



Locatie bepaalt publieke waardering voor openbare kunst

vr 23-03-2012

Vandaag promoveert Martin Zebracki van de leerstoelgroep Cultural Geography op de publieke opinie over kunstwerken in de openbare ruimte. De locatie van een kunstwerk heeft grote invloed op de manier waarop buurtbewoners, passanten en recreanten een openbaar kunstwerk waarderen. En hoe figuratiever het kunstwerk, hoe positiever men erover oordeelt.

Martin Zebracki nam in Amsterdam, Rotterdam, Antwerpen en Gent meer dan 1100 stratenquêtes af om inzicht te krijgen in wat mensen vinden van kunst in de openbare ruimte. "Een opvallende conclusie is dat ruimtegebruikers zoals buurtbewoners, passanten en recreanten niet zozeer het kunstwerk op zich waarderen, maar vaak eerst de locatie en daarna pas het werk dat daar staat," zegt hij. "Voor de waardering van een openbaar kunstwerk is de locatie dus erg belangrijk. Figuratieve, conventionele publieke kunstwerken blijken daarbij meer aantrekkingskracht te hebben dan abstracte werken."

Mensen
voelen
zich
meer
aangetro
tot een
publiek
kunstwer
als ze
in de
buurt
van dat
kunstwer
wonen
en
cultureel



onderlegd zijn. Het gaat niet zozeer om de vraag 'is het mooi', maar 'past het op deze plek'. Martin Zebracki: "Dit zie je onder andere bij het omstrede Rotterdamse beeld 'Santa Claus' - in de volksmond 'Kabouter Buttplug' genoemd - van kunstenaar Paul McCarthy. Met name bewoners die al langer in de wijk wonen, hebben hier binding mee. Zij begrijpen ook waarom het beeld juist op het Eendrachtsplein staat: op de grens van een winkelgebied (consumptie-as) en het museumgebied (cultuur-as). Deze bewoners zijn zich er bewust van dat dit kunstwerk McCarthy's kritiek op de consumptiemaatschappij verbeeldt." Op een gegeven moment verliest zo'n kunstwerk overigens zijn betekenis. Dagjesmensen gaan er vrolijk mee op de foto zonder de achtergrond te kennen. Martin Zebracki: "Ooit bedoeld als protest tegen de consumptiemaatschappij is het beeld er nu onderdeel van geworden."

Het promotie-onderzoek van Martin Zebracki trekt veel publiciteit: onder andere de Volkskrant, NRC, BN De Stem, RTV Rijnmond en BNR Nieuwsradio berichten erover of gaan er nog over berichten. Hij heeft van de promotie zelf (in Utrecht) ook een soort kunstpresentatie gemaakt: als toegift op de promotieplechtigheid staat in de schaduw van de Domtoren 'De Transparante Kerk'. Deze opblaasbare kerk is een 'sociale sculptuur' van kunstenaar Frank Los. "De Transparante Kerk is een vorm van toegepaste cultuur en entertainment," zegt Zebracki. "In dit kunstwerk, dat zowel een object is als een maatschappelijk proces, houdt de kunstenaar een 'theatrale kerkdienst'. Hier laat hij alle - overigens niet bestaande - problemen van bezoekers en passanten als sneeuw voor de zon verdwijnen."