Kunst als bevorderaar van liefde

De maand september stond in Amsterdam in het teken van 'Liefde in de stad', het instituut dat sinds 2003 de liefdevolle omgang tussen de bewoners van de hoofdstad promoot. Kunstenaars worden bij deze campagne ingeschakeld. Deze zomer werden een mozaïek, een tot burenwinkel omgetoverde SRV-wagen, een minisymposium en een tentoonstelling bij W139 ingezet om de omgangsvormen te onderzoeken en manipuleren.

Door Sya van 't Vlie

Martijn Engelbregt, *Burenwinkel*

Oud-West thuis best

Kunstenaar en kickbokser Arno Coenen plaatste bij zijn vechtsportschool Uchi-Komi in het stadsdeel Oud-West een bijzonder mozaïek. In het mozaïek wilde hij de woorden 'vastberaden, heldhaftig, barmhartig' die koningin Wilhelmina in 1946 aan het wapen van Amsterdam liet toevoegen om het verzet te eren, in een eigentijdse context plaatsen. Sporten als kickboksen gaan er niet over 'elkaar eens flink in elkaar te rammen'. Op een vechtsportschool heerst discipline; de sporters hebben zich aan strenge regels te houden en moeten elkaar met respect bejegenen, ook in de hitte van de strijd. Verder meent Coenen dat Uchi-Komi een plek is waar goed geïntegreerd wordt, waar liefde in de stad dus werkt. Dat draagt zijn mozaïek uit, maar niet kritiekloos. Coenen combineert details uit het wapen van Amsterdam met twee glossy kickboksers in 'kom-maar-op poses', die zoals de tekst boven hun hoofden laat weten 'here 2 stay'. Links en rechts gaan ze vergezeld van groepjes allochtone en autochtone vechtsporters, waaronder twee vrouwen. In de omlijsting van Marokkaanse tegels is in de hoeken de titel *Oud-West thuis best* verwerkt. Maar er is meer aan de hand. In het midden scheidt een portret van Willem van Oranje de twee groepen. De oplettende kijker ziet dat hij de ambtsketen van de burgemeester draagt. Onder dit tafereel staat in een witte band de uitspraak: 'maar het zijn wel onze kutmarokkanen!', met een zwart balkje over de eerste lettergreep van het laatste woord. Een verwijzing naar de uitlating van Rob Oudkerk die niet bepaald is aan te merken als het toppunt van liefdevolle omgangsvormen, en de reactie daarop van burgemeester Job Cohen. In het midden had Coenen dan ook de burgemeester willen plaatsen, vandaar die ambtsketen. Maar dat vond de stad niet zo kies, dus verving Coenen het hoofd van de burgervader door dat van de Vader des Vaderlands. Kortom, *Oud-West thuis best* is een bizarre collage vol verwijzingen die de boodschap van 'Liefde in de stad' met verve uitdraagt.

De Burenwinkel

Kunstenaar Martijn Engelbregt legde vooral de nadruk op de verspreiding van de liefde, door met zijn mobiele *Burenwinkel* alle buurten van de stad aan te doen. Samen met studenten van het Sandberg Instituut, de postdoctorale opleiding van de Rietveld Academie, bouwde Engelbregt een oude SRV-wagen om tot *Burenwinkel*. Van 15 tot en met 30 september reed deze mobiele winkel net als zijn voorganger rond, niet met kruideniers-, melk- en groenteproducten, maar met cadeautjes voor de buren. Want hoewel we via internet en de satellietschotel contact met de hele wereld onderhouden, kennen we vaak onze buurman niet. Volgens Engelbregt begint een liefdevolle leefomgeving bij een goed contact met de buren. De producten laten zien dat relaties tussen buren vaak stroef maar soms ook prettig verlopen. Zo zijn er slippers met zolen van fietsbinnenbanden die je kunt oppompen, om cadeau te doen aan je bovenbuurman die altijd zo luidruchtig de trap oploopt. Met de stoffen honkbalknuppel kun je elkaar een dreun verkopen zonder dat één van de twee in het ziekenhuis belandt. Mooi meegenomen is de gieter met lange tuit waarmee je de planten op het balkon van de benedenburen ook kunt begieten. Aardig is dat de cadeaus zijn bedacht, niet door de kunstenaars maar door mensen die gehoor gaven aan de oproep om een voorstel te doen. Afgaand op het assortiment was er kennelijk meer behoefte aan cadeaus die de buren op ludieke wijze attenderen op een dergelijk gedrag. Uiteraard fungeerde de Burenwinkel ook als plek om je buren te ontmoeten. Daar waar hij verscheen klonk een vrolijk lied dat iedereen naar buiten lokte. Zo kon je kennis maken met niet alleen je naaste buren maar met de hele straat. De *Burenwinkel* is een geslaagd voorbeeld van kunst als sociaal bindmiddel: het publiek kon meedoen in het bedenken van de producten, de producten waren bedoeld om cadeau te geven, en de winkel was ontmoetingsplek. Als totaalproject zette het aan tot nadenken over de omgang met buurtbewoners. De kracht van de *Burenwinkel* was de vermanende toon van de cadeaus, vergelijkbaar met die van een goed Sinterklaasgedicht.

Arno Coenen, *Oud-West thuis best*