

# We educate one another

---

Welkom bij *We educate one another*, onze presentatie van de Rietveld Research Residency. De Rietveld Research Residency (RRR) is een door de Gerrit Rietveld Academie in samenwerking met het Mondriaan Fonds in het leven geroepen onderzoeksplek voor kunstenaars. Wij waren in 2012 twee dagen per week gekoppeld aan het Sandberg Instituut, de master-opleiding van de Rietveld Academie.

Ter afronding onze residency geven we een impressie van het onderzoek en presenteren we enkele plannen die binnen het onderzoek zijn ontwikkeld. We introduceren ook enkele sleutelfiguren die we gedurende het onderzoeksjaar hebben ontmoet. We zien hen als nieuwe intermediairs in een nieuwe kunstpraktijk. Het maken van nieuwe connecties is het belangrijkste onderwerp vanmiddag. Komend uit het vakgebied van de kunst in de openbare ruimte, zijn we tot de conclusie gekomen dat de interessante opgaven in deze tijd op hele andere terreinen liggen. Onze werkwijze en ambitie om impact te hebben op maatschappelijke vraagstukken vraagt om een hele andere context en hele andere intermediairs.

Het langdurig slechte economisch tij is vruchtbare grond voor maatschappelijke transitie en nieuwe samenwerkingsverbanden. Om die samenwerkingen tot stand te brengen zijn er nieuwe intermediairs nodig. Ogenschijnlijk conflicterende werelden staan de oplossing van maatschappelijke urgente thema's in de weg. Om elkaars taal te leren verstaan moet er een tussentaal ontworpen worden die een brug kan slaan tussen de wereld van de kunst en de ouderenzorg, tussen social design en de bankenwereld, tussen vrije kunst en vastgoed, enzovoort. Daartoe moeten we elkaar opleiden. Om daarmee een begin te maken trekken wij in ons onderzoek vergelijkingen tussen onze kunstenaarspraktijk en de praktijk van gedragspsychologen, publieksfilosofen, goochelaars, verandermanagers, ideële reclamemakers en illustere figuren zoals de politicus Antanas Mockus, de voormalige burgemeester van Bogota die de verkeersveiligheid op straat verhoogde door politieagenten om te scholen tot mimespelers.

De schijnbare onoplosbaarheid van veel belangrijke (economische/sociale) vraagstukken is terug te voeren op het onvermogen (of de weigering) om gedrag daadwerkelijk te veranderen. Kunstenaars en social designers zijn in staat om maatschappelijke vraagstukken te reframen. Op basis daarvan ontstaan nieuwe handelingsperspectieven. Kunstenaars maken alternatieven zichtbaar en tastbaar.

Er liggen hele andere opdrachten in het verschiets dan tot dusverre in de context van kunst in de openbare ruimte werden verstrekt. De nieuwe intermediairs kunnen een belangrijke rol spelen bij deze opgaven. Daarom introduceren wij:

**Mieke Moor** legt zich als filosoof en organisatieadviseur bij organisatiebureau Twynstra Gudde toe op vraagstukken rondom de basale betekenis van 'organisatie': het menselijk vermogen om de chaotische werkelijkheid te ordenen. Veel dagelijkse werk wordt hierdoor gedomineerd: met

beleidsplannen, strategienota's, organogrammen proberen we onze complexe wereld te vatten, overzicht te creëren, risico's te beheersen. In die ordeningsdrang blijft vaak weinig ruimte over voor het besef dat 'waar het werkelijk om draait' niet te regelen is. In het nuttigheidsdenken wordt veel waardevoels uitgesloten. In de gezondheidszorg is het 'geweld' van die regelzucht voelbaar. Moor heeft deze thematiek uitvoerig onderzocht in het boek *Tussen de regels. Een esthetische beschouwing over geweld van organisatie*, waarop zij in 2012 promoveerde, 'een gewaagd boek over de relatie tussen kunst en werk'.

**Anita van de Looij** ontwikkelde tijdens haar studie Veranderkunde (SIOO) een nieuwe methodiek waarbij zij kunstinterventies inzet bij organisatievraagstukken. Zij onderzoekt de kenmerken van werken op het grensvlak van kunst en organisatie(s) en werkt aan een boek hierover. Eerder was zij onder meer hoofd Duurzaamheid, Energie & Milieu van de gemeente Tilburg.

**Sjoerd ter Borg** studeerde politicologie aan de Universiteit van Amsterdam en had samen met Anne Janssens een creatief projectbureau voor slimme klussen: CiP Kollektief. Vervolgens maakte hij onderdeel uit van Vacant NL aan het Sandberg instituut en deed hij ontwerpend onderzoek naar het tijdelijk gebruik van leegstaande gebouwen. Dit leidde tot het plan *Uitgeverij van de leegstand*. Recent maakte hij met Matthijs Voordenberg een documentaire over de toekomst van het studentenactivisme. Tijdens zijn studie politicologie sprak hij veelvuldig over 'wicked problems'. Ter Borg vindt dat juist ontwerpers zich met deze maatschappelijke problemen moeten bezig houden, omdat beleidsnotities altijd vanuit eenzelfde benadering worden geschreven.

**Tabo Goudswaard** is social designer. Hij studeerde in 2009 af aan de Gerrit Rietveld Academie in Amsterdam, afdeling Fine Arts (DOGtime). Hij ontwikkelt artistieke strategieën voor (vastgelopen) maatschappelijke vraagstukken. Momenteel is hij structureel verbonden aan Geen Kunst, een adviesdienst van organisatiebureau Twynstra Gudde waarbij kunstenaars en adviseurs samenwerken voor een zo groot mogelijke impact op maatschappelijke vraagstukken. Goudswaard is initiator van het publieke onderzoeksproject SocialDesignForWickedProblems. In het kader van dit onderzoek werken wij aan het maatschappelijk vraagstuk 'financiële bewusteloosheid' dat is ingediend door ING Insurance/Nationale Nederlanden.

Zij zullen dadelijk in korte 10 minuten-presentaties laten hoe zij elk op eigen wijze tolk en gids zijn tussen de wereld van de kunst en de wereld waarin zij zelf opereren. En later gaan we met elkaar in gesprek over hun visie op de samenwerking met kunstenaars rondom maatschappelijke thema's. Waarin zit de meerwaarde? Kun je het methodisch duiden of zijn methodes juist helemaal uit den boze? Welke rol zien ze voor zichzelf als intermediair tussen kunstenaar en opdrachtgever? Zien zij al het begin van een 'tussentaal' ontstaan? Hoe overtuig je opdrachtgevers van het belang van het werken met kunstenaars rondom maatschappelijke vraagstukken? Enzovoort.

Ik wil ook graag **Peter Hop** noemen. Hij kon vandaag helaas niet aanwezig zijn bij deze bijeenkomst, maar hij is voor ons ook een belangrijke sleutelfiguur. Peter houdt zich al jaren bezig met vraagstukken op het gebied van 'zorgvernieuwing'. Afgestemd op, en gedreven door maatschappelijke ontwikkelingen, probeert hij organisaties steeds weer mee te nemen in een vernieuwend denken over de organisatie van zorg- en welzijnsvoorzieningen. Naast de aandacht voor productie- en controle-afdelingen, zouden organisaties volgens Hop ruimte moeten bieden aan kunstenaars en omgevingsanalisten om verbonden te blijven met de bewegingen in de omgeving.

## Het onderzoek

Waar gaat jullie onderzoek precies over? Met die vraag werden we al in de eerste week van ons verblijf op de Rietveld Academie en het Sandberg Instituut geconfronteerd. Het glazen huis dat als werkruimte werd toegewezen maakte de vraag nog dwingender. We konden ons nergens achter verschuilen.

Het is helemaal geen ongewone vraag als je 'artistic research' doet om naar het onderwerp van het onderzoek te vragen. Toch greep het woord 'precies' ons naar de keel. En dat zou het blijven doen. In de worsteling om die vraag te beantwoorden tekende zich een belangrijk onderscheid af ten opzichte van fundamenteel wetenschappelijk onderzoek. Ons onderzoek was verre van systematisch. Het had eerder een essayistisch karakter.

'De essayist legt graag dwarsverbanden die binnen een gespecialiseerd wetenschapsvak in de regel uit den boze zijn,' aldus de definitie van het essay op Wikipedia.

Als tegenhanger van het adagium 'meten is weten' zijn kunstenaars altijd dwarse dwarsverbinders geweest. Daarin onderscheidt artistic research zich nadrukkelijk van het onderzoek dat op een universiteit wordt gedaan. Daarin schuilt de meerwaarde.

Er liep wel degelijk een rode draad door ons onderzoek. De onderzochte materie begint steeds meer op zijn plek te vallen in actuele projecten. Terugkijkend kunnen we de weg die we hebben bewandeld als volgt beschrijven:

Uit onvrede met het traditionele expositiemodel zochten we in de jaren negentig de openbare ruimte op als ons werkterrein. De schaal waarop we werkten wisselde sterk. In onze documentaire 'De uitbreiding van polder Mastenbroek' rukte een polder op naar de stad en liep de aftiteling door in de werkelijkheid, met als resultaat dat boeren die zich normaal tegen stadsuitbreiding weerden ineens een positieve offensieve houding ontwikkelden. De omgekeerde wereld bleek levensvatbaar.

Een hoop naar zee geurend bouwzand bij de entree van de nieuwe wijk Houten Zuid transformeerde in een fragment van een duinlandschap in het project 'Saudade'. We lieten 84 schrijvers aan de oevers van de vaarweg Lemmer-Delfzijl in één dag de 'Biografie van de vaarweg'

schrijven en gaven een Japanse geisha opdracht aan de bewoners van een verzorgingstehuis in Utrecht Overvecht te verschijnen in een glazenwassergondel.

Omdat heel veel opdrachtgevers geen idee hadden waar het met kunst in de openbare ruimte naartoe moest was er heel ruimte voor experiment. Maar eigenlijk maakten we helemaal geen kunst in de openbare ruimte. Achteraf beschouwd was het 'Social Design' avant la lettre. Al is Social design ook niet echt het juiste predikaat. Ik kom daar later op terug.

We onderzochten als relatieve 'buitenstaanders' samenlevingsverbanden, van school tot verzorgingstehuis, van nieuwbouwwijk tot polder. We gingen op zoek naar de angel van een plek. We deden een interventie, tijdelijk of permanent. Door die interventie gingen bewoners of gebruikers anders kijken naar zichzelf, naar hun leefomgeving, of naar de problematiek waarmee ze te kampen hadden. Het leidde soms tot ander gedrag, tot verandering. Vaak gebeurde er ook dingen die we niet voorzien hadden.

Al onze projecten overstegen de plek waar ze werden uitgevoerd en raakte daardoor aan grotere maatschappelijke vraagstukken. We boden geen oplossing, maar speelden een spel met de werkelijkheid met onverwachte uitkomsten. Ghandi heeft dat spel mooi verwoord met zijn uitspraak "Be the change you wish to see in the world."

De aanleidingen voor kunstopdrachten in de openbare ruimte waren vaak banaal, omdat ze gewoonweg gerelateerd waren aan de plekken waar geld voor kunst kon worden gegenereerd: uitbreidingswijken, renovatieprojecten, nieuwbouw, overheidsgebouwen, infrastructurele projecten. Die "banale" aanleidingen wisten we om te buigen naar plannen met een angel en een innerlijke noodzaak.

Toen de vraag zich steeds vaker begon te herhalen en de overheid nieuwe kunstenaarstactieken in de openbare ruimte naar beleid ging vertalen, begon het werken in deze context steeds meer te wringen. Sommige opdrachtgevers of politici gingen kunstprojecten in de openbare ruimte beschouwen als smeermiddel om "de kloof met de burger" te dichten. De ruimte om te experimenteren verdween. Community art werd een toverwoord. We herkende ons helemaal niet in dat genre, omdat het vooral de bedoeling leek de identiteit van bewoners te bevestigen in plaats van te bevragen.

We waren de kunst in de openbare ruimte ingevlucht om te ontsnappen aan het artificiële tentoonstellingscircuit. Nu bleek dat ook 'kunst in de openbare ruimte' niet de juiste context om projecten te realiseren.

En misschien was het dat eigenlijk nooit geweest.

Dat was een behoorlijk verontrustende gedachte in een vroeg stadium van ons onderzoek. We hebben ons geafficheerd als kunstenaars die werkzaam zijn in de openbare ruimte, maar feitelijk waren we dat niet. In ons onderzoek kwamen we er achter dat wij iets misten in de constructie met kunstcommissies en intermediairs die als kunsthistoricus zijn opgeleid. Het framework waarbinnen onze projecten werden beschouwd klopte niet. Daardoor werden onze projecten soms als kunst

'kalltgesteld'. Toen onze film *De Uitbreiding van polder Mastenbroek* gevolgen kreeg in de realiteit en dus werkelijk impact had op een maatschappelijk vraagstuk riep de provincie Overijssel van schrik dat het bovenal een kunstproject was.

Als we geen kunstenaars in de openbare ruimte zijn. Wat zijn we dan wel? Wat is dan wel de juiste context? En wie zijn dan wel goede tussenpersonen?

Aanvankelijk dachten we dat we iets aan onze werkwijze zouden moeten veranderen om de impact van onze projecten te vergroten.

Ontwikkelen we ons tot een 'communicatiebureau' dat met ongebruikelijke middelen maatschappelijke vraagstukken agendeert op het snijvlak van kunst en toegepaste kunst? vroegen we ons af. Zo ja, wat kunnen we dan leren van organisaties buiten de kunsten die zich hiermee bezig houden? En wat kunnen zij van ons leren? Kunnen kunstenaars een niche veroveren waar organisatieadviesbureaus en pr- en marketingbureaus een gat laten vallen? Heeft de kunst het nakijken, omdat commerciële en politieke actoren steeds meer greep krijgen op de wereld en de publieke opinie door hun kennis van gedragspsychologie en de inzet van sociale media? Gedragsgestuurd adverteren en gepersonaliseerde reclame dienen van replek te worden gediend. We kunnen hun strategieën adopteren en als een boemerang terugwerpen. We kunnen dezelfde gedragspsychologische inzichten gebruiken voor ideële doelen, in kunstprojecten met een maatschappelijke impact, dachten we in deze fase van het onderzoek.

Soms is de scheidslijn tussen geëngageerde kunst en ideële reclame erg dun. We keken naar de strategieën en beeldtaal van ideële reclame, de wijze waarop bedrijven en multinationals hun maatschappelijke rol vormgeven, en vergeleken die met strategieën van kunstenaars, documentairemakers en politici zoals Antanas Mockus, de voormalige burgemeester van Bogotá die verkeersagenten liet vervangen door mimespelers omdat hij ontdekte dat Colombianen het erger vonden om 'voor schut werden gezet' dan beboet. Een absurde gedragsverandering strategie met ongelofelijke resultaten. Een politicus als social designer.

Het grensgebied tussen kunst, communicatie en ideële reclame onderzocht ik verder in het project *Fora & Fauna* dat ik ontwikkelde voor de tentoonstellingsmanifestatie *Ja Natuurlijk* in en rond het GEM/Fotomuseum Den Haag. Ik organiseerde een schrijversstafette op Facebook en Twitter waarbij 16 schrijvers vanuit een verschillende achtergrond (filosofie, biologie, literatuur) in de huid kropen van een plant, dier of ding om vanuit dat perspectief de actualiteit te bevragen en de discussie over de relatie tussen cultuur en natuur op scherp te zetten.

Ik werkte intensief samen met Lieke Timmermans die de communicatie voor *Ja Natuurlijk* verzorgde en Martine Willekens die voor de pr verantwoordelijk was. We educated one another. Sociale media worden bij kunstmanifestaties vaak louter ingezet als promotiekanalen. Ik wilde de sociale media gebruiken als discussieplatform, zodat de essentie en thematiek van de

kunstmanifestatie Ja Natuurlijk werd bevestigd. Indirect was deze discussie 'promotie' voor de tentoonstelling.

Fora & Fauna startte met Esther Gerritsen in de glansrol van Tweeblaarkanniedood, een plant die 2.000 oud kan worden. Het leverde levendige discussies met volgers op over sterfelijkheid en de verhouding tussen plant en mens.

Filosofo Ann Meskens discussieerde 'als stofzuiger' met haar volgers over de verhouding tussen mens en ding. Waarom 'aaien' we onze smartphones en tablets wel en onze stofzuigers niet?

Maria Barnas moest als huiszwam meteen vol in de verdediging, omdat een volger die zelf last had gehad van huiszwammen het onbegrijpelijk vond dat Maria de esthetiek van deze overlast bezorgende soort in poëtische tweets beschreef.

De offline presentatie van Fora & Fauna in het GEM bestond uit 16 analoge door fietskettingen aangedreven 'tablets' met een selectie uit de tweets en Facebookberichten.

Binnen onze Rietveld Research Residency keken we ook naar het werkveld van veranderkundigen en organisatieadviseurs. We begonnen managementliteratuur en boeken van gedragseconomen en gedragspsychologen te lezen. We ontdekten dat gedragspsychologen soms absurde onderzoeken uitvoeren die heel dicht in de buurt komen van interventies van kunstenaars in maatschappelijke vraagstukken. Het managementboek *Manipuleren kun je leren, controle over anderen en jezelf* uit 2008 zul je niet snel terug vinden in de bibliotheek van een kunstacademie. Toch speelt deze literatuur en de inzichten die eruit voortvloeien wel een belangrijke rol in de (corporate) wereld. Om een tussentaal te kunnen ontwikkelen moesten we eerst deze taal leren begrijpen.

We trokken een groot deel van het jaar op met Anita van de Looij die verandkunde studeerde. Via haar zijn we in een wereld terecht gekomen van verandermanagers en gedragspsychologen zoals Martin Appelo die zeer sceptisch is over gedragsverandering en er zelfs een formule voor heeft ontwikkeld. Via Anita ontmoetten we ook Mieke Moor. Op onze beurt namen we Anita mee naar kunstenaars.

In het contact met Anita groeide steeds meer het idee dat we elkaar aan het opleiden waren, en dat er een grote meerwaarde school in deze samenwerking. Door een tussentaal te ontwikkelen leerden we elkaars expertise beter te begrijpen. Wij werden geen veranderkundigen. Anita werd geen kunstenaar. Maar het werd steeds duidelijker dat de optelsom van onze expertise de impact van kunst op maatschappelijk vraagstukken groter maakte. Zo kon het veel dieper ingrijpen in de materie.

We ontwikkelden het concept voor *De Nachtdienst* waarin we het onderbewustzijn van organisaties en bedrijven onderzoeken. Het idee is dat we de nacht doorbrengen bij een bedrijf of organisatie zonder dat we de werknemers ooit zullen ontmoeten. Als iedereen naar huis is bezetten wij lege bureaustoelen, loggen in op het intranet en speuren naar dromen die overdag niet worden waargemaakt. We plegen kleine interventies op de werkvloer als de werknemers slapen en doen verslag van onze speurtocht door middel van een 'schaduwboekhouding'. Als tegenhanger van de

dag is de nacht een uitstekend tijdstip om te reflecteren op organisatievraagstukken en existentiële vragen op de werkvloer. Wat is de betekenis van werk? Waarom doen we wat we doen? En hoe verhouden we ons tot elkaar? Kunst kan een katalysator zijn voor wat onuitgesproken blijft. Wij hechten aan een goede 'nazorg'. Dit doen wij niet zelf, zodat onze nachtelijke aanwezigheid als een mythe kan voortleven in de organisatie. Anita van de Looij zorgt ervoor dat de reacties op onze nachtelijke interventies worden gekanaliseerd, dat het beklijft en dat het effect van de interventie kan verduurzamen in een organisatie.

Dat misten we vaak bij projecten die we in de context van kunst in de openbare ruimte realiseerden. Die eindigen abrupt. Het kunstproject was opgeleverd en dan was het klaar. Het budget was op. Terwijl het dan pas begint! Er werd geen vertaalslag gemaakt. Hiermee willen we niet zeggen dat we ineens heel doelgericht en methodisch te werk zouden moeten gaan. Integendeel. Het blijft onze taak om te ontregelen. Maar met de kennis en kunde van andere intermediairs kunnen we door trial en error veel verder komen dan nu het geval is. Wij nemen er geen genoegen mee als ons werk als kunst wordt 'kaltgesteld' en iedereen weer vrolijk overgaat tot de orde van de dag na een interventie.

In het project 'SocialDesignForWickedProblems' worden we als sociale designers geafficheerd. Tabo Goudswaard is een van de initiators van dat project.

Zijn we nu ineens social designers i.p.v. kunstenaars in de openbare ruimte?

We zijn in dit onderzoek gekoppeld aan Nationale Nederlanden. Voordat ik iets meer vertel over de methodiek die SocialDesignForWickedProblems propageert wil ik iets vertellen over onze samenwerking met NN.

Financieel bewustzijn staat hoog op de agenda van Nationale Nederlanden. Het begrip duikt op in vele beleidsstukken. Maar wat betekent het? Welke rol kan NN spelen m.b.t. tot het maatschappelijk probleem van financiële bewusteloosheid? En hoe financieel bewust zijn de 6.000 medewerkers van NN eigenlijk? Hoe maak je van het begrip een concreter *conversation piece* en hoe betrek je medewerkers van NN daar in een vroeg stadium bij, zodat het meer doorvoeld wordt in de organisatie? Wij hebben een aantal voorstellen ontwikkeld waarin we het begrip tastbaar maken. Die voorstellen beslaan een breed spectrum, van concreet en praktisch, filosofisch of absurd, tot futuristisch.

Wij concluderen onder meer dat Financieel bewustzijn te vaak en te veel gaat over geld en financiële kennis en niet over de drijfveren en de levensbehoeften van mensen. De financiële dienstensector lijdt aan financieel autisme. Een andere *mindset* kan tot een totaal andere omgang met geld en goederen leiden.

Stel, je bent financieel bewust, je hebt alles tot en met je pensioen goed geregeld, maar op je oude dag is je netwerk uitgedund. Je bent eenzaam en wordt zelfs depressief (depressiviteit komt in toenemende mate voor onder ouderen). Wat heb je dan aan je geld? Toegegeven, als je je financiën niet op orde hebt is de situatie nog slechter, maar kun je gezelschap inkopen? Kun je verzekeren tegen eenzaamheid? Wat is doorslaggevend voor ons welbevinden?

Ofschoon financiële educatie beslist noodzakelijk is, willen wij bijdragen aan de discussie over financieel bewustzijn door het een keer niet over geld te hebben. Daartoe willen we alle 6.000 medewerkers van NN benaderen met 2 vragen:

*Wie of wat zou je willen verzekeren waar (nog) geen verzekering voor bestaat?*

*Wat zou je zelf kunnen doen om je hiervan te verzekeren?*

Op deze manier willen wij boven tafel krijgen wat medewerkers werkelijk belangrijk vinden in hun leven, wat hun drijfveren zijn. Het laat je op zeer fundamentele wijze nadenken over wat verzekeringen zijn. Het legt onzekerheden bloot. Maar ook eigen verantwoordelijkheden. Je spreekt het zelflerend vermogen van de organisatie aan. Het brengt de menselijke maat terug in het mega-bedrijf dat NN is. En het kan leiden tot hele andere verzekeringproducten in natura.

Verzekeraars vragen ons na te denken over ons pensioen, maar hoe visionair zijn verzekeraars? Kunnen zij wel 30 of 40 jaar vooruit kijken? Hoever strekt hun inlevingsvermogen? Bankiers en verzekeraars kijken juist heel kort vooruit, omdat het hele beloningssysteem en beleid gericht is op scoren op de korte termijn.

Ondertussen dendert de techniek voort. Onder de huid ingebrachte microchips of een sensor die op een tand wordt getatoeëerd waarschuwen bij nood een arts. De eerste cyborg ter wereld is een feit: samen met wetenschappers ontwikkelde Neil Harbisson de eyeborg, een camera die kleur omzet in geluid en via een botconductie naar zijn gehoor brengt. De Fin Jerry Jalava die na een motorongeluk een halve vinger verloor liet een prothese maken met USB drive. Het blog Next Nature publiceert dagelijks berichten over futuristische uitvindingen. Als dit allemaal kan, wat heeft dat dan voor gevolgen voor ons financieel bewustzijn? Zouden jongeren wel worden geprikkeld om over om over hun financiële toekomst na te denken als dat in een sexy future tech omgeving gebeurt?

Wat betekent het voor ons financieel bewustzijn als we versmelten met computers? Stel dat we echt financieel bewust zouden kunnen worden door een lichamelijke reactie. Stel dat je kippenvel zou krijgen bij overconsumptie of letterlijk in het rood zou kunnen staan...

Het voert te ver om dit hele traject te schetsen. Als jullie meer over dit onderzoek willen weten dan nodig ik jullie van harte uit om op 3 december naar Pakhuis de Zwijger in Amsterdam te komen waar de tussentijdse onderzoekspresentaties plaats vinden.

Nogmaals: zijn we nu ineens social designers i.p.v. kunstenaars in de openbare ruimte?

Het publieke onderzoek SocialDesignForWickedProblems wil social design als methode herkenbaar en hanteerbaar maken, een stevigere methodologische basis geven aan de praktijk van social design en de aansluiting bevorderen tussen de waardesystemen van kunstenaars en maatschappelijke partijen als overheden, bedrijven en andere organisaties. Alhoewel we het er van



harte mee eens zijn dat social design meer zichtbaarheid en weerklank verdient, vragen we ons af of een methodologische basis de beste manier is.

Telkens wordt onze expertise anders geformuleerd: Kunstenaars kunnen heel goed out of the box denken. Kunstenaars zijn omdenkers. Kunstenaars reframen maatschappelijke vraagstukken en scheppen nieuwe handelingsperspectieven. Met die laatste omschrijving die uit de koker van SocialDesignForWickedProblem komt kunnen we misschien nog het beste uit de voeten. Maar toch, het blijft een methodische duiding die nooit volledig recht doet aan onze ontregelpraktijk. En is die methodologie werkelijk nodig om deze kunstpraktijk beter te verkopen?

Uiteindelijk vonden we tijdens onze Rietveld Research Residency belangrijke antwoorden bij twee schrijvers. In de boeken van Jaap Boonstra en Mieke Moor werd bevestigd dat onze anti-methodologische 'strategie' weleens heel productief zou kunnen zijn.

Meer dan 70% van veranderingen in organisaties verzanden of bereiken niet het beoogde resultaat, zegt Jaap Boonstra, professor 'Organizational Change and Learning' aan de Universiteit van Amsterdam. Planmatige verandering voldoet niet in een dynamische omgeving vol dubbelzinnige vraagstukken. Hij introduceert een nieuwe veranderkundige aanpak gebaseerd op chaos theorie. Organisaties bevinden zich op de grens van stabiliteit en instabiliteit. Instabiele situaties leiden tot creativiteit. Organiseren, vernieuwen en leren zijn dynamische processen waarin mensen interacteren en communiceren. Dit type verandering heeft geen heldere doelen. Het is een open procedure. Het is geplande verandering voorbij. Het is als lopen over water.

Dit klonk voor ons als een definitie van kunst en het stimuleerde ons in de gedachte dat kunst een belangrijke rol kan spelen in deze processen Als 70 % van veranderprogramma's mislukt, art can fail better!

In haar boek 'Tussen de regels'. Een esthetische beschouwing over geweld van organisatie' schrijft Mieke Moor: 'De sterke behoefte aan controle maakt het moeilijk om open te staan voor waar we, ergens verborgen in die controle, juist ook zo naarstig naar op zoek zijn, zoals 'echte kwaliteit' en een 'goed gesprek'. Waarschijnlijk voelen velen ook wel dat je die dingen niet kunt regelen, en dat veel van de echt betekenisvolle dingen in ons bestaan vaak tussen de regels gebeuren.

Doordat kunst ontregelt herinnert het ons aan onzekerheden, aan dat waar we geen vat op hebben, aldus Moor. Kunst doet meer recht aan de grilligheid van het leven. In haar definitie is kunst dus niet het zoveelste gedragsveranderingstrucje binnen een organisatie, maar raakt het aan iets wezenlijks dat zich niet laat vertalen in methodes en formules. Wij zijn dus niet de nieuwste verandergoeroe's. De tijd is rijp voor kunst, omdat kunst het leven niet heeft verloochend. Door de voortdurende crisis is de lijdensdruk zo hoog dat steeds meer mensen daar voor open lijken te staan.

Met Peter Hop die ooit als verpleger begon, verpleeghuisdirecteur was, en nu als adviseur op het gebied van 'zorgvernieuwing' actief is, hebben we de ideale intermediair gevonden. We starten met

Peter een nieuw project bij ORO, een organisatie die zorg biedt aan mensen een met een verstandelijke beperking. De context van de opdracht is een instellingsterrein in transitie waar de maatschappij steeds meer verweven raakt met de wereld van de verstandelijk beperkten, waarbij je je natuurlijk meteen kunt afvragen wie er werkelijk verstandelijk beperkt is? Menig gedragspsycholoog heeft gewezen op ons feilbare denken. We denken dat we rationele wezens zijn, maar we doen maar wat.

Wat maakt deze opdracht zo anders als andere? Het is geen kunstopdracht. En er is geen kunstcommissie. We hebben niet met een afgebakend kunstbudget te maken, maar met een reële prijs voor wat we leveren. We zitten onmiddellijk aan tafel met alle betrokkenen bij de transitie van het terrein. We dringen dieper door in de organisatie en in de materie. De inzet is onmiddellijk hoger. Dat heeft alles te maken met de expertise van Peter die deze wereld door en door kent. Tegelijkertijd ziet hij de onregelende waarde van kunst. Peter heeft een broertje dood aan instellingen die vernieuwing bij een buurman zien en dat uit creatieve armoede gaan kopiëren. Iemand met gedragspsychologische of veranderkundige kennis kan waarde toevoegen aan kunstprojecten, maar als het nog een stap verder gaat, en er echt op de inhoud wordt ingestoken, denken wij dat er een nieuwe stap gezet kan worden. Daar waar kunst in de openbare ruimte eindigde kunnen nieuwe terreinen worden ontgonnen.

Kortom: wij denken dat deze vorm van cocreatie een geweldige nieuwe toekomst biedt aan kunstenaars en ontwerpers die zich tot maatschappelijke vraagstukken willen verhouden. Daarom hebben wij ook Sjoerd uitgenodigd. Omdat we denken dat een politicoloog die zich schoolt in de kunsten de weg is die we met elkaar op moeten gaan. We have to educate one another als we de huidige maatschappelijke en economische problemen het hoofd willen bieden.

*© Sjaak Langenberg, 2012 Alle rechten voorbehouden. Deze tekst wordt uitsluitend aangeboden voor persoonlijk gebruik. Niets uit deze publicatie mag worden veeveelvoudigd of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.*