al in 1800 kreeg Nederlands eerste cultuurminister de opdracht 'de schilderkunst, de beeldhouwkunst en de bouwkunst' te bevorderen. De Napoleontische overheersing van Nederland (1795-1813) vormde de basis voor het latere kunst en cultuurbeleid. Onder andere het Rijksmuseum werd tijdens de Franse overheersing geopend. (Min OCW, 2003) Ook werd de invloed van de staat op de kunsten in die tijd vergroot.

Het uitgangspunt was dat de kunsten moesten bijdragen aan de opvoeding en beschaving van de bevolking tot 'verlichte burgers'. Ook moesten ze de nationale eenheid en het vaderlands bewustzijn bevorderen. (Pots, 2007) In 1862, nadat Nederland omgevormd was tot constitutionele monarchie, werd deze sterk sturende rol in twijfel getrokken door de beroemde liberaal J.R. Thorbecke. Zijn adagium luidde dat 'de overheid geen beoordelaar van wetenschap en kunst is' en dus enkel voorwaardenscheppend te werk moest gaan. Deze opvatting vond in het liberalistische Groot-Brittannië wel navolging, waar tot WO II de staat geen enkele rol speelde in kunst- en cultuurbeleid. (UNESCO, 1970) Een van de redenen voor deze vrije opvatting kan zijn geweest dat Groot-Brittannië tussen al het nationalistisch geweld van de eind 19^e en begin 20^e eeuw altijd haar soevereiniteit wist te behouden, en zodoende minder noodzaak had haar identiteit te reproduceren. Het duurde daar nog tot 1964 voor er een ministerie van cultuur werd ingesteld.

Desondanks werden in de 18^e en 19^e eeuw de kunsten in de rest van Europa vrij veel gebruikt om de opkomende natiestaten van een gemeenschappelijke identiteit te voorzien. Kunst werd gezien als een vehikel om de eigenschappen, tradities en uiterlijkheden van de staat vorm te geven. (DaCosta Kaufmann, 2002) Deze sterk nationalistische politiek leidde in Europa tot meerdere conflicten, en na de twee Wereldoorlogen kwam aan deze manier van kunstbeleid min of meer een eind.

De opvattingen in Nederland veranderden sterk na de Tweede Wereldoorlog, waarin beeldende kunstenaars een opvallende rol in het verzet hadden gespeeld. In WO II had het Duitse bezettingsregime kunst en kunstenaars ondersteund in dienst van het nationaalsocialisme. In Nederland werd dat principe nadien gehandhaafd en omgekeerd, ten gunste van een democratische samenleving. (Bank, 1999) In 1949 werd de eerste Beeldende Kunstenaars Regeling (BKR) in het leven geroepen. Desondanks bleef de financiële positie van beeldende kunstenaars zwak, vooral omdat de overheid strak vast hield aan het zogenaamde kwaliteitsbeginsel. (Pots, 2007) Dit houdt in dat de overheid alleen subsidie aan die kunstvormen geeft, die door een groep experts als van buitengewoon hoge kwaliteit wordt beschouwd.

Naar een breed cultuurbeleid

In de roerige jaren '60 werd het establishment met de neus op de feiten gedrukt. Beeldende kunst was een elitaire aangelegenheid gebleven, waar nauwelijks 'arbeiders' over de vloer kwamen. Hieraan ten grondslag lag de nauwe definitie van cultuur die vanuit de rijksoverheid werd gehanteerd. De brede, laagdrempelige volkscultuur viel hier in zijn geheel buiten. Onder grote maatschappelijke druk werd het begrip cultuur verbreed tot wat 'de massa aansprak'. Het belangrijkste wapenfeit dat hieruit voortvloeide was de in 1976 gepresenteerde nota 'Kunst en kunstbeleid' waarbij kunstbeleid werd opgevat als welzijnsbeleid, en als zodanig de maatschappelijke werking van kunst moest bevorderen. Deze nieuwe, socialistische insteek binnen het kunstbeleid had grote gevolgen voor de uitgaven die dit met zich meebracht. Tussen 1965 en 1983 steeg het aantal kunstenaars dat via de BKR subsidie ontving van 365 naar 3800. (Pots, 2007) Destijds gehouden onderzoek liet zien dat 96% van deze kunstenaars zelfs financieel afhankelijk was van deze regeling. (OC&W, 2003)

Medio jaren '60 was het ook voor het eerst dat beeldende kunstenaars op grote schaal werden ingezet bij de inrichting van de bebouwde omgeving. Er werd bij wet een vaststaand percentage (meestal 1 of 2%) bepaald, dat bij bouwprojecten aan beeldende kunst moest worden besteed. Tot 1980 waren deze kunstprojecten echter vooral opzichzelfstaande toevoegingen aan de bebouwde omgeving. Pas begin jaren '80 werden beeldende kunstenaars actief betrokken bij de ruimtelijke planning om zo voor een betere integratie van beeldende kunst binnen het geheel te zorgen.

Marktwerking en de nieuwe zakelijkheid

In 1983 werd in het rechtse kabinet Lubbers I (CDA en VVD) de BKR opgeheven. De overheid stapte af van het in de jaren '60 en '70 gehanteerde 'brede cultuurbeleid' en ging terug naar het klassieke kwaliteitsbeginsel. Vraag, aanbod en spreiding waren de drie kernbegrippen binnen dit beleid. Wel werd de sociale voorziening, die beeldende kunstenaars in moeilijke tijden op de been moest houden gehandhaafd.

Een andere belangrijke ontwikkeling uit deze periode is de eerste decentralisatie. Delen van het kunst- en cultuurbeleid werden bij provincies, gemeenten en fondsen neergelegd. Deze fondsen waren gericht op het ondersteunen van de markt, volgens de eerder genoemde kernbegrippen aanbod, vraag en spreiding. (Pots, 2007)

Deze decentralisatie zette zich verder door toen vanaf 1988 alle twaalf provincies en de vier grote steden jaarlijks ongeveer zestien miljoen euro van de rijksoverheid ontvingen. Dit leidde echter tot fragmentatie van het kunstbeleid, en vanaf 1993 werd geprobeerd meer lijn in het beleid aan te brengen door het maken van algemene afspraken over de uitgaven aan kunst en cultuur. (Pots, 2000) Deze decentralisatie had wel effect op de uitgaven: in Amsterdam was het kunst en cultuur budget in 1999 inmiddels naar 2,5% gestegen.

Jaar	Uitgaven kunst en cultuur (in €)	Als percentage van totale begroting
1899	9.552	0.7
1949	1.310.750	1.6
1999	74.853.315	2.5

Tabel 2.1: *Uitgaven aan kunst en cultuur in gemeente Amsterdam, 1899-1999 bron: Bank (1999)*

Kritiek

Eind jaren '90 bleek echter uit een evaluatie dat het Nederlandse kunst- en cultuurbeleid een onoverzichtelijke wirwar van regelingen en subsidies was geworden. Ook kwam er kritiek op de invloed van beeldende kunst binnen de publieke ruimte. Kern van deze kritiek was dat de hooggespannen verwachtingen over de inbreng van kunstprojecten maar zelden waargemaakt werden, en vooral als geldverslindend werden beschouwd. Tabel 2.2 geeft een overzicht van de uitgaven aan kunst en cultuur van 1985 tot 2002.

	1985	1994	2000	2001	2002
Cultureel erfgoed	128.7	123.5	284.7	260.1	239.7
Media	613.6	706.5	874.6	879.4	871.3
Kunst	144.8	208.7	254.4	336.5	294.5
Overig	53.5	6.8	9.3	17.1	8.9
Totaal	940.7	1045.5	1423.0	1493.2	1493.6

Tabel 2.2: Totale overheidsuitgaven aan kunst en cultuur, 1985-2002 (miljoen euro's) bron: OC&W (2003)

Vanaf 2005 werd dan ook flink het mes in de uitgaven gezet. Individuele kunstenaars werden niet langer door het rijk gesubsidieerd en het aantal gemeenten dat vanuit de rijksoverheid geld krijgt voor kunst- en cultuurbeleid werd verminderd van 41 tot veertien. Ook over de relatie met het publiek bestond ontevredenheid. De sector zou meer op zichzelf gericht zijn dan op het publiek. (Pots, 2007)(OC&W, 2003).

In de meest recente nota op kunst en cultuurbeleid wordt duidelijk gemaakt waarom deze ingrijpende maatregelen nodig zijn: *'Te lang is 'iedereen een beetje' het motto geweest van het cultuurbeleid. Om daadwerkelijk te komen tot meer excellentie, vernieuwing en participatie zal het cultuurbeleid in de toekomst meer uitgaan van het principe: 'meer geld voor minder projecten'. Het mak en van scherpe keuzes is een voorwaarde om ongeëerd talent een kans te geven.'* (OC&W, 2007)

2.2 HET HUIDIGE BESTEL: HET RIJK

In het kunst- en cultuurbeleid zoals Nederland dat al decennia lang kent, vormen vier uitgangspunten het fundament.

- Vrijheid van meningsuiting vormt de basis voor cultureel beleid.
- Diversiteit en pluraliteit zijn van groot belang in een diverse maatschappij. Kunst en cultuur dient hier een afspiegeling van te zijn.
- Het kwaliteitsbeginsel staat voorop. Kunst en cultuur dient een bepaald niveau te halen.
- De overheid wil geen politiek bedrijven via de kunst. Daarom worden selectieprocedures uitbesteed aan adviesorganen. Ook de beslissingen worden soms uitbesteed, aan provincies en gemeenten. Dit zorgt voor minder druk op de centrale overheid, en meer mogelijkheden voor lokale overheden om variaties aan te brengen in het kunst en cultuurbeleid. (OC&W, 2003)

Vanuit de historische ontwikkeling van het kunst- en cultuurbeleid vloeit voort dat zowel kwaliteit als diversiteit aandacht krijgen. Decentralisatie speelt hierbij een leidende rol.

Kwaliteit

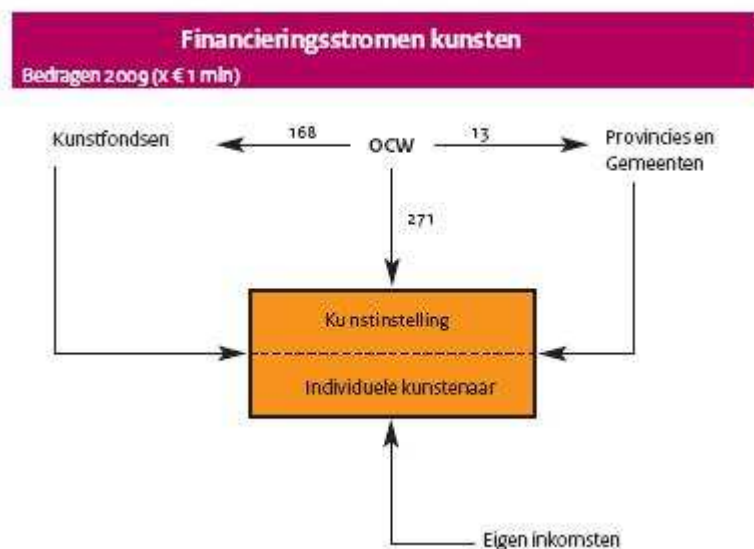
In het geval van kwaliteit grijpt de rijksoverheid in, door subsidie te bieden aan kunst en cultuur die een hoge artistieke waarde vertegenwoordigt of belangrijk is voor het cultureel erfgoed van Nederland. Dat is cultuur die ideologieën en geografische grenzen overstijgt en voor alle Nederlanders van betekenis is. Een bekend voorbeeld is het Nationaal Ballet. Het kernpunt van deze subsidies is niet dat kunst representatief moet zijn, maar dat het onconventionele en onbekende vormen van kunst zijn. De belangrijkste voorwaarde is niet het aantal bezoekers of sympathisanten, maar kwaliteit, zoals beoordeeld door experts. Zo worden cultuurvormen ondersteund die niet per se kunnen rekenen op een breed draagvlak. (OC&W, 2003) Tussen 2009 en 2012 worden vanuit het Rijk in totaal 141 instellingen direct gesubsidieerd. (OC&W, 2010)

Diversiteit

Diversificering wordt vooral als een taak van de lokale overheid beschouwd. Deze lokale autoriteiten zijn beter in staat in te schatten welke kunstvormen aandacht en geld behoeven, om zo de balans in het totaalaanbod aan te brengen. Hierbij is kwaliteit van secundair belang, het gaat bij diversiteit vooral om het bedienen van zoveel mogelijk (groepen) mensen. (OC&W, 2007)

Fondsen & Raad voor Cultuur

Omdat één van de fundamenten van het Nederlands kunst- en cultuurbeleid is dat de overheid niet beslist over wat wel of geen kunst is, zijn concrete beslissingen ten aanzien van subsidies, toewijzing van projecten e.d. in handen van twee fondsen, en de Raad van Cultuur. Om het kunstbeleid in Nederland beter te duiden zal hier onder worden ingegaan op de rol van een aantal van hen binnen het kunst en cultuurbeleid. Figuur 2.1 geeft een schematisch overzicht, voor een volledig overzicht van het subsidiesysteem zie bijlage 1.



Figuur 2.1: Subsidiesysteem voor kunst in Nederland (bron: Ministerie OC&W, 2010)

Kunstofonden: Stichting Kunst en Openbare Ruimte (SKOR)

De Stichting Kunst en Openbare Ruimte is een fonds dat zich specifiek richt op kunstprojecten in verhouding tot de publieke ruimte. De SKOR bemiddelt tussen kunstenaar, opdrachtgever, publiek en de locatie. Ze stimuleert kunstcommissies met advies, steun en medefinanciering van projecten. (SKOR, 2010)

De projecten die SKOR realiseert, reageren op sociaal politieke veranderingen in de maatschappij en actuele ontwikkelingen in de hedendaagse kunst, architectuur, stedenbouw en landschapsarchitectuur. Door behalve in de kunstwerken ook in haar publieksprogramma actuele thema's aan de orde te stellen, levert SKOR een bijdrage aan het debat over de betekenis en het gebruik van de publieke ruimte.

Gemeenten en Provincies: Subsidie vanuit het Rijk

Naast het overkoepelende rijksbeleid, dat vanuit het ministerie van OC&W geleid wordt, zijn er sinds 1988 delen van het kunst- en cultuurbeleid overgeheveld naar provincies en gemeenten. Hiervoor is de zogenaamde '*Geldstroom beeldende kunst en omgeving*' ingesteld. Dit houdt in dat alle 12 provincies, en 14 grote gemeenten jaarlijks geld ontvangen.

De volgende 14 gemeenten ontvangen deze subsidie (OC&W, 2005):

- Categorie 1: Amsterdam, Rotterdam, Den Haag & Utrecht
- Categorie 2: Eindhoven, Maastricht, Arnhem, Enschede & Groningen
- Categorie 3: Leeuwarden, Zwolle, 's-Hertogenbosch, Tilburg & Breda

De categorieën geven aan hoeveel geld deze gemeenten ontvangen, waarbij de vier grote steden (categorie 1) meer ontvangen dan gemeenten in categorie 2 en 3. Zo ontving gemeente Groningen tussen 2005 en 2008 jaarlijks 473.000 euro (Gemeente Groningen, 2005) en Rotterdam 2.1 miljoen. (RRKC, 2009)

Gemeenten en Provincies: Centrum Beeldende Kunst (CBK)

De veertien grootste gemeenten van Nederland en de 12 provincies bepalen in grote mate hun eigen regio-specifieke kunst- en cultuurbeleid. Hiervoor zijn in veel provincies en gemeenten de CBK's ingesteld. Deze centra houden zich bezig met de coördinatie van kunst- en cultuurprojecten binnen en voor hun eigen regio. Niet elke gemeente of provincie heeft een CBK, maar heeft vrijwel altijd een vergelijkbare instelling ingesteld. De rol van deze CBK's is het bevorderen van de kwantiteit en kwaliteit van het beeldende kunstaanbod, het professionele productieklimaat en de publieksparticipatie bij beeldende kunst. Hierin zijn CBK's vooral betrokken bij kunstuitlen en kunst op straat.

2.3 DE KOSTEN VAN KUNST EN CULTUUR

Een vaak gehoord kritiekpunt, zowel binnen als buiten de politiek, is dat kunst een dure aangelegenheid is. Het valt cijfermatig niet te ontkennen dat we in de loop van de 20^e eeuw steeds meer geld aan kunst en cultuur zijn gaan besteden. Dit komt deels door de toenemende invloed van de overheid, die overigens in alle sectoren haar invloed heeft vergroot. Waren kunst en cultuur eind

19^e eeuw vooral een aangelegenheid van rijke notabelen en industriëlen, sinds de jaren '60 van de 20^e eeuw is cultuur van en voor ons allemaal. Een andere reden is de vooronderstelling dat kunst goed voor de mens is, en iedereen de mogelijkheid moet hebben kunst en cultuur 'tot zich te nemen'.

	<u>1985</u>	<u>1994</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>
Beeldende Kunst	14.6	57.9	54.5	73.4	45.1
Uitvoerende kunst	106.9	123.1	147.9	180.8	173.2
Film	7.4	11.8	11.5	19.5	11.3
Amateurkunst / kunsteducatie	12.5	11.4	20.0	23.2	15.0
Overige kunsten	3.4	4.5	20.6	39.7	49.9
Totaal	144.8	208.7	254.4	336.5	294.5

Tabel 2.3: Totale overheidsuitgaven aan kunst, 1985-2002 (miljoen euro's)

Het commentaar bij kunst in de publieke ruimte richt zich nog wel eens op de kosten van dit soort projecten. In tabel 2.3 is meer specifiek te zien waar de overheidsuitgaven voor de deelsector 'Kunst' naar toe gaan (zie ook tabel 2.2). De rol van beeldende kunst binnen dit geheel is echter relatief klein. Vergelijk ook dat er in 2002 240 miljoen aan cultureel erfgoed, en 871 miljoen aan media werd uitgegeven. Hierbij steken de 45 miljoen voor beeldende kunst schril af. Wel is er uit tabel 2 een opwaartse trend waar te nemen in vergelijking met 1985.

De kritiek op publieke beeldende kunst lijkt dus vooral voort te komen uit de grotere zichtbaarheid die deze kunstwerken hebben. Onderhoud van monumenten, musea, magazijnen vol kunstwerken en filmsubsidies springen minder in het oog, ondanks dat ze vele malen meer geld kosten. Een relevant verschil is, dat publieke kunst een directe ingreep in de omgeving is en daarmee in die zin ook 'vraagt' om beoordeeld te worden. Daar is ook niets op tegen. Wel kan men zich afvragen of de commotie altijd even terecht is, gezien de hiervoor genoemde uitgaven aan andere sectoren van het kunst- en cultuurbeleid.

2.4 KUNST IN DE PUBLIEKE RUIMTE

Vanaf medio jaren '60 wordt kunst actief ingebed binnen de ruimtelijke planvorming. Zoals in paragraaf 2.1 beschreven, bestaat er al lange tijd een percentageregeling. Deze werd in 1951 ingesteld en was bedoeld om bij elk nieuw te bouwen rijksgebouw een vaststaand percentage (meestal 1%) aan beeldende kunst te besteden. In 1974 werd dit veranderd om meer in verhouding te staan tot het totale bedrag dat een bouwproject kostte. Tabel 2.3 geeft de huidige percentageregeling aan.

Totale kosten bouwproject	Kunsthudget ?	Bedrag
< 500.000 €	Nee	-
500.000 – 5.000.000 €	Ja	2% van de totale bouwsom
5.000.000 – 7.500.000 €	Ja	100.000 € + (1% bouwsom – 5.000.000)
> 7.500.000 €	Ja	125.000 € + (0.5% bouwsom – 7.500.000)

Tabel 2.4: Percentageregeling beeldende kunst bij rijksbouwprojecten (Bron: van der Kamp, 2004)

2.4.1 Belvedere beleid

Met de Nota Belvedere werd in 1999 binnen de ruimtelijke ordening echter een nieuwe weg ingeslagen. Het doel van dit zogenoemde Belvedere project was om alle landschappen en steden, die

een duidelijk, uniek cultuurhistorisch karakter hebben in kaart te brengen. Dit unieke karakter moest vervolgens de basis vormen voor ruimtelijk beleid om zodoende aan te sluiten bij de cultuurhistorie van een stad of landschap. Uiteindelijk werden tussen 1999 en 2009 in totaal 425 projecten vanuit de Belvedere gedachte financieel ondersteund. Hieronder vallen ook de 105 steden en enkele tientallen landschappen die vanuit overheidswege zijn aangewezen vanwege hun intrinsieke cultuurhistorische of wetenschappelijke waarde. (Nota Belvedere, 1999)

Deze 'nieuwe' kernwaarden binnen het kunst- en cultuurbeleid, door de overheid gedoopt tot cultural planning, hadden ook hun invloed op kunst in de openbare ruimte. Was de rol van publieke kunst juist niet bedoeld om mensen uit te dagen en een kritische blik op de werkelijkheid voor te houden, in plaats van de gewenste / geromantiseerde werkelijkheid te bevestigen?

Ashworth et al. (2007) noemen het Belvedere project een soort van 'tegengif' voor economische en culturele globalisering die plaatsen dreigt te homogeniseren. Ook Stuart Hall (1995) ziet in projecten als deze een klassieke tegenreactie op de angst voor eenheidsworst.

Niet alle projecten die onder de Belvedere vlag geïnitieerd werden waren even duidelijk in hun opzet. In sommige gevallen werd daarom een kunstenaar aangewezen iets met de cultuurhistorische elementen van een gebied te verzinnen. Uiteindelijk is bij 32 van de 425 projecten (7,5%) besloten tot een kunstwerk. Zo werd bij het Zernike complex in Groningen een klein torentje geplaatst, dat uit moet kijken over een middeleeuws kasteelterrein en werd in Noord-Brabant een Romeinse villa d.m.v. een staalconstructie nagebootst. (Belvedere, 2010)

2.4.2 Controversiële publieke kunst

Hoort controversiële kunst wel thuis op straat, en niet in een museum? Moet publieke kunst niet bij uitstek kunnen rekenen op draagvlak onder de mensen voor wie het bedoeld is? Er zijn bekende voorbeelden van kunstwerken in de openbare ruimte die niet door iedereen gewaardeerd kunnen worden.



Figuur 2.2: Air Pressure: George Bush door Paul McCarthy (2009)

Air Pressure

Air Pressure was een tentoonstelling van kunstenaar Paul McCarthy, vooral bekend geworden door 'Kabouter Buttplug' (zie hoofdstuk 4).

Voor Air Pressure maakte hij enorme opgeblazen sculpturen van onder andere uitwerpselen, varkens, flessen, en (natuurlijk) een enorme rode versie van Kabouter Buttplug.

Dit is slechts één voorbeeld van een openbaar kunstwerk dat op de grens van smaak en wansmaak ligt. Het geeft aan dat kunst in de openbare ruimte zich vrijwel altijd in een spanningsveld tussen draagvlak enerzijds, en creatieve vrijheid anderzijds bevindt. Veel kunstenaars zien hun werk als middel om mensen te inspireren, shockeren, uit te dagen en tot nadenken te zetten.

2.4.3 Naar nieuwe vormen van publieke kunst 1: Community Art

In veel beleidsstukken wordt op het voorgaande probleem een antwoord gezocht. Het meest recente kunst- en cultuurbeleid pleit dan ook voor samenwerking tussen kunstenaar en publiek (zogenaamde *community art*) waarbij niet alleen naar de goedkeuring, maar ook naar de medewerking van bewoners wordt gevraagd. (o.a. Amsterdam, 2008, Almere, 2008, Rotterdam, 2009)



Figuur 2.3: mozaïek bankjes bij Paddepoel, Groningen.

Een bekend voorbeeld van deze vorm van publieke kunst zijn 'mozaïek bankjes' waarbij een hele wijk, straat, buurt of buurtschap opgetrommeld wordt een blanco bankje naar eigen inzicht te mozaïeken. Het doel van een dergelijk bankje is tweeledig; het brengt bewoners in contact met elkaar tijdens het proces, en achteraf, als mensen daadwerkelijk gebruik van zo'n bankje gaan maken en het dient als contactpunt. Bovendien vergroot het de betrokkenheid van mensen met hun omgeving en de inrichting daarvan.



Figuur 2.4: Het draait om mensen, Karin Colen (2010)

Een ander voorbeeld is een kunstwerk in het Friese dorp Boornbergum, met de veelzeggende naam 'Het draait om mensen' van kunstenaar Karin Colen. Deze zonnwijzer is in diverse ringen opgedeeld, en op deze ringen staan silhouetten van lokale inwoners. Op weer andere ringen staan uitspraken van dorpsbewoners, die gaan over wat hen bindt met hun dorp. Op deze manier worden bewoners direct betrokken bij een kunstproject, dat zo beoogd de lokale identiteit te versterken.

2.4.4 Naar nieuwe vormen van publieke kunst 2: Voorbij de VINEX wijk

De VINEX wijk, bij de meeste mensen zal dit begrip vooral leiden tot associaties met eentonigheid, saaiheid en burgerlijkheid. In een van de meest bekende VINEX wijken van Nederland, Leidsche Rijn bij Utrecht, begreep men dat er op een andere manier levendigheid in de omgeving gebracht moest worden. De enorme stadsuitbreiding van Utrecht, waar in 2015 zo'n 80.000 mensen zouden moeten wonen, werd dan ook verkozen voor het project 'Beyond'. Aan dit langlopende kunstproject deden tientallen kunstenaars mee, met als doel *"de relaties tussen beeldende kunst, het landschap, stedelijk leven en het bouwprogramma in Leidsche Rijn te verkennen"* (van Gestel et al. 2009)



Figuur 2.5: 'De Parasol' van Milohnic & Pasdke (2001), één van de projecten in Leidsche Rijn.

Kunstenaars konden hun verbeelding laten spreken en hun visie geven op verstedelijking, het fenomeen VINEX en ontwikkelingen in Leidsche Rijn zelf. Het unieke van deze publieke kunst is dat het een alomvattend, langdurig project was (1999-2009) dat onafhankelijk van percentageregelingen of individuele bouwprojecten opereerde. Het leverde opvallende resultaten op. Het grootste verschil met gewone openbare kunst is dat veel van de kunstwerken binnen het 'Beyond' programma een tijdelijk karakter hadden. Tevens werd er niet volgens de klassieke percentageregeling gewerkt, en werd er niet op microniveau, maar wijkniveau kunstbeleid gevoerd.

Het 'Beyond' project heeft inmiddels internationale erkenning en navolging gekregen, en is een voorbeeld van hoe pragmatische stedenbouw samengaat met inspirerende, unieke openbare kunst, zonder dat daarbij strikt de richtlijnen gevolgd hoeven te worden. Het laat eens te meer zien hoe een nieuw openbare kunstbeleid er wellicht uit zou moeten zien.

2.5 CONCLUSIE

Overheidsbemoediging met openbare kunst kent een weerbarstige geschiedenis. Men zou in feite kunnen spreken van golfbewegingen. Voor 1945 werd kunst exclusief als het domein van kunstenaars en gefortuneerde liefhebbers gezien. Met de opkomst van de sociale verzorgingsstaat werd ook openbare kunst deel van het rijksbeleid. Kunst was voor iedereen bedoeld, en elitaire kunst stond culturele verrijking van de lagere klassen in de weg. Begin jaren '80 ging de golfbeweging weer de andere kant uit; gedeeltelijk althans. De overheidsbemoediging werd aanzienlijk kleiner, en beperkte zich (geheel volgens neoliberaal gedachtegoed) tot het faciliteren van kunstenaars in moeilijkheden en het corrigeren van de kunst- en cultuurmarkt. Een opvallende, wellicht tegenstrijdige ontwikkeling

was de opkomst van *community art* en het betrekken van burgers bij kunstprojecten. Een mogelijke verklaring voor deze ontwikkeling zou de toenemende individualisering en mediacratisering van de maatschappij kunnen zijn. Ook de enorme decentralisering van het kunst- en cultuurbeleid, eind jaren '80 en begin jaren '90 heeft hierbij een rol gespeeld. De laatste jaren lijkt er een nieuwe (tussen)vorm van beleid op openbare kunst te zijn ontwikkeld. Meer kwaliteit voor hetzelfde geld, een voorzichtige 're-centralisering' (van gelden) en een duidelijk onderscheid tussen kwaliteit en diversiteit vormen de uitgangspunten voor dit beleid.

Kunst in de openbare ruimte kent een vergelijkbare ontwikkeling. Draagvlak onder bewoners wordt als onderdeel gezien van dit beleid, maar de autonomie van kunstenaar en kunstwerk worden niet aangetast. Uitzondering hierop zijn wellicht de op cultuurhistorie gerichte projecten die voortvloeiden uit de Belvédère nota uit 1999. Het kwam voor dat kunstenaars letterlijk de opdracht kregen 'iets met regionale identiteit' te doen, om zich zo ten dienste van de ruimtelijke ordening te stellen. (Langenberg, 2006) Een begrijpelijke ontwikkeling in het licht van de angst voor globalisering wellicht, maar wel één die raakt aan een van de uitgangspunten voor kunst in een liberaal-democratische samenleving. Al sinds Thorbecke heeft de overheid zich ver gehouden van 'staatskunst' en de absolute vrijheid van kunstenaars gegarandeerd. Zonder hier te zwaar aan te tillen, is Belvédère wel het bewijs dat kunst en cultuurbeleid langzaam geïntegreerd is met de ruimtelijke ordening.

HOOFDSTUK 3: DE EFFECTEN VAN PUBLIEKE KUNST

Er gaan miljoenen euro's per jaar om in de kunst en cultuursector. In een tijd waarin elke euro twee keer omgedraaid wordt is het voor beleidsmakers van belang dat het nut en effect van een gedane besteding goed onderbouwd kan worden. Rondom de sector kunst en cultuur hing lang een waas van vaagheid. Dit leidde tot het beschouwen van kunst en cultuur als iets elitairs, voor een klein groepje (vaak gehoord: linkse) intellectuelen weggelegd. Sinds de economische effecten van kunst en cultuur hun invloed krijgen binnen het beleidsveld is er echter een voorzichtige omslag waar te nemen. In hun verkiezingsprogramma's kozen desondanks alleen de vijf meest linkse¹ partijen er onlangs voor kunst en cultuur te ontzien van forse bezuinigingen. (Stemwijzer, 2010)

In dit hoofdstuk zal een aanzet worden gegeven naar wat de doelen en effecten van dit beleid zijn. Enerzijds zal een overzicht worden gegeven van de in de literatuur genoemde effecten van kunst en cultuur. Vervolgens zal voor de grootste 10 steden van Nederland worden bekeken wat hun doelen zijn m.b.t. kunst en cultuurbeleid.

3.1 LITERATUUR

Studies naar de effecten van publieke kunst zijn sinds medio jaren '80 veelvuldig gedaan. Het was in dat decennium dat de Britse overheid op grote schaal kunstprojecten inzette bij stedelijke regeneratieprogramma's. (Reeves, 2002) Aan het eind van dit decennium werden ook de multiplier effecten van kunst aangetoond. (Myerscough, 1988) Deze economische effecten van kunst en cultuur werden gezien als de oplossing van problemen met werkgelegenheid en opleiding in achterstandswijken. (Reeves, 2002)

Begin jaren '90 werd dit oordeel enigszins bijgesteld, nadat kapitaalintensieve kunstprojecten in Groot-Brittannië keer op keer niet slaagden in hun opzet lokale problemen op te lossen. De oorzaak: deze lokale gemeenschappen werden zelden direct bij deze projecten betrokken en hadden ook geen profijt van de multiplier effecten in de vorm van werkgelegenheid. (Reeves, 2002) De sociale effecten van kunst kregen zodoende ook de aandacht. Deze zijn grofweg in te delen in individuele effecten en gemeenschapseffecten, waarbij de laatste tot stand komen als *spillover* effect van de eerste. (McCarthy et al., 2005)

De sociale effecten van kunstprojecten hangen volgens Hall & Robertson (2001) allereerst af van de schaal van het project. Zij onderscheiden daarbij drie schaalniveaus: prestigeprojecten, regeneratieprojecten en gemeenschapsprojecten. Niet alleen de schaal maakt het onderscheid tussen deze soorten projecten; ook de bedragen die hierin omgaan en de effecten verschillen. Zo hebben prestigeprojecten per definitie een hoger budget en worden er vaak grote kunstenaars aangetrokken om het geheel meer glans te geven. (Hall & Robertson, 2001)

In de literatuur worden er vele sociale effecten van kunst genoemd. Hieronder is een korte opsomming gemaakt.

- Een gemeenschapsgevoel creëren
- Een sense of place ontwikkelen

¹ PvdA, GroenLinks, SP, D66 en de Partij Voor De Dieren

- Sociale uitsluiting tegengaan
- Educatie en kansen op de arbeidsmarkt bevorderen
- Promoten van sociale claims
- Goed burgerschap ontwikkelen
- Gezondheid (fysiek en mentaal) verbeteren
- Criminaliteit verminderen
- Persoonlijke effecten zoals meer zelfvertrouwen en een beter zelfbeeld

(Hall & Robertson (2001), Evans (2004), Barrakat (2005), Newman et al. (2001), Reeves (2002), Matarasso (1997))

Samenvattend kunnen deze beoogde effecten geschaard worden onder de term sociale inclusie, de tegenhanger van sociale uitsluiting. Veel onderzoeken naar de sociale effecten van kunst richten zich op deze *social exclusion*. Dit containerbegrip, in het Nederlands wellicht het best te vertalen als sociale uitsluiting, beslaat een groot aantal factoren. Sociale uitsluiting hangt in ieder geval samen met economische, sociale, maatschappelijke en politieke vormen van achterstand. Enkele definities die de pluraliteit, en breedte van dit begrip laten zien:

Een situatie waarin sommige mensen, die arm zijn of geen baan hebben zich geen onderdeel voelen van de maatschappij. (Cambridge Advanced Learner's Dictionary, 2010)

De situatie die ontstaat wanneer mensen lijden aan een combinatie van problemen zoals werkloosheid, criminaliteit, slechte woningen, en slechts weinig kansen hebben hun levens te verbeteren. (Longman Dictionary of Contemporary English, 2010)

Hoewel sociale exclusie niet gelijk staat aan een laag inkomen is het wel aan elkaar gerelateerd. Een laag inkomen is vaak de consequentie van uitsluiting, met name van de arbeidsmarkt, maar ook een oorzaak van exclusie. Simpel gezegd, een gebrek aan geld maakt deelname aan de samenleving moeilijker. Lagere inkomers vertonen een duidelijke relatie met slechtere gezondheid en een lagere levensverwachting. (Schotse Parlement, 1999)

Ook in Nederland ligt de focus op de breedte van de problemen, in plaats van enkel de oude bebouwing of alleen de criminaliteit te bestrijden. Bij de aanpak van de zogenaamde Krachtwijken gaat men uit van een drietaks aanpak die ook in de literatuur veelvuldig terug komt; fysiek – economisch – sociaal. Naast sociale effecten spelen dus ook fysieke en economische effecten een rol.

Fysieke effecten zijn de zichtbare veranderingen als gevolg van sloop/renovatie van bebouwing, het aanleggen van een park of open ruimte, het verbeteren van de infrastructurele voorzieningen of het aanwijzen van erfgoed. De rol die kunst hierin kan spelen is vooral die van aanjager of voorbode. Een kunstproject kan bewoners bewust maken van problemen, of ze voorbereiden op veranderingen.

Economische effecten zijn o.a. het creëren van werkgelegenheid, het stimuleren van investeringen in een gebied, het aantrekken van kleine ondernemers (en evt. de toerisme sector) en het ontstaan van een avondeconomie. Dan is er ook nog het effect van de creatieve klasse. Het aantrekken van deze categorie mensen zou leiden tot meer creativiteit, innovatie en bestedingen. Het gevaar hierbij is echter dat dit kan leiden tot *gentrification*, zoals in de Pijp in Amsterdam. (Geurtz, 2006) Hierdoor bestaat de kans dat het probleem niet wordt opgelost, maar verplaatst.

3.2 BELEIDSSTUKKEN

Voor de tien grootste gemeenten in Nederland is gekeken naar de meest recente cultuurnota's om zo te achterhalen welke effecten zij beogen met hun publieke kunstbeleid. Zodoende kan bevestigd worden of de in de literatuur genoemde effecten ook in beleid worden geïncorporeerd.

Er is bewust voor grote gemeenten gekozen, omdat deze beschikken over zowel het meeste kapitaal alsmede ook het grootste ambtenarenbestand. Zodoende zou men kunnen verwachten dat deze gemeenten het meeste baat en tijd hebben om zich met evaluaties van publieke kunstprojecten bezig te houden. Samen tellen de onderzochte gemeenten ruim 3 miljoen inwoners. (CBS, 2010)

<u>Stad</u>	<u>Niet sociale doelen openbare kunst</u>	<u>Sociale doelen openbare kunst</u>
Amsterdam	esthetisch educatief citymarketing cultureel erfgoed internationalisering	identificatie trots betrokkenheid veiligheid leefbaarheid sociale cohesie 'cultuurwijsheid' historie - heden
Rotterdam	citymarketing cultureel erfgoed internationalisering creatieve economie educatie	identificatie trots 'cultureel burgerschap' participatie sociale cohesie
Den Haag	internationalisering creatieve stad citymarketing kunsteducatie	participatie diversiteit
Utrecht	educatie creatieve economie internationalisering citymarketing cultureel erfgoed educatie aanjager innovatie en economische ontwikkeling	participatie diversiteit leefbaarheid sociale cohesie
Eindhoven	citymarketing internationalisering creatieve economie educatie	trots identificatie gemeenschappelijk gevoel meer zelfvertrouwen sociale cohesie participatie
Tilburg	educatie publiek / private kunstprojecten	betrokkenheid maatschappijkritisch

	drijfveer gebiedsregeneratie wijk Veemarktkwartier cultuur en toerisme economie stimuleren	benadrukken diversiteit participatie bijdragen aan integratie minderheden identificatie
Almere	internationalisering verfraaien leefomgeving creatieve economie	participatie diversiteit sociale cohesie ontwikkelen eigen culturele identiteit identificatie
Groningen	citymarketing creatieve economie toerisme educatie internationalisering	participatie historie – heden identificatie maatschappijkritisch reflectie gemeenschappelijk gevoel leefbaarheid
Breda	citymarketing drijfveer herontwikkeling erfgoed euregionale uitstraling educatie	zichtbaar maken verhalen identificatie participatie
Nijmegen	erfgoed geografisch spreiden kunst esthetisch	benadrukken historie én heden toegankelijkheid kunst vergroten identificatie

Tabel 3.1: Publieke kunst beleid en evaluaties in de 10 grootste steden van Nederland. (N.B. opsomming poogt niet volledig te zijn, maar wel zo volledig mogelijk)

Wat uit tabel 3.2 in het oog springt zijn zowel overeenkomsten als verschillen. Als men het heeft over de beoogde / aangenomen effecten van kunst en cultuur dan noemen vrijwel alle gemeenten een aantal dezelfde dingen. Het bevordert sociale cohesie, identificatie, trots, en draagt bij aan een gemeenschapsgevoel. Ook noemen ze bijna allemaal de creatieve economie. Florida's creatieve klasse hebben dus duidelijk aangeslagen. Ook worden citymarketing en internationalisering erg vaak genoemd. Je kunt je afvragen of tien steden in zo'n klein landje zich allemaal internationaal kunnen profileren.

Versillen zitten vooral in de opbouw en structuur van de beleidsdocumenten. Sommige steden (zoals Amsterdam en Rotterdam) zijn erg duidelijk over wat ze met hun publieke kunst willen, wat er al is aan publieke kunst, wat de doelen zijn en hoe die gehaald moeten worden. Andere steden laten zich of in erg algemene termen, of bijna helemaal niet uit over wat ze willen doen.

Als we het concreet over het evalueren van publieke kunstprojecten hebben, valt op dat behoudens in Rotterdam de discussie over publieke kunst nergens echt van de grond is gekomen. In Rotterdam gebeurde dit bovendien vooral naar aanleiding van het 'Santa Claus incident' in 2005/2006. (zie ook paragraaf 2.5.2) Recentere nota's doen echter vermoeden dat de discussie alweer is doodgebloed. Nadat in 2006 nog een evaluatie 'Beelden in de Storm' verscheen wordt in 2008 gemeld dat 'alleen

het AD summier aandacht besteedde aan deze nota. Van een continuering van het maatschappelijke debat [...] over de plaatsing van Santa Claus was dus zeker geen sprake. Daarna bleef het maanden stil tot het College met een reactie kwam. Die reactie bleef in de pers onbesproken.' (Rotterdam, 2008) In andere gemeenten wordt soms gesproken over draagvlak voor publieke kunst (o.a. Amsterdam, Breda en Utrecht) waarbij een enkele keer een oordeel van bewoners kan worden gevraagd, in de vorm van zitting nemen in een werkgroep. Mocht dat oordeel er komen, dan is dat hoe dan ook niet bindend, en de artistieke vrijheid staat voorop.

Veel van deze grote gemeenten spreken ook over de nieuwe invalshoeken binnen het openbare kunstbeleid. Zo worden participatie, draagvlak, communicatie en *community arts* veelvuldig genoemd. Vanuit bestuurlijk oogpunt worden vraagtekens gezet bij de percentageregeling en wordt publieke kunst niet langer als een eilandje beschouwd, maar als een integraal onderwerp dat meerdere beleidsterreinen overschrijdt.

Tot slot valt op dat gemeenten met grote verwachtingen van de effecten van kunst komen, maar vrijwel geen enkele gemeente hier ook maar enige onderbouwing bij geeft. Ook wordt geen enkel onderscheid tussen verschillende groepen mensen gemaakt (uitzonderingen zoals Almere daar gelaten) en aangenomen dat bovenstaande effecten op iedereen (die er bij wil horen?) van toepassing zijn.

3.3 CONCLUSIE

Samenvattend kan men stellen dat er een aantal effecten centraal staan bij het stimuleren van de sociale inclusie van mensen. Die zou vervolgens moeten leiden tot het oplossen van een aantal sociale problemen, zoals werkloosheid, criminaliteit, problemen in het onderwijs e.d. De kernpunten in dit beleid zijn allereerst het bij elkaar brengen van mensen d.m.v. een kunstzinnige activiteit. Dat kan een *community art* project, een buurtfeest, een kunstmanifestatie of de vorm van inspraak hebben. **Participatie** is daarmee het eerste sociale doel dat nagestreefd wordt. Een ander doel is het creëren van een gemeenschapsgevoel, dat uit onder andere die participatie voort zou moeten vloeien. Het trots zijn op je plek, **identificatie** met die plek en dat naar buiten toe uit dragen. **Citymarketing** is een derde doel, dat zowel voor insiders als outsiders effect kan sorteren. Vaak wordt het toegepast door steden of gemeenten om bedrijvigheid, toerisme of bepaalde inwoners aan te trekken. In sommige gevallen treedt er een opgeschaalde vorm van citymarketing op, **internationalisering**.

Indien er verandering in het denken van mensen worden beoogd, kan de **maatschappijkritische werking** van kunst een doel op zich zijn. Deze 5 sociale doelen van publieke kunst zullen in het volgende hoofdstuk gebruikt worden om een aantal concrete voorbeelden uit de praktijk te toetsen en daarmee de werking van deze kunst iets te verduidelijken.

HOOFDSTUK 4: HET RESULTAAT VAN PUBLIEKE KUNSTPROJECTEN

In dit hoofdstuk zal een aantal concrete, en recente voorbeelden van publieke kunst worden bekeken. Daarbij zal worden teruggekoppeld aan hoofdstuk 1 tot en met 3. Zo wordt elke case in haar ruimtelijke context geplaatst, en worden de beleidsmotieven geschetst. Vervolgens zal er een beeld gegeven worden van de verschillende representaties over de desbetreffende case om uiteindelijk te kijken in hoeverre er vervolgens naderhand gereflecteerd is op het kunstproject.

Hierbij zijn drie uiteenlopende cases ter hand genomen, die als voorbeeld kunnen dienen voor het bredere publieke kunstbeleid als zodanig. Het gaat hierbij om projecten van enig formaat, die tevens een behoorlijke aandacht hebben gekregen, zowel in lokale als landelijke media. De cases zijn:

- de blauwe weg (Drachten)
- Santa Claus (Rotterdam)
- Beyond Leidsche Rijn (Utrecht)
- Blote Roosje (Amsterdam)
- Billboards Westpoort A7 (Groningen)

4.1 CASUS 1: BLAUWE WEG IN DRACHTEN

Kunstenaar: Henk Hofstra

Kosten: € 75.000

Initiatiefnemers: Gemeente Smallingerland en Projectontwikkelaar Wind Groep.

Wat: Het zwembadblauw verven van 1000x10 meter wegdek, op de plaats waar de toekomstige Drachtstervaart komt te liggen. Daarop is ook nog de tekst 'Water Is Leven' te lezen.



Figuur 4.1: De Blauwe Weg (Moleneind) in Drachten

Op 2 april 2007 werd het Moleneind in Drachten blauw gespoten door kunstenaar Henk Hofstra. Deze zogenoemde 'Blauwe Weg' kan gezien worden als een vernieuwende vorm van publieke kunst. Ten eerste omdat het hier gaat om een tijdelijk kunstwerk. Het wegdek zou zo'n anderhalf jaar blauw zijn, totdat de echte vaart zou worden uitgegraven. Ten tweede omdat er zich dagelijks vele automobilisten en fietsers over het blauwe wegdek bewegen, van en naar het centrum van Drachten. Het onconventionele project riep dan ook tal van vragen, en weerstand op.

4.1.1 Beleidscontext

Het Drachtstervaart project, waar de Blauwe Weg voorbode van is, kan gezien worden als een onderdeel van een grootschalig ruimtelijk plan om het westelijke deel van het Drachtster centrum te revitaliseren. Naast het uit graven van de in 1963 gedempte vaart worden in de oude industriebuurt panden opgeknapt en nieuwbouwwoningen gebouwd. (zie figuur 4.2) De Blauwe Weg moest de toekomstige vaartbewoners alvast warm maken voor deze veranderingen.



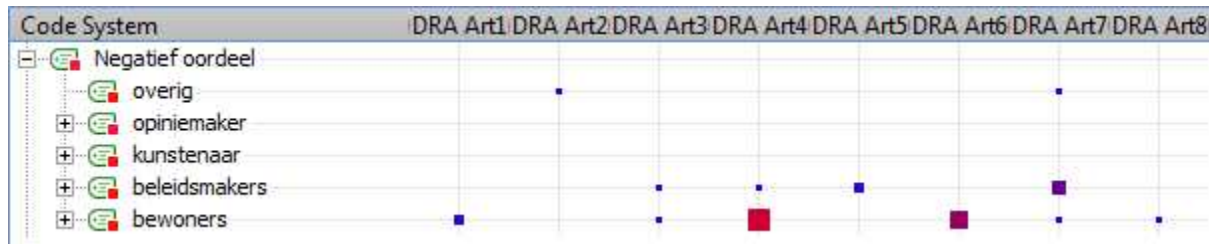
Figuur 4.2: Revitalisatieproject Drachtstervaart

De gemeente Smallingerland is daarbij erg ambitieus. Zoals meer gemeenten (zie hoofdstuk 3) richt ook Drachten zich op de creatieve economie. Men neemt daarbij de theorie over de *creative class* van Richard Florida vrij letterlijk over in de meest recent nota voor kunst en cultuur. (Gemeente Smallingerland, 2007)

Opvallend is dat de Blauwe Weg in die nota meermalen wordt aangehaald als zijnde het voorbeeld van waar Drachten naartoe wil: *'Drachten profileert zich als vooruitstrevende werkstad, en is altijd in voor het ongebruikelijke, het experiment'*. (Gemeente Smallingerland, 2007) Een project als dit moet dus bijdragen aan een nieuw imago voor Drachten, een betrekkelijk stil provinciestadje in Friesland. In hoeverre Drachten zich een nieuw imago heeft aangemeten is moeilijk vast te stellen, wel is overduidelijk dat de Blauwe Weg voor veel reuring zorgde. De gemeentepolitiek was net als de inwoners van Drachten verdeeld, en lokale, landelijke en zelfs internationale bladen berichtten over het project. Heeft dit inderdaad tot 'creatief ondernemerschap' geleid?

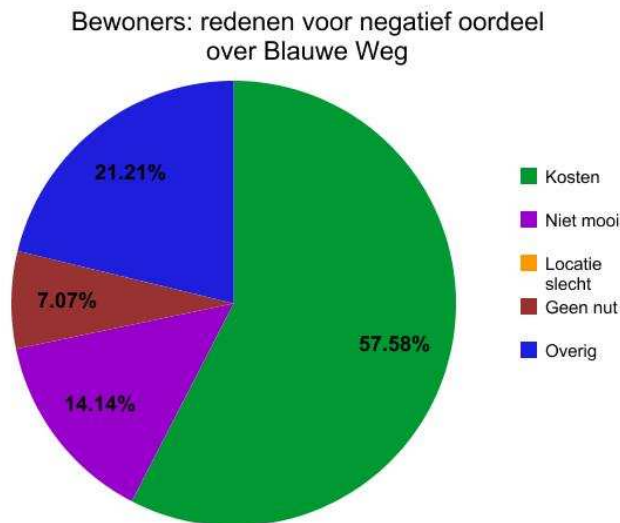
4.1.2 Representatie

Om een beeld te geven van hoe het project 'Blauwe Weg' in de aandacht stond is een aantal landelijke en lokale krant- en tijdschriftartikelen verzameld. Deze zijn met behulp van MAXQDA gecodeerd zoals hieronder weergegeven.



Figuur 4.3: MAXQDA matrix voor negatieve representaties Blauwe Weg (n=23)

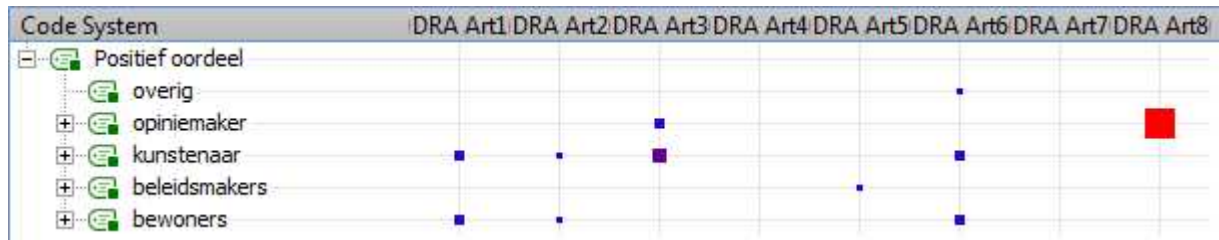
Figuur 4.3 laat zien dat vooral bewoners ontstemd waren over het kunstproject. Ook beleidsmakers (vooral van de oppositie) lieten zich vrij negatief uit over de Blauwe Weg. Wat is de reden achter deze negatieve houding?



Figuur 4.4: Negatief oordeel bewoners, gespecificeerd (n=14)

Geconfronteerd met de kosten van de Blauwe Weg (€75.000), bleek dit het grootste bezwaar van de Drachtsters. Vooral in combinatie met de tijdelijkheid van het project, het moest er zo'n anderhalf jaar liggen, vonden veel mensen dit toch wat te veel geld. In mindere mate vormden ook de kleur blauw (fel) en de eventuele negatieve gevolgen van die kleur op de verkeersveiligheid ook een issue.

Er waren ook positieve reacties op het project, deze liepen verder uit een en hadden vooral betrekking op het op de kaart zetten van Drachten, en het zorgen voor opschudding ('er gebeurt eindelijk iets hier'). Opvallend was misschien wel de tegenreactie op kosten, waarover veel geklaagd werd. Eén auteur (artikel 8, zie figuur 4.5) vergeleek het uitgegeven bedrag met de lange termijn kosten voor vaste openbare kunst en concludeerde dat de Blauwe Weg zowel meer opviel als minder kostte, en 'ze volgende generaties niet opzadelt met een beunardracht.'



Figuur 4.5: MAXQDA matrix voor positieve representaties Blauwe Weg (n = 23)

De positieve en negatieve reacties zijn exact in balans (23 om 23). Dit komt doordat vooral opiniemakers en de kunstenaar zelf de positieve kanten van het werk benadrukten, terwijl de bewoners in meerderheid negatief waren over het kunstwerk.

Voor een overzicht van de gebruikte artikelen en de hele MAXQDA analyse, zie bijlage 2. (blz. xx) Dit geldt ook voor de andere cases.

Saillant detail is dat de Blauwe Weg, die er anderhalf tot twee jaar had moeten liggen, er drie jaar later nog altijd ligt. De verf begint langzaam te vervagen, een auto die half in het 'water' hing is gesloopt en beklad en ook de tekst 'Water Is Leven' begint te verdwijnen. De economische crisis is de belangrijkste oorzaak dat de Drachtster vaart niet begin 2009 werd uitgegraven, en er nog altijd niet is.

4.1.3 Evaluatie

In 2008 verscheen het boekje 'Water is leven', waarin het hele kunstproject nog een keer bekeken wordt. Het geeft een overzicht van de diverse krant- en tijdschriftartikelen waarin de Blauwe Weg genoemd werd. De aandacht voor het project kwam van ver buiten Nederland, zelfs in Rusland en China werd gepubliceerd over de geschilderde straat.

De resultaten van de Blauwe Weg

1 Participatie

Participatie werd met het project niet direct beoogd. De bewoners werden zelfs helemaal niet ingelicht. Dat was ook één van de kritiekpunten. Zo hadden sommige omwonenden graag de zeeblauwe kleur wat minder fel gezien. Vanuit de gemeente werd hier echter vrij laconiek op gereageerd: *'We hebben het wel overwogen hoor, er met de bewoners over te praten'*. Maar ach, *het was niet vergunningsplichtig, dus het is er uiteindelijk niet van gekomen.'* (Friesch Dagblad, 2007) Voor veel bewoners was het blauw spuiten van het wegdek dan ook een complete verrassing. Het voordeel was echter dat het project snel kon worden uitgevoerd, en consensuskunst in ieder geval werd vermeden.

2 Internationalisering

Nadat Drachten zich een paar jaar eerder al internationaal had geprofileerd door de grootschalige toepassing van het *shared space* principe, haalde ook de Blauwe Weg de wereldpers. Zelfs Al Gore refereerde aan het blauwe stuk straat (Volkskrant, 2010), en een Amerikaanse kunstcriticus verzuchtte dat zoiets unieks in de VS toch echt nooit zou kunnen.

3 Citymarketing

Drachten richt zich zeer bewust op het creëren van een nieuw imago. De stad stond voorheen bekend als een conservatieve, saaie plaats waar vrij weinig gebeurde. De laatste jaren heeft de gemeente (met een nieuw B & W) geprobeerd Drachten op de kaart te zetten als een plaats waar 'eigenlijk alles kan'. (Drachten, 2008) De Blauwe Weg bleek het perfecte visitekaartje om dit motto kracht bij te zetten en zo de beeldvorming over Drachten te beïnvloeden. Ondernemers sprongen in op de aandacht voor het kunstwerk, door met 'blauwe producten' te komen.

4 Identificatie

Veel Drachtsters maakten zich druk over de Blauwe Weg. Zoals gezegd waren vooral de kosten een heikel punt. Delen van het kunstwerk werden vernield of beschadigd, zo werden er bewust remsporen op het blauwe wegdek aangebracht, en werd een 'gezonken' auto binnen een dag na plaatsing gesloopt. Toch was er een kentering te merken, naarmate de weg ook landelijk meer aandacht kreeg. Drachten werd in de hoofden van mensen gekoppeld aan de Blauwe Weg. Kunstenaar Hofstra formuleerde het zelf als volgt: *'Straks staan mensen op de camping in Frankrijk, en dan zegt hun buurman: 'U komt uit Drachten? Dat ken ik, van die blauwe straat'.* (Drachten, 2008)

5 Maatschappelijk debat

Er werd een paar weken lang gemopperd en gediscussieerd over de Blauwe Weg. Het publieke debat bleef echter beperkt tot de politieke arena, waar een aantal partijen vragen stelden over de kosten en verkeersveiligheid. Hier kwam uiteindelijk weinig uit; het project werd op geen enkele plaats aangepast.

4.2 CASUS 2: BEYOND LEIDSCHER RIJN, UTRECHT

Kunstenaar: Vele

Kosten: € 7.000.000 verspreid over 10 jaar

Initiatiefnemers: Gemeente Utrecht en daaruit voortvloeiend projectbureau 'Beyond'

Wat: Beyond was tussen 1999 en 2009 een semionafhankelijke organisatie die de kunst en cultuur in vinexwijk in aanbouw 'Leidsche Rijn' bij Utrecht moest bevorderen. Daarbij richtte zij zich specifiek op de relatie tussen beeldende kunst, verstedelijking, landschap en het bouwprogramma van Leidsche Rijn.



Figuur 4.6: 'De Parasol', een van de tijdelijke kunstwerken in Leidsche Rijn.

Een uniek experiment voor kunst in de openbare ruimte, mag 'Beyond' gerust genoemd worden. Niet naderhand, maar juist gedurende de bouw van Vinexwijk Leidsche Rijn werden diverse kunstenaars uitgedaagd zich te laten inspireren en de wijk in aanbouw te voorzien van een cultureel tintje (zie ook paragraaf 2.5.4). Daarbij ging het vooral om tijdelijke projecten, met de bedoeling om na voltooiing van Leidsche Rijn tot enkele permanente kunstwerken te komen. Het project kreeg zowel nationaal als internationaal veel aandacht, en werd vooral over de grenzen veelvuldig geprezen en als voorbeeld gesteld, van hoe er ook invulling kan worden gegeven aan kunst in de openbare ruimte.

4.2.1 Beleidscontext

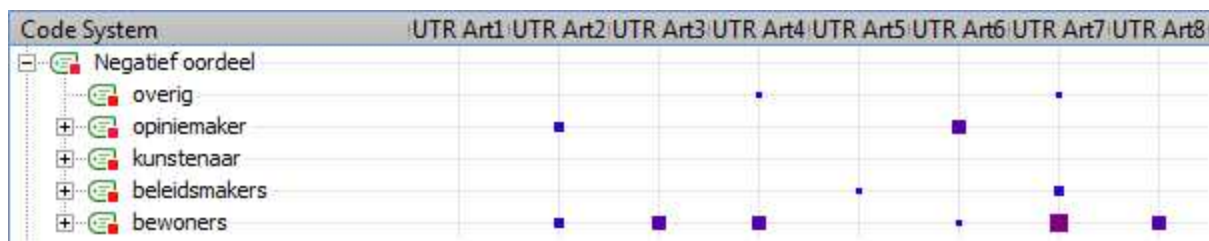
Utrecht profileert zichzelf graag als 'oude stad die jong blijft'. De gemeente voert een actief openbaar kunstbeleid, waarbij nieuwe en oude landmarks allebei een functie hebben voor de identiteit van de stad. Zowel het oude culturele erfgoed (zoals de Dom) als vernieuwende vormen van openbare kunst krijgen daarbij de aandacht. Het project 'Beyond' was daar een logisch gevolg van. De ontwikkeling van een enorme wijk als Leidsche Rijn aan de westkant van Utrecht gaf dan ook aanleiding tot het zetten van een nieuwe trend in de openbare kunst.



Figuur 4.7: VINE X-wijk Leidsche Rijn bij Utrecht

Stedelijke identiteit zoals in Leidsche Rijn bestaat 'los van de grond' en is een *melting pot* van cultuur van elders. (van Gestel et al. 2010) Het kunstprogramma 'Beyond' moest daar een afspiegeling van zijn door naast deze nieuwe vorm van samenleven ook een nieuwe vorm van openbare kunst te plaatsen. Daarbij ging het dus vooral om tijdelijke, functionele kunstwerken. Zo verscheen er een tijdelijk kunstenaarsdorp, compleet met gracht, bouwde men een soort terp om als 'gemeenschapsgrond' te gebruiken en werd de 'archeologie van 3007' bedacht; wat zou men over 1000 jaar uit de grond halen in Leidsche Rijn?

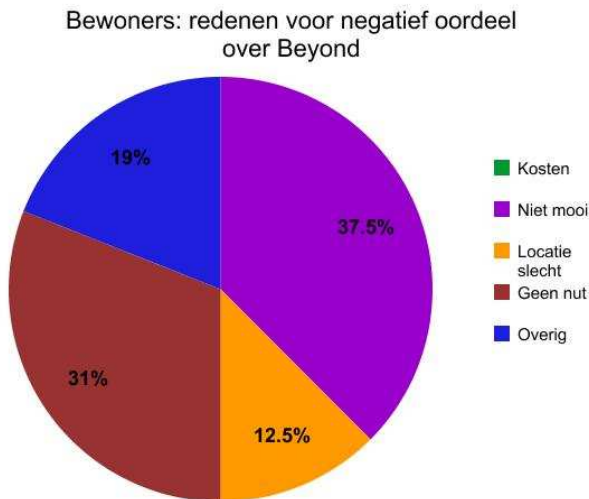
4.2.2 Representaties



Figuur 4.8: MAXQDA matrix voor negatieve representaties Beyond Leidsche Rijn (n = 26)

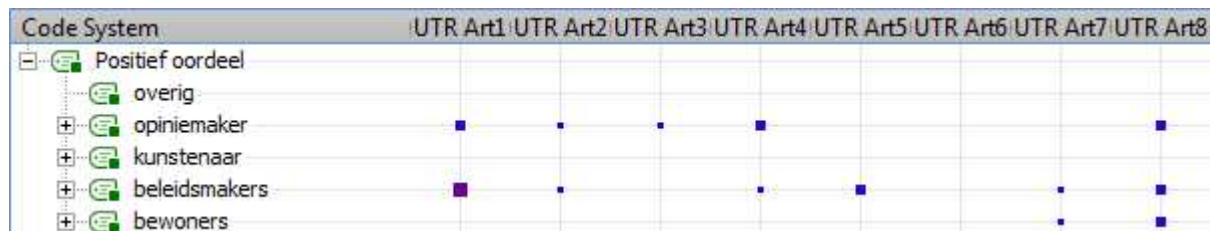
In de artikelen over Beyond Leidsche Rijn komt regelmatig de 'waarom' vraag naar voren. Zo worden meerdere bewoners aangehaald die niet snappen dat er kunstprojecten en manifestaties uit de grond gestampt kunnen worden, terwijl hun eigen wijk nog nauwelijks voorzieningen heeft. Een ander aspect daarin is dat de kunstprojecten dikwijls niet begrepen lijken te worden, en er aangegeven wordt geen behoefte te zijn aan kunst. Het project stuit vaak op onbegrip vanuit bewonerskant, het wordt niet begrepen.

De kosten lijken een minder relevant issue. De totale kosten (€ 7 miljoen over tien jaar) zijn voor de helft bekostigd uit publiek geld (gemeente Utrecht), de rest is afkomstig van externe organisaties.



Figuur 4.9: Negatief oordeel bewoners, gespecificeerd (n=16)

Positieve reacties gingen vooral over waardering voor het unieke en vernieuwende aspect van het langlopende project. Ook vonden sommige respondenten het een positieve uitwerking op de plek Leidsche Rijn hebben. *'Kunst in nieuwe wijk en heeft zin' [...] 'Bewoners worden trots op hun wijk als deze iets unieks heeft, een eigen identiteit heeft.'*



Figuur 4.10: MAXQDA matrix voor positieve representaties Beyond Leidsche Rijn (n = 21)

4.2.3 Evaluatie

Beyond hield in 2009 op te bestaan. Het grootste deel van Leidsche Rijn is inmiddels ook voltooid, en was het tijd de balans op te maken. Dat is gedaan in het boek *'Beyond Leidsche Rijn; Kunst als strategie bij verstedelijking'* dat eind 2009 verscheen. Hierin geven direct betrokkenen hun mening over het Beyond project. Architecten, projectleiders en kunstenaars spreken openhartig over hun ervaringen. Daarbij wordt vrij kritisch gekeken naar zowel het proces als de uitkomsten.

De resultaten van Beyond

1 Participatie

Bewoners van Leidsche Rijn werden gedurende het programma steeds meer betrokken bij Beyond. Dit kwam mede doordat bewoners hun onvrede uitten over diverse programmaonderdelen. Zeker in het begin werd het kunstprogramma als elitair beschouwd en kon men niet begrijpen dat er zo veel

geld in kunst werd gestoken terwijl Leidsche Rijn nog geen enkele voorziening had. De manier waarop Beyond georganiseerd was gaf echter de ruimte te reageren op deze bezwaren, en vanaf 2005 kregen bewoners een grotere invloed op het kunstprogramma. Zo werden er een aantal kunstverkiezingen uitgeschreven, en enkele community-art projecten opgezet. Deze leidden tot een grotere betrokkenheid van bewoners bij hun wijk en meer begrip voor het Beyond programma als geheel.

2 Internationalisering

Door de vernieuwende aard van het Beyond project, is er tot ver over de grens interesse getoond voor wat er in Utrecht gebeurde. In het buitenland heeft men weinig ervaring met bouwprojecten van deze omvang, en de combinatie met een kunstprogramma was al helemaal nieuw. Vanuit Duitsland, Denemarken en Frankrijk is zelfs interesse getoond daar eenzelfde soort programma te starten. Zodoende zijn Leidsche Rijn en Utrecht in ieder geval binnen de kunstwereld op de kaart gezet.

3 Citymarketing

Beyond heeft Utrecht nogmaals op de kaart gezet als een vooruitstrevende en vernieuwende gemeente. Het programma is exemplarisch voor Utrecht, dat in 2018 culturele hoofdstad van Europa wil zijn. De ervaringen met Beyond zijn aanleiding geweest op diverse andere plekken in de stad vergelijkbare projecten op te zetten, zoals bij het stationsgebied. Utrecht onderscheidt zich zo van andere grote steden in Nederland, en loopt voorop als het gaat over kunst in de openbare ruimte en het samenspel met sociaal-maatschappelijke processen.

4 Identificatie

In de evaluatie van Beyond wordt gesproken over het 'place making' van Leidsche Rijn. Het kunstprogramma is een aanjager van nieuwe stedelijkheid, van het ontwikkelen van abstracte fysieke ruimte naar een beleefde ruimte. Leidsche Rijn is deels door Beyond op de kaart gezet, en zo heeft men willen voorkomen er nog een 'monofunctionele, saaie vinexwijk' bij zou komen in Nederland. Bewoners zijn trots op het feit dat zo veel mensen de naam 'Leidsche Rijn' kennen en voelen zich daardoor sterker met het gebied verbonden.

5 Maatschappelijk debat

De diverse projecten die Beyond opzette zijn niet allemaal even controversieel van aard. Toch kwam het met enige regelmaat bij de gemeenteraad terug. Diverse stemmingen zijn overleefd. Bij bewoners rees vaak de vraag van het 'waarom'. Wat is het nut van al die kunst als onze nieuwbouwwijk nog zo veel voorzieningen ontbeert. Er zijn echter ook kunstprojecten die wel op grote sympathie konden rekenen, en uiteindelijk door bewoners zijn geadopteerd. Beyond is daarmee een experiment geweest dat aangaf hoe het soms wel, en soms niet, lukt met publieke kunstprojecten.

CASUS 3: SANTA CLAUS, ROTTERDAM

Kunstenaar: Paul McCarthy

Kosten: ruim € 280.000

Initiatiefnemers: Gemeente Rotterdam en de Internationale Beelden Commissie (IBC)

Wat: Het plaatsen van het beeld Santa Claus op een prominente plek in Rotterdam. Aanvankelijk was het de bedoeling dat het beeld bij congresgebouw 'De Doelen' kwam te staan, maar het is meermalen verplaatst.

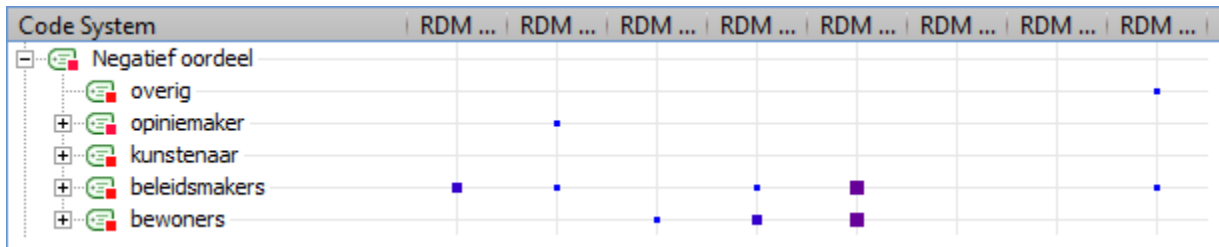


Figuur 4.11: Santa Claus door Paul McCarthy

4.3.1 Beleidscontext

Rotterdam profileert zich voortdurend met de slogan 'Rotterdam durft', waarmee de stad wil aangeven dat ze een modern karakter heeft, en geen achterhaald industrieel imago. Een van de pijlers op dit beleid is het kunst- en cultuurprogramma, en in het verlengde daarvan het streven de creatieve industrie een impuls te geven. Toen Rotterdam in 2001 Culturele Hoofdstad van Europa werd, kreeg de Internationale Beelden Commissie dan ook de opdracht de openbare kunst collectie van de stad uit te breiden. De gemeente Rotterdam ziet kunst in de openbare ruimte als *'bijdrage aan het creëren van ruimtelijke samenhang en identiteit'* (Gemeente Rotterdam, 2009), in dit geval dus de internationale identiteit. Eén van deze werken was de inmiddels beroemde 'Kabouter Buttplug' die tot zoveel ophef zou leiden dat kunst in de openbare ruimte voor eventjes in de publieke belangstelling stond. Veel partijen in de Rotterdamse gemeenteraad, met name Leefbaar Rotterdam, waren fel gekant tegenover het volgens hun *'vulgaire beeld, waar bezoekers tijdens het winkelen niet mee willen worden geconfronteerd'*. Het beeld werd dan ook verplaatst naar het binnenplein van museum Boijmans van Beuningen, waarmee in feite het stempel 'openbare kunst' van het beeld af werd gehaald. Pas in 2008 kreeg het beeld een definitieve plek, in de openbare ruimte, maar is het inmiddels wel een van de meest besproken en bekende kunstwerken van Nederland geworden.

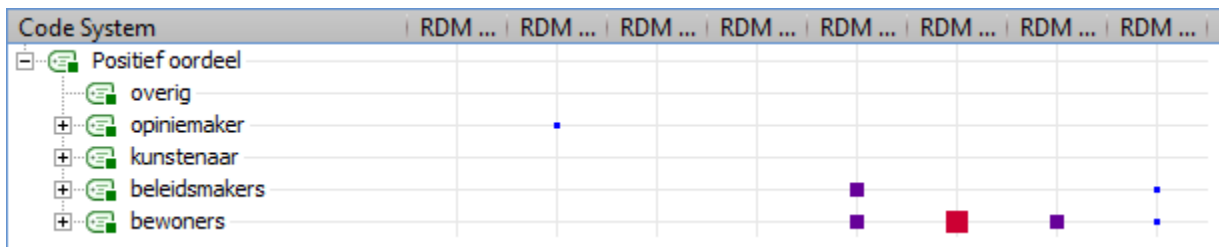
4.3.2 Representaties



Figuur 4.12: MAXQDA matrix voor negatieve representaties Santa Claus ($n = 16$)

Voor Santa Claus komen bijna alle negatieve reacties neer op hetzelfde argument. Men vindt het beeld aanstootgevend, opvallend vaak ook gelinked aan de locatie van het beeld: een drukke winkelstraat. Dit verklaard ook waarom het beeld meerdere malen van locatie is verwisseld, en zelfs aan burgers werd gevraagd of ze een goede locatie voor het beeld wisten.

Opvallend is dat alle negatieve aandacht uiteindelijk uitmondde in een positief effect, juist voor de locatie van het beeld. Dat valt ook terug te zien aan figuur 4.12, waar locatie (vooral na enige tijd) veranderd is in een positief effect. Dit komt ongetwijfeld doordat de landelijke media het rumoer oppikten, en het beeld opeens een nieuwe functie kreeg: dat van *landmark*.



Figuur 4.13: MAXQDA matrix voor positieve representaties Santa Claus ($n = 17$)

Hoewel mens en politiek in Rotterdam eerst grote moeite hadden het beeld een plaats te geven, heeft het sinds 28 november 2008, ruim zeven jaar nadat het beeld door kunstenaar McCarthy werd opgeleverd, een vaste plek. 'Kaboutert Buttplug' is inmiddels onderdeel van de Beeldenroute Westersingel en het meeste beruchte en bekende beeld van de stad. Dat verklaart wellicht ook waarom de winkeliers er in 2008 reikhalzend naar zijn komst uitkeken. Mooi vond men het in elk geval nooit. Zowel vlak na de plaatsing, als in artikelen die jaren later zijn geschreven, blijkt dat de meerderheid van de ondervraagden het geen mooi beeld vinden.

4.3.3 Evaluatie

Naar aanleiding van het Santa Claus 'incident' verscheen in 2006 de nota 'Beelden in de storm; kunst in de openbare ruimte van Rotterdam' waarbij het hele beleid onder de loep werd genomen. Punt van discussie was de vraag of beeldende kunst meer draagvlak moest krijgen. Uiteindelijk kwamen er een aantal adviezen uit naar voren:

Resultaten van Santa Claus

1 Participatie

Het kunstwerk leverde veel reacties op, die wellicht samen zijn te vatten als on-Nederlands verontwaardigd. Veel mensen namen aanstoot aan het beeld, en er werd in het Rotterdams Dagblad een 'prijsvraag' uitgeschreven waarbij mensen een locatie konden aandragen die wel geschikt zou zijn. Zou opperde een inwoner dat het a la het Vrijheidsbeeld in New York bij de ingang van de haven geplaatst zou moeten worden. Al met al betrok het meer mensen bij openbare kunst in de stad, ook al was daar wat commotie voor nodig.

2 Internationalisering

Het aantrekken van Santa Claus, gemaakt door een Amerikaans kunstenaar, was een statement op zich. Rotterdam profileerde zich in 2001 als culturele hoofdstad van Europa. Daar hoorde kunst van internationale allure bij. Zodoende kan gesteld worden dan Santa Claus door alle commotie daar in ieder geval zijn steentje aan heeft bij gedragen.

3 Citymarketing

'Kabouter Buttplug' haalde het landelijke nieuws. De vele verplaatsingen en politieke debatten werden met belangstelling gevolgd. Het beeld kreeg zelfs een vermelding op facebook, een wikipedia pagina en er waren youtube filmpjes aan de kabouter gewijd. Het leverde Rotterdam al met al een hoop aandacht op. Dit was de reden dat ondernemers aan het Eendrachtsplein in 2008 voorzichtig uitkeken naar de komst van het omstreden beeld. Ook is het beeld door z'n opvallende karakter een ontmoetingsplek geworden.

4 Identificatie

Santa Claus kwam symbool te staan voor het Rotterdams kunst en cultuurbeleid, dat zich profileerde met de slogan 'Rotterdam durft'. De moeizame relatie van de lokale politiek met dit beeld suggereert echter dat Rotterdam helemaal niet durfde. Het werk werd uit de publieke ruimte weggeplukt en sommige politici waren het beeld liever kwijt dan rijk. Uiteindelijk leidde alle commotie er toe dat Santa Claus toch mocht blijven, en wel in de publieke ruimte. Het is inmiddels een begrip op het Eendrachtsplein, waar het voor sommige mensen een identificatiepunt vormt. Eén bewoner zei hierover: *'Het is een goed herkenningspunt. Als ik vertel dat ik bij de kabouter sta, weten mensen precies wat ik bedoel.'*

5 Maatschappelijk debat

De grote commotie rondom de plaatsing van het beeld, leverde uiteindelijk bovenstaande nota op. Hierin werd het hele openbare kunstbeleid onder de loep genomen. Geconcludeerd werd dat het vooral aan publieke verantwoording schortte. Kunstcommissies waren te vaag in hun onderbouwing voor de keuzes die ze maakten, en dit leidde tot het beeld van *'een moeizaam traceerbaar besluitvormingsproces in zeer kleine kring, waarbij de criteria en afwegingen niet verwoord worden'*. Dat betekende volgens het advies overigens niet dat het publiek een significant grotere rol moest gaan spelen. Beleidsmakers, publiek en kunstenaars; geen van allen voelen ze echt veel voor directe inspraak. Uiteindelijk werd gekozen voor een gulden middenweg, waarbij communicatie met het publiek, en relatie met de locatie van een kunstwerk centraal staan.

CASUS 4: BLOTE ROOSJE, AMSTERDAM

Kunstenaar: Rombout Oomen

Kosten: Niet kunnen achterhalen, maar voor 100% uit Europese subsidie betaald

Initiatiefnemers: Europees subsidieproject 'Urban II' om mensen dichterbij elkaar te brengen en gemeente Amsterdam (Stadsdeel West)

Wat: Een muurschildering van 15 bij 15 meter van een blote vrouw, gebaseerd op het erotische gedicht 'Aan een roosje' van Jacob van Lennep (1802-1869). Oomen maakte het kunstwerk voor een project om de wijk een mooier aanzicht te geven en de buurtbewoners met elkaar in contact te brengen.



Figuur 4.14: Blote Roosje, door Rombout Oomen (2004)

4.4.1 Beleidscontext

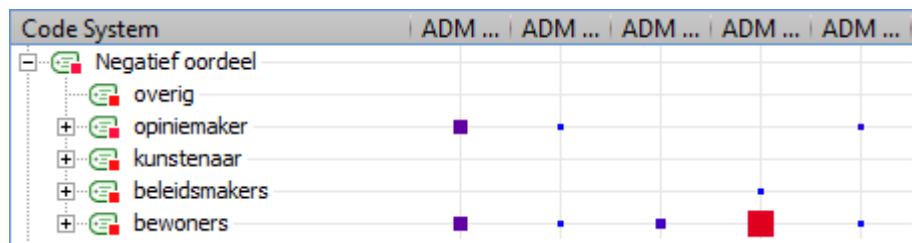
Jacob van Lennep was een Amsterdams schrijver, politicus en dichter. In de naar hem vernoemde van Lennepstraat in Amsterdam-West werd in 2004 de muurschildering 'Blote Roosje' aangebracht, met een gedicht van Van Lennep erbij. Dit past binnen het beleidskader van de gemeente, die zich onder andere richt op het vergroten van betrokkenheid, trots en 'cultuurwijsheid'. Deze muurschildering was bedoeld om enerzijds de herinnering aan de dichter levend te houden, en anderzijds mensen direct in contact te laten komen met kunst. (Gemeente Amsterdam, 2010)

Voorafgaand aan het aanbrengen van de muurschildering peilde het stadsdeel de meningen in de buurt, en kwam tot de conclusie dat op enkele Islamitische bewoners na, iedereen enthousiast was over het idee. Toen het werk eenmaal werd onthuld kwamen er echter divers klachten van diezelfde Islamitische bewoners. Hierop besloot de gemeente Amsterdam hen kostenvrij aan vitrages en matglas te helpen, zodat ze niet langer tegen de naakte vrouw aan hoefden te kijken. Nadat het

kunstwerk ondanks dat meermalen beklad werd (de edele delen werden met verfpotten besmeurd) besloot de kunstenaar uiteindelijk zelf maar tot censuur over te gaan. Rondom de schaamstreek werd de muurschildering in blokjes overgeschilderd.

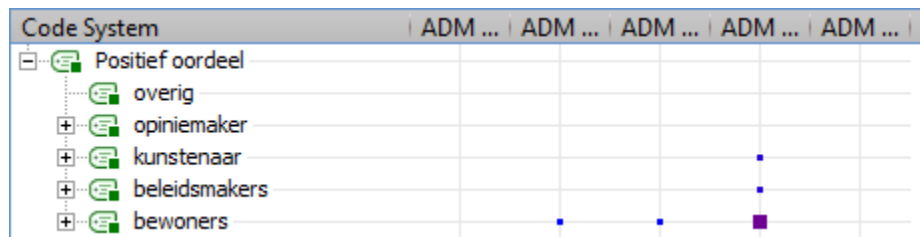
4.4.2 Representaties

Vrijwel alle negatieve respons kwam in Amsterdam van de lokale bewoners, en gingen bijna allemaal over de esthetische waarde van de schildering. Mensen (ook niet-islamieten) namen aanstoot aan de naakte lichaamsdelen. Dit was ook het enige argument dat men opvoerde. Opiniemakers vonden dat kunst in de publieke ruimte zich aan bepaalde 'fatsoensnormen' diende te houden en zich niet alles maar kon permitteren.



Figuur 4.15: MAXQDA matrix voor negatieve representaties Roosje (n = 25)

Veel positieve reacties op de schildering waren er niet. Doordat een klein groepje mensen er aanstoot aan nam, sorteerde dit in een negatieve sfeer in de hele buurt. Zodoende veranderde een project dat bedoeld was om mensen nader tot elkaar te brengen in eentje die mensen juist uit elkaar leek te drijven.



Figuur 4.16: MAXQDA matrix voor positieve representaties Roosje (n = 10)

4.4.3 Evaluatie

De resultaten van Roosje

1 Participatie

De insteek van gemeente Amsterdam, en stadsdeel West was om alle buurtbewoners mee te laten beslissen over een kunstwerk in hun Van Lennepstraat. Hiervoor werd een rondvraag georganiseerd tijdens een buurtfeest in 2004. Een aantal mensen gaven destijds aan het idee voor 'Roosje' niet erg te waarderen, maar hier geen problemen mee te hebben indien de overige bewoners het prima vonden. Toch waren er na de schildering een aantal klachten. In deze valt de gemeente Amsterdam

niet veel te verwijten. Zij heeft naar haar mogelijkheden gehandeld om zoveel mogelijk mensen te betrekken bij dit kunstproject.

2 Internationalisering

De muurschildering was bedoelt om lokale relaties te versterken en de relatie met het verleden (d.m.v. Jacob van Lennep) te verstevigen. Hoewel Amsterdam zich in het algemeen zeer sterk inzet op het internationaal promoten van de stad (o.a. door kunst) was dat hier zeker niet het geval.

3 Citymarketing

Ook voor citymarketing geldt het bovenstaande. Dit was een puur lokaal project, dat zich enkel richtte op de lokale bevolking en dus niet op een hoger schaalniveau.

4 Identificatie

De bedoeling van dit kunstwerk was om mensen juist in contact te laten komen met het verleden van de stad. Het thema historie – heden speelt dan ook een belangrijke rol in het Amsterdamse publieke kunst beleid. Uiteindelijk schoot dit kunstwerk haar doel voorbij door alle commotie. Het ging over blote vrouwen in plaats van over (een gedicht van) Jacob van Lennep als naamgever van de straat.

5 Maatschappelijk debat

De ironie van dit werk zit hem in de complete tegenstrijdigheid van het doel en de uitwerking. Een kunstwerk bedoelt om mensen bij elkaar te brengen, dat uiteindelijk tot het tegenovergestelde leidde. De tegenstanders van de muurschildering vonden deze te vulgair en bloot, terwijl voorstanders vonden dat in Nederland (en zeker Amsterdam) alles moest kunnen en artistieke vrijheid onbegrensd zou moeten zijn. Uiteindelijk moest de rel opgelost worden door de schildering te censureren en klagende bewoners aan vitrages en matglas te helpen. Het werk maakte dus wel maatschappelijk debat los. Sommige opiniemakers vonden dat de gemeente in had moeten zien dat een naakte vrouw in die buurt niet kon.

CASUS 5: HIER BEGUNT STAD, GRONINGEN

Kunstenaar: Gerald van der Kaap

Kosten: € 60.000

Initiatiefnemer: Gemeente Groningen

Wat: Een serie billboards bestaande uit 3 borden langs de snelweg A7 Groningen – Drachten ter hoogte van het nieuwe bedrijventerrein Westpoort. De borden moesten uitdagen tot nadenken over wat de grenzen van Groningen-stad zijn. Als men de stad uitreed stond er 'Woar begunt ommelaand' en in tegengestelde richting 'Begunt hier stad?'.



Figuur 4.17: Serie billboards Gerald van der Kaap (2009). Rijdt men richting Groningen dan leest men 'Begunt hier stad?' en de andere kant op staat 'Woar begunt ommelaand' (bron: flickr, eigen bewerking)

4.5.1 Beleidscontext

Groningen kent sinds 1994 de zogenaamde Stadsmarkeringen. Naar ontwerp van internationale kunstenaars zijn destijds tien markeringen aan de invalswegen van de stad gezet. Met de aanleg van bedrijventerrein Westpoort verschoof de westgrens van Groningen een viertal kilometers op. Om dit feit onder de aandacht te brengen, en mensen aan het denken te zetten, ontwierp Groninger kunstenaar Gerald van der Kaap een serie billboards. (figuur 4.17)



Figuur 4.18: De oude stadsgrens van Groningen (zwart) met bijbehorende stadsmarkering, en de serie billboards langs bedrijventerrein Westpoort (rood) die de nieuwe grens markeren. (bron: Google Maps, eigen bewerking)

4.5.2 Representaties

Voor deze case is geen media-analyse toegepast, omdat het kunstwerk daar niet voldoende aandacht voor genereerde. In plaats daarvan is gebruik gemaakt van enquêtes afgenomen door Masterstudenten Culturele Geografie uit Groningen. Deze enquêtes zijn gehouden voor de cursus Representeren van Plaatsen, begin 2010. De resultaten van deze onderzoeken zijn (waar nodig) aangepast om geschikt te zijn voor deze analyse. Deze moeite is genomen omdat ik ook graag een case in Groningen in deze thesis wil verwerken.

De respons op de billboards was vrij negatief. Veel ondervraagden gaven aan niet te begrijpen waar het werk over ging, of dat het überhaupt kunst was. Sommige respondenten dachten dat een reclame of protestuiting was. Tabel 4.1 laat dit zien.

<u>Kent u de betekenis van de serie billboards aan de A7?</u>	<u>Absolute aantallen</u>	<u>Cumulatief aandeel</u>
Ja	11	6,2%
Nee	120	68,2%
Ongeveer	45	25,6%

Tabel 4.1: Enquêteresultaten op de vraag of mensen de betekenis van de serie billboards kenden. (n=176) bron: enquêtes Masterstudenten Culturele Geografie

Ook over de kosten van de borden (€60.000) waren veel respondenten niet te spreken. Met enige regelmaat werd als commentaar 'geldverspilling' of 'voor 600 euro doe ik het ook nog wel' en dergelijke gegeven. De borden ogen ook vrij goedkoop, wellicht dat mensen daarom zo ontstemd waren over de kosten.

<u>Wat vindt u van de kosten van de serie billboards aan de A7?</u>	<u>Absolute aantallen</u>	<u>Cumulatief aandeel</u>
Te hoog	92	73,6%
Precies goed	15	12 %
Geen mening	18	14,4%

Tabel 4.2: Enquêteresultaten op de vraag of mensen de kosten van de serie billboards redelijk vonden. (n=125) bron: enquêtes Masterstudenten Culturele Geografie

4.5.3 Evaluatie

De resultaten van 'Waar begint stad?'

1 Participatie

Participatie werd met dit kunstwerk niet beoogd. De kunstenaar heeft samen met het CBK Groningen voor de opzet en uitvoering van de billboards gezorgd. Wellicht een gemiste kans, omdat het maatschappelijk debat juist gebaat zou zijn geweest door mensen te laten participeren en zo tot denken te zetten.

2 Internationalisering

De billboards waren vooral een lokaal statement. Het ging hier specifiek om de grenzen van Groningen. Natuurlijk worden er ook in andere delen van Nederland steden 'versnipperd' door corridors van bedrijventerreinen. Maar ook door de tekst op de billboards, in het Gronings, is wel duidelijk dat dit een puur lokale boodschap betrof.

3 Citymarketing

Ondanks dat het werk niet bedoeld was als zodanig, is door sommige mensen de serie billboards wel zo begrepen. Uit de enquêteresultaten bleek dat enkele ondervraagden dachten dat het welkomstborden waren, of promotie voor het bedrijventerrein was. Of het Groningen verder veel opgeleverd heeft in termen van stadspromotie, valt te betwijfelen. Daarvoor zullen de borden niet genoeg in het oog zijn gesprongen.

4 Identificatie

De serie borden was bedoeld voor een specifiek publiek. Inwoners van, en werknemers in Groningen. Voor hen zou de associatie tussen stad en *omvleeland* een herkenning moeten zijn. In veel gevallen bleek dat ook Groningers de borden echter niet echt snaptten. Zodoende herkenden zij zich dus ook niet in het kunstwerk.

5 Maatschappelijk debat

Een kunstwerk dat als doel heeft mensen aan het denken te zetten, moet wel begrijpelijk zijn. Grote delen van het autorijdend publiek begreep niet dat de serie billboards kunst was, of wat hun betekenis was. Hiermee gaat een werk duidelijk voorbij aan het doel. De kunstenaar is er niet in geslaagd zijn boodschap zo te verpakken dat grote aantallen mensen zich er niet van bewust werden.

4.6 CONCLUSIE

Uit de voorgaande cases blijkt dat reacties op, en effecten van, kunstwerken van geval tot geval verschillen. Overeenkomsten zijn er echter ook. In bijna alle gevallen staan bewoners vrij negatief tegenover de komst van een kunstwerk. De kunstenaar, opiniemakers en beleidsmakers staan over het algemeen positiever tegenover publieke kunst. Dit correspondeert met de algemene gedachte dat kunst een aangelegenheid is voor de 'elite'. Bestuurders en kunstenaars dringen hun kunst ongevraagd op aan de bevolking.

Case	Positief	Negatief
Drachten	5	14
Utrecht	3	16
Rotterdam	12	6
Amsterdam	6	17
Groningen	-	-

Tabel 4.3: Het aantal reacties van bewoners dat per kunstwerk positief of negatief tegenover de plaatsing stond. Data Groningen was niet specifiek genoeg om de categorie bewoners aan te wijzen.

Opvallend is dat in Rotterdam de publieke opinie uiteindelijk kantelde, en men positiever tegenover het kunstwerk Santa Claus kwam te staan. Door alle ophef kreeg het beeld de status van *landmark*, en werd de kabouter een soort antiheld. Wellicht dat in een aantal van de andere cases de publieke opinie ook nog zal draaien, of al gedraaid is. Uit de media-analyse bleek dit in elk geval niet.

Waarom zitten mensen niet op kunst te wachten? Die vraag is in dit hoofdstuk beantwoord. In de meeste gevallen gaat het om puur esthetische redenen. Mensen vinden een werk niet mooi, aanstootgevend, ongepast. In een aantal cases was ook geld een belangrijk argument. De kosten die publieke kunst met zich meebrengt kunnen nog weleens rekenen op verontwaardiging. In vrijwel alle cases is het onderwerp ter sprake gekomen. Andere argumenten hielden verband met de locatie van het werk (niet geschikt voor in het openbaar, locatie is verkeerd) of met het nut van kunst. Geld kan maar een keer uitgegeven worden, en dus zijn bewoners regelmatig verontwaardigd; waarom kan kunst wel, en een ander voorstel niet?

Voorgaande roept ook vragen op ten aanzien van inspraak van burgers. De vijf cases wijzen uit dat het polsen van bewoners niet per se betekent dat het een succesverhaal wordt. Een deel van de verantwoordelijkheid ligt hierbij overigens bij diezelfde bewoners: veel van hen interesseren zich niet voor kunst totdat het voor hun deur staat. De overheid doet er overigens wel veel aan om mensen te informeren, her en der inspraak te geven of soms zelfs te laten beslissen. De relatie tussen burgers en publieke kunst is en blijft een geforceerd huwelijk; kunstenaars zitten niet op inspraak te wachten, veel bewoners niet op kunst.

CONCLUSIE

De verhouding tussen kunst en de publieke ruimte is er één met vele gezichten. Kunst kan een anonieme bijdrage zijn aan de ruimte, onzichtbaar. Soms kan kunst echter ook de plek worden. Om dat te bereiken moet een werk een onderscheidend karakter hebben, tot de verbeelding spreken of simpelweg choqueren. De conclusie die dan ook door alle hoofdstukken heenloopt is dat middelmaat niet loont. Middelmatige kunst kwijnt langzaam weg in een perkje, op een plein of rotonde, zonder ook maar één keer tot nadenken te zetten. Weg met consensus kunst dus.

Deze houding is ook terug te vinden in het kunstbeleid van de laatste jaren. Minder kunst voor hetzelfde geld, kwaliteit in plaats van kwantiteit. Zeker nu in alle beleidslagen is doorgedrongen dat de effecten van kunst groter kunnen zijn dan puur het opleuken van de ruimte. Kunst en cultuur worden ook steeds vaker gezien als middel om de geest van de creatieve, hoogopgeleide burger te stimuleren. Ook als vestigingsplaatsargument nemen kunst en cultuur in belang toe, en veel grote steden in Nederland proberen hier op in te springen. De kunstvorm die hierbij hoort is bij uitstek een vernieuwende.

In probleemwijken met een lager opgeleide bevolking, en problemen, wordt kunst steeds vaker ingezet. Hier is het bedoelt als bindmiddel, als een opstapje naar het vergaren van culturele kennis. Dit moet er toe leiden dat buurten meer samenhang krijgen, en er een keur aan sociale problemen een oplossing krijgen. Het bijbrengen van 'cultuurwijsheid' is wellicht het laatste idealistische overblijfsel uit het oude kunstbeleid, waarin burgers nog 'verlicht' en geschoold moesten worden. Om concreet problemen op te lossen is het wellicht beter een pragmatische aanpak te hanteren waarbij groepen mensen concreet tot elkaar worden gebracht. Zulk beleid vraagt echter om andere kunst, waarbij toegankelijkheid voorop staat. Community art, inspraak via stemmen, buurtfeesten. Het zijn allemaal bruikbare middelen om kunst in de wijk in te zetten. De kunstenaar die zich met deze vorm van publieke kunst bezig houdt moet echter bereid zijn een klein deel van zijn of haar autonomie in te leveren.

Uit een aantal van de in deze thesis behandelde cases bleek dat sommige kunstenaars nog altijd star vasthouden aan hun wens tot volledige autonomie. Waarna de praktijk hen logenstrafte. Publieke kunst is niet hetzelfde als galeriekunst, museum of expositiekunst. Het huidige kunstbeleid is een integraal onderdeel van de ruimtelijke ordening geworden en daarmee een veld met vele spelers. Als de creatieve kunstenaar de wedstrijd in z'n eentje wil beslissen, dan raad ik hem aan een individuele sport te zoeken.

AANBEVELINGEN

Kunst in de publieke ruimte, een onderwerp op het randje van de culturele geografie. Uit meerdere voorbeelden in dit onderzoek blijkt dat kunst wel degelijk impact kan hebben op de ruimte, op de sense of place, leefbaarheid en beeldvorming van een plek. Wat deze invloed precies is, blijft in het midden. Er zijn vele redenen waarom er naar de concrete effecten van openbare kunst op een plek nog maar weinig cijfermatig onderzoek gedaan is.

1) Definities

Begrippen als leefbaarheid, sense of place, identiteit, citymarketing en sociale cohesie zijn lastig te definiëren, laat staan meten. Dat maakt ze tot lastige studieobjecten.

2) Partialiteit

Dat kunst in de openbare ruimte emoties oproept en effect sorteert is in voldoende mate aangetoond. Duidelijk is ook dat de rol van kunst daarin meestal vrij bescheiden is. Dit deeleffect is in de praktijk niet uit het grotere geheel te filteren.

3) Praktische bezwaren

Elk jaar komen er tientallen kunstwerken in de publieke ruimte bij. Het is feitelijk onhaalbaar voor elk kunstwerk met een evaluatie te komen. Dat neemt niet weg dat men zou kunnen overwegen in enkele gevallen wel zo'n onderzoek te doen.

4) Nut

Moeten we alles in cijfers en grafieken willen vatten? Bestaat er een noodzaak om aan alles een aantoonbaar effect te hangen. Natuurlijk wordt kunst in de openbare ruimte grotendeels gefinancierd uit publiek geld, en staat het door haar zichtbaarheid altijd meer in de schijnwerpers dan museumkunst of filmsubsidie. Aan de andere kant zou men kunst ook kunnen zien als luis in de pels, prikkelend, uitdagend en bewust niet meetbaar, niet breed gedragen en niet *middle of the road*.

Wel valt er in z'n algemeenheid veel te zeggen over de invloed van kunst en cultuur op economie, sociale omstandigheden en beeldvorming. Veel beleidmakers hebben het *creative class* denken van Richard Florida omarmt en zijn de economische waarde van cultuur gaan waarderen. Een aantal van de grote steden in dit onderzoek richten zich zeer specifiek op creatieve ondernemers, kunstenaars, galeriehouders e.d.

Verder onderzoek zou zich eventueel kunnen richten op de concrete oordelen van bewoners over publieke kunst. Ook hier treedt echter een selectieprobleem op. Voor wie is kunst bedoeld, voor wie niet, en op welk schaalniveau? Indien voor deze problemen een oplossing kan worden gevonden zou dit echter wel tot interessante inzichten kunnen leiden.

LITERATUURLIJST

- Ashworth, G.J. et al. (2007) *Pluralising pasts. Heritage, identity and place in multicultural societies*. Pluto Press: London.
- Bank, J. (1999) *Stads mecenaat en lokale overheid. Honderd jaar private en publieke kunstbeoordeling in Amsterdam 1899-1999*. Boekmanstudies: Amsterdam.
- Barrakat, J. (2005) *Putting people in the picture; the role of the arts in social inclusion*. Brotherhood of Saint Laurence: Melbourne.
- ter Braak, L. & de Neef, T. (2007) *Second Opinion: over beeldende kunstsubsidie in Nederland*. NAI Uitgevers: Rotterdam
- ter Braak, L. (2007) De Tweede houdgreep. In: Braak, L. ter et al. (2007) *Second Opinion; over beeldende kunstsubsidies in Nederland*. (pag. 12-18) NAI Uitgevers: Rotterdam.
- Butler, J. (1990) *Gender Trouble; feminism and the subversion of identity*. Routledge: New York.
- DaCosta Kaufmann, T. (2004) *Toward a geography of art*. The University of Chicago Press: Chicago.
- Evans, G. (2005) *Measure for measure: evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration*. Routledge: London.
- Florida, R. (2004) *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Basic Books: New York.
- Gemeente Smallingerland (2008) *Water is leven*. Gemeente Smallingerland: Drachten.
- Gestel, T. van, Heezen, H. & Zonnenberg, N. (2009) *Beyond Leidsche Rijn. Kunst als strategie bij verstedelijking*. Nai Uitgevers: Utrecht.
- Geurtz, C. (2006) *Gentrification. Wijken en beleid*. Erasmus Universiteit Rotterdam: Rotterdam.
- Groote, P. & Logtmeijer, A. (2008) *Kunst als cadeau in de wijk*. Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen: Groningen.
- Hall, S. (1995) *New Cultures for Old?* In: Oakes, T. & Price, P. (2008) *The cultural geography reader*, blz. 264-274. Routledge: New York.
- Hall, T. & Robinson, I. (2001) *Public Art and Regeneration: advocacy, claims and critical debate*. In: Landscape Research, Vol. 26 No. 1 blz. 5-26. Carfax Publishing Company: London.

- Herngreen, R. (2006) *Levende cultuur. De maakbaarheid van regionale identiteit*. In: *Regionale Identiteit. Kunst en ruimtelijke planvorming* blz. 26-31. NAI Uitgevers: Rotterdam.
- Holloway, L. & Hubbard, P. (2001) *People and place. The extraordinary geographies of everyday life*. Pearson Education Limited: Essex.
- Kant, I. (1790) *The Critique of judgement*. Oxford University Press: Oxford.
- Kamp, B van der. (2004) *Percentageregeling beeldende kunst bij rijk sgebouwen. Beschrijving van de regeling en de procedure voor de realisatie van beeldende kunst bij rijk sgebouwen*. Den Haag.
- Knox, P. & Marston, S. (2004) *Human geography. Places and regions in global context*. Pearson Education: New Jersey.
- Kolen, J. & Lemaire, T, (1999) *Landschap in meervoud: perspectieven op het Nederlandse landschap in de 20ste/21ste eeuw*. Van Arkel: Utrecht.
- Langenberg, S. (2006) *De man die alles kan*. In: *Regionale Identiteit. Kunst en ruimtelijk planvorming*, blz. 19-25. NAI Uitgevers: Rotterdam.
- Long J, Welch, M, Bramham, P, Butterfield, J, Hyleton, K & Lloyd, E (2002) *Count me in: the dimensions of social inclusion through culture, media & sport*. Leeds Metropolitan University: Leeds.
- Marlet, G. (2009) *De aantrekkelijke stad*. VOC uitgevers: Nijmegen.
- Massey, D. & Rose, G. (2003) *Personal Views: Public Art Research Project*. Artpoint: Milton Keynes.
- Matarasso, F. (1997) *Use or Ornament? The social impact of participation in the arts*. Comedia: Stroud.
- Melis, L. (2006) *Kan kunst als breek ijzer fungeren?* In: *Regionale Identiteit. Kunst en ruimtelijk planvorming* blz. 12-18. NAI Uitgevers: Rotterdam.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschappen (2005) *Beleidskader Geldstroom Beeldende Kunst en Vormgeving, 2005-2008*. MinOCW: Den Haag.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschappen (2003) *Cultural Policy in The Netherlands*. MinOCW: Schiedam.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschappen (2010) *Kunst in Cijfers*. MinOCW: Den Haag.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschappen (2007) *Kunst van Leven. Hoofdlijnen Cultuurbeleid*. MinOCW: Den Haag.

Ministeries van OC&W, LNV, VROM en Verkeer & Waterstaat (1999) *Nota Belvédère: beleidsnota over de relatie cultuurhistorie en ruimtelijke ordening*. VNG Uitgeverij: Den Haag.

Ministerie van VROM (2009) *Kunst in de wijk*. VNG Uitgeverij: Den Haag.

Myerscough, J. (1988) *The economic importance of the arts in Britain*. Policy Studies Institute: London.

Newman, T., Curtis, K. & Stephens, J. (2001) *Do community-based arts projects result in social gains? A review of literature*. Barnardo's: Essex

Oakes, T. & Price, P. (2008) *The Cultural Geography Reader*. Routledge: New York.

Pots, R. (2007) *De Nederlandse overhead en de beeldende kunsten in historisch perspectief*. In: Braak, L. ter et al. (2007) *Second Opinion; over beeldende kunstsubsidies in Nederland*. (pag. 238-248) NAI Uitgevers: Rotterdam.

Reeves, M (2002) *Measuring the economic and social impacts of the arts: a review*. The Arts Council of England: London.

Shaw, P. (2003) *What's art got to do with it? Briefing paper on the role of the arts in neighbourhood renewal*. Arts Council England: London.

Wieringa, F. (2006) *Rotterdam en de storm der beelden. Over de openbare ruimte en het draagvlak voor kunst op straat*. Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur: Rotterdam.

Wollheim, R. (1980) *Art and its objects*. Penguin Books Ltd.: Middlesex.

NOTAS

Almere

Gemeente Almere (2008) *Stad met verbeelding. Cultuurnota 2009 – 2012*. Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling: Almere.

Gemeente Almere (2005) *Evaluatie werkplan BKOR 2004-2005*.

Gemeente Almere (2006) *Werkplan Beeldende Kunst in de Openbare Ruimte 2006*.

Amsterdam

Gemeente Amsterdam (2009) *Buitenkunst. Beleidskader kunst in de openbare ruimte Amsterdam 2009 – 2015*.

Gemeente Amsterdam (2007) *Hoofdpijnen kunst en cultuur 2009 – 2012.*

Breda

Gemeente Breda (2009) *Verbeelding van ambities. Uitgangspunten voor een veelzijdig kunstbeleid in het publieke domein van Breda.*

Den Haag

Gemeente Den Haag (2008) *Wonderlijke noodzaak. Meerjarenbeleidsplan kunst en cultuur 2009 – 2012.* Dienst Onderwijs, Cultuur en Welzijn: Den Haag.

Eindhoven

Gemeente Eindhoven (2008) *Cultuurtotaal. Nieuw cultureel beleid Eindhoven.*

Groningen

Gemeente Groningen (2005) *In het oog, in het hart. Cultuurbeleid in Groningen 2005-2008.* Groningse dienst OC&W: Groningen.

Gemeente Groningen (2009) *Cultuurstad Groningen. Gewoon bijzonder! Cultuurnota 2009 -2012.* Groningse dienst OC&W: Groningen.

Gemeente Groningen (2007) *Over de grens. Discussienotitie voor het gemeentelijk cultuurbeleid 2009-2012.*

Nijmegen

Gemeente Nijmegen (2008) *Inbeelden. Kunst in de openbare ruimte gemeente Nijmegen beleidsprogramma 2008 – 2010.*

Rotterdam

Gemeente Rotterdam (2008) *Effectmeting Beelden in de Storm.*

Gemeente Rotterdam (2008) *In verbeelding van elkaar samen het toneel van stad zijn. Uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2009-2012.* Thieme Mediacenter: Rotterdam.

Tilburg

Gemeente Tilburg (2002) *Kunstenplan Openbare Ruimte Tilburg (KORT), 2002-2010*

Utrecht

Gemeente Utrecht (2008) *Adviescommissie cultuurnota 2009-2012.* OBT BV: Den Haag.

Gemeente Utrecht (2008) *De ontdekking van Utrecht. Actieplan cultuur 2008-2018*.
OBT BV: Den Haag.

INTERNETBRONNEN

Raad van Cultuur: <http://www.cultuur.nl/>

Mondriaan Stichting: <http://www.mondriaanfoundation.nl/>

Fonds BKVB: <http://www.fondsbkvb.nl/>

SKOR: <http://www.skor.nl>

CBK Groningen: <http://www.cbkgroningen.nl>

Cultuurnetwerk:

<http://www.cultuurnetwerk.nl/cultuureducatie/cultuurbezoekers.html>

Longman Dictionary of Contemporary English:

<http://www.ldoceonline.com/dictionary/social-exclusion>

Cambridge Advanced Learner's Dictionary:

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/social-exclusion>

Schotse parlement:

http://www.scottish.parliament.uk/business/research/pdf_res_papers/rp99-11.pdf

BIJLAGE 1 KUNST EN CULTUUR: SUBSIDIESYSTEEM

Het Nederlandse systeem voor de subsidie van kunst en cultuur beslaat naast het ministerie van OC&W, de provincies en gemeenten ook een aantal fondsen. Voor deze thesis voldoet een toelichting op de belangrijkste m.b.t. publieke kunst, het SKOR. Er zijn echter nog een drietal andere organisaties die zich met kunst bezighouden. Allen worden gesubsidieerd door de rijksoverheid. Hieronder worden ze in het kort beschreven.

Ministerie van OC&W: Raad van Cultuur

De Raad van Cultuur, ingesteld in 1995, is een onafhankelijk adviesorgaan van het ministerie van OC en W en het parlement. De Raad adviseert, gevraagd en ongevraagd, over beleidskwesties en subsidiebesluiten op het terrein van kunst, cultuur en media. In de Raad van Cultuur zitten negen leden, afkomstig uit de culturele sector, de media en de wetenschap. Deze leden worden benoemd voor een periode van vier jaar. Zij adviseren de minister van OC&W over beleid, subsidies en uitvoering van kunst- en cultuurprojecten. (Raad van Cultuur, 2010)

Kunstofondsen: Mondriaan Stichting

De Mondriaan Stichting, ingesteld in 1994, is een stimuleringsfonds voor de beeldende kunst, vormgeving en cultureel erfgoed. De Mondriaan Stichting richt zich vooral op de presentatie en de afname van kunst (Pots, 2007). Om dit te bereiken ondersteunt de stichting uitzonderlijke initiatieven die bijdragen aan een diversificering van het aanbod. In 2009 werden 877 verschillende projecten ondersteund, voor een bedrag van 23 miljoen euro. (Mondriaan Stichting, 2010) De subsidieverstrekking gebeurt op projectgerichte basis, terwijl het BKVB veelal op individuele basis werkt.

Kunstofondsen: Fonds voor Beeldende Kunsten, Vormgeving en Bouwkunst (BKVB)

Het Fonds BKVB, opgericht 1988, verstrekt subsidies aan individuele kunstenaars, ontwerpers, architecten en vormgevers. Ook kan men aanspraak maken op subsidies voor nieuw werk, buitenlandse vervolgoopleidingen, publicaties en onderzoek. Het Fonds BKVB opereert onafhankelijk en wordt volledig gefinancierd door het ministerie van OC&W. (BKVB, 2010)

BIJLAGE 2

OPZET MAXQDA ANALYSE VOOR REPRESENTATIES

Code System	Count
Code System	282
Neutraal oordeel	124
Negatief oordeel	0
overig	5
opiniemaker	11
kunstenaar	0
kosten	0
nut	0
esthetisch	0
locatie	0
overig	0
beleidsmakers	19
bewoners	0
kosten	10
nut	6
esthetisch	22
locatie	3
overig	11
Positief oordeel	0
overig	1
opiniemaker	17
kunstenaar	0
locatie	0
identificatie	5
esthetisch	1
overig	4
beleidsmakers	0
locatie	4
identificatie	4
esthetisch	2
overig	7
bewoners	0
locatie	5
identificatie	4
esthetisch	9
overig	8
Sets	0

Screenshot van de MAXQDA analyse zoals gebruikt voor hoofdstuk 4

Bij elke case zijn artikelen gezocht van minstens 250 woorden. Het ging hierbij om artikelen die niet louter beschrijven waar een kunstproject over gaat, maar hier ook een mening over geven, ofwel meningen van anderen weergeven. Zodoende is er basis om de artikelen in te delen op positieve of negatieve respons. Deze categorieën zijn naar groep verder opgesplitst om de redenen achter dit waardeoordeel te achterhalen. Kwam het door de locatie van het kunstwerk? Was het gewoon niet mooi, of juist wel? Of was het geld een probleem?

GEBRUIKTE ARTIKELEN

Drachten

- *Blauw Drachten*, Leeuwarder Courant, 10-04-2007
- *Blauw spuiten Moleneind stuit op onbegrip*, Leeuwarder Courant, 03-04-2007
- *Blauwe straat maakt tongen los in Drachten*, Leeuwarder Courant, 07-04-2007
- *De blauwe weg is het onderwerp van gesprek*, Friesch Dagblad, 04-04-2007
- *Een weg zo felblauw, dat doet gewoon pijn aan je ogen*, Friesch Dagblad, 03-04-2007
- *Het is geen grap; Drachten wordt cultureel*, de Volkskrant, 07-04-2007
- *Kunstenaar zag kritiek aankomen; L'histoire se répète*, Friesch Dagblad, 05-04-2007
- *Met het water komt het leven terug*, NRC Handelsblad, 11-04-2007

Utrecht

- *Eindelijk een park je. Maar wel met een autowrak; Niet iedereen in Leidsche Rijn is blij met buitenkunst*, NRC Next, 23-09-2009
- *In het park liever geen 'permanent ongeluk'; Leidsche Rijn Kunst in de wijk moet leefbaarheid bevorderen*, de Volkskrant, 09-09-2009
- *Kunst in Leidsche Rijn krijgt langzaam handen en voeten Van apekool tot dulle dromen*, Utrechts Nieuwsblad, 23-08-2003
- *Kunst verkommert in Leidsche Rijn*, Utrechts Nieuwsblad, 11-02-2005
- *Kunstopgave Leidsche Rijn is bijna klaar*, AD/Utrechts Nieuwsblad 11-09-2009
- *Monument voor protest roept weerstand op - Omwonenden zien kunstwerk Leidsche Rijn Park niet zitten*, AD/Utrechts Nieuwsblad 08-09-2009
- *Parasiet naast het nieuwbouwaparadijs*, de Volkskrant, 07-08-2003
- *Rotondeverfraaiing ten koste van parken; Buitenkunst Leidsche Rijn, Utrecht*, NRC Handelsblad 09-06-2006
- *Waarom unditen op baksteen als het anders kan; Beyond Leidsche Rijn trendsettend met Paper Dome*, Volkskrant, 26-06-2004

Rotterdam

- *Beruchte kabouter past nu wel in straatbeeld; Rotterdamse coalitiepartij VVD laat verzet tegen provocerend en zes meter hoog kunstwerk varen*, NRC Handelsblad, 03-01-2008
- *Eendrachtsplein sluit 'Buttplug' in het hart - Veelbesproken kabouter nu een toeristische trekpleister*, Rotterdams Dagblad, 02-12-2009
- *Kabouter Buttplug mag naar buiten; Omstreden kunstwerk verlaat na drie jaar Rotterdams Museum Boijmans van Beuningen*, de Volkskrant, 29-11-2008
- *Konst Kabouter Buttplug maakt felle reacties los; 'In de stad kun je zulke gekke dingen wel doen'*, Rotterdams Dagblad, 03-12-2004
- *Santa Claus eindelijk op straat; Middenstand haalt Kabouter Buttplug uit zijn schuilplaats*, Trouw, 29-11-2008
- *Sekskabouter splitst Rotterdam*, de Volkskrant, 26-02-2003

- *Soap rondom seksabouter duurt voort*, de Telegraaf, 10-12-2004
- *Rotterdamse dildoreus verbannen naar museum*, Trouw, 07-03-2003

Amsterdam

- *Edele delen van Roosje vernagel*, de Volkskrant, 01-10-2004
- *Een kut in pixels is niet arrogant; de tragikomedie rond een muurschildering in Amsterdam Oud-West*, HP de Tijd, 18-12-2004
- *Emmertjes sop*, de Volkskrant, 05-06-2004
- *Kunstenaar verbergt intieme delen portret*, het Parool, 04-10-2004
- *In Amsterdam wordt bloot gebruikt om een schisma te veroorzaken tussen moslims en hun burens*, NRC Handelsblad, 04-07-2004