

**martha
rosler**

**Culture Class:
Art, Creativity,
Urbanism**

HERMES LECTURE

Hermes Business Network & the Research Group of Visual Art,
AKV | St. Joost, Avans University

2010

A solid orange vertical bar runs along the left edge of the slide.

**Culture Class:
Art, Creativity,
Urbanism**

**martha
rosler**

**Culture Class:
Art, Creativity,
Urbanism**

HERMES LECTURE

2010

Contents

Hans Brens
Camiel van Winkel

7 Introduction

Martha Rosler

10 Culture Class:
Art, Creativity,
Urbanism

44 Bibliography

49 Nederlandse vertaling

Introduction

Hans Brens
Camiel van Winkel

With this third Hermes Lecture within a span of five years, we can safely say that a tradition has been established. On 14 November 2010, Martha Rosler will act as the third speaker in this series of artists' lectures, following in the footsteps of Jeff Wall (2006) and Liam Gillick (2008). This biennial series is the fruit of a collaboration between AKV | St. Joost and Hermes business network. As before, the location for the lecture is the grand Boisle-Duc auditorium in the Province Hall in Den Bosch, kindly made available by the government of the Province of Noord-Brabant.

Martha Rosler (Brooklyn, NY) is a renowned artist who, since the early 1970s, has created a rich oeuvre, consisting of video-works, photo/textmontages, performances and projects on location. She is also the author of lucid and critical essays on the social and political context of art and the art world. Together with Allan Sekula, Mary Kelly and others, Rosler is part of a generation of artists who have combined the language of conceptual art with a social and political agenda. Using a critical and feminist version of semiotics, she has brought the neutrality of language and visual representation into question. Her photomontages comment on the way mass media tend to cloak wars and other geopolitical events in aspects of lifestyle, domesticity, sexuality, and modern comfort.

We have asked Martha Rosler to reflect on the social and political position of the artist in the context of Richard Florida's

notion of the “creative class.” In his successful book *The Rise of the Creative Class* (2002), Florida posited the substantial importance of the creative sector for the economical and spatial development of a city or metropolitan region. A high concentration of professionals with a creative occupation (such as designers, copywriters, musicians, artists, and filmmakers) would create positive conditions for corporate investment and settlement. As the “high bohemians” of the creative class often take the initiative in redeveloping old harbour and industrial areas, they give a major impulse to the process of urban renewal and regeneration. According to Florida the entire economy of a city or urban region would benefit from their activities. Based on this social and economic dynamics local governments should use every possible means to make creative professionals settle in their region. Richard Florida has developed policy instruments—such as a “gay index” and a “diversity index”—that can help cities map and compare the potential of their respective creative classes.

In recent years Florida’s ideas have been embraced and adopted by local politicians and city governments, both in North-America and Europe. Is this simply good news for artists? How will it affect the arts when the presence of artists in a city or urban region is primarily seen as a catalyst for economic growth? To what extent is the design-based model of the creative industry one in which the autonomous visual artist can flourish unproblematically? Does the triumph of the creative class stand for the long-awaited social emancipation of artists, or on the contrary for their instrumentalisation and functional subordination?

This publication contains the extended version of the text that Martha Rosler will present on 14 November.

On behalf of the Hermes Lecture Foundation we wish to thank all those individuals and organisations who have helped make this lecture possible or have in any way contributed to its success: Martha Rosler, Jennifer Allen and Bas Heijne (speaker, respondent and moderator); the members and the board of Hermes; the Recommending Committee of the Hermes Lecture; the management, staff and students at AKV | St. Joost; Stedelijk Museum ‘s-Hertogenbosch; and the Province of Noord-Brabant.

Culture Class: Art, Creativity, Urbanism

Martha Rosler

When Abstract Expressionists explored the terrain of the canvas and Pollock put his unstretched canvases on the floor, creating something of a disorientation map, few observers and even fewer painters would have acknowledged a relationship between their concerns and real estate, let alone transnational capital flows.

Space, as observers have noted, has displaced time as the operative dimension in the workings of advanced, globalizing (and post-industrial?) capitalism. Time itself, under this economic regime, has been differentiated, spatialized, and divided into increasingly smaller units. In one way or another, even in virtual regimes, space entails visuality. The connection between Renaissance perspective and the enclosures of late medieval Europe, together with the new idea of terrain as a real-world space to be negotiated, supplying crossing points for commerce, was only belatedly apparent. Similarly the rise of photography has been traced to such phenomena as the encoding of earthly space in the interest of ground rent. For a long time now, art and commerce have not only taken place side by side but have actively set the terms for one another, creating and securing worlds and space in turn.

My task here is to explore the positioning of what urban business evangelist Richard Florida has branded the “creative class” and its role, ascribed and anointed, in reshaping economies in cities, regions, and societies. In pursuit of that aim, I will be spen-

ding what may seem an inordinate amount of time on theories—sometimes conflicting ones—of the urban and of forms of subjectivity. In reviewing the history of postwar urban transformations, I consider art-world culture on the one hand and, on the other, the ways in which the shape of experience and identity under the regime of the urban render chimerical the search for certain desirable attributes in the spaces we visit or inhabit. Considering the hypothesis of Richard Florida and others requires us first to tease apart and then rejoin the urbanist and the cultural strains of this argument. I would maintain, along with many observers, that in any understanding of postwar capitalism, the role of culture has become pivotal.

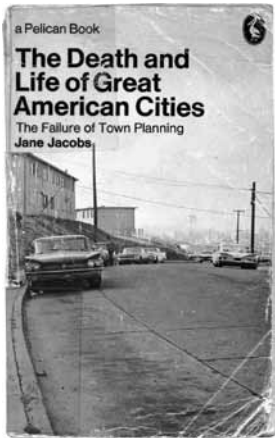
I open the discussion with the French philosopher, theorist of the urban, and sometime Surrealist Henri Lefebvre, whose theorization of the spatialization of modern economies and of the creation and capitalization of types of space has been enormously productive. Lefebvre begins his book of 1970, *The Urban Revolution*, as follows:

I'll begin with the following hypothesis. Society has been completely urbanized. This hypothesis implies a definition. An urban society is a society that results from a process of complete urbanization. This urbanization is virtual today, but will become real in the future.

Lefebvre's book helped usher in a modern version of political geography, influencing Fredric Jameson, David Harvey and Manuel Castells, among other prominent writers and theorists of both culture and the urban. Harvey, in turn, is cited as an influence by Richard Florida. In his introduction to Lefebvre's book, geographer Neil Smith writes that his work “put the urban on the agenda as an explicit locus and target of political organizing.”

Rather than being trapped in empiricism or positivism, Lefebvre did not hesitate to describe the urban as a virtual state whose full instantiation in human societies still lay in the future. In Lefebvre's typology, the earliest cities were political, organized around the institutions of governance. The political city was eventually supplanted in the Middle Ages by the mercantile city, organized around the marketplace, and then by the industrial

city, which finally enters a critical zone on the way to the full absorption of the agrarian. Even in less-developed, agrarian societies that do not (yet) appear to be either industrialized or urban, agriculture is subject to the demands and constraints of industrialization. In other words, the urban paradigm has overtaken and subsumed all others, determining the social relations within them and the conduct of daily life. Indeed, the very concept of daily life is itself a product of industrialism and the urban.



Lefebvre's emphasis on the city contradicted the orderliness of Swiss modernist Le Corbusier, whom he charged with having failed to recognize that the street is the site of a living disorder—a place, in his words, to play and learn. It is a site of “the informative function, the symbolic function, the ludic function.” Lefebvre cites the observations of the foundational urban observer Jane Jacobs that the street itself, with its bustle and life, is the only security against violence and criminality. Finally, Lefebvre notes—reflecting, no doubt,

on the events and discourses of May '68 in France—that revolution takes place in the street, creating a new order out of disorder, though this point would not find favor with everyone.

The complexity of city life often appears, from a governmental standpoint, as a troublesome Gordian knot to be solved or sliced through. A central task of modernity has been the amelioration and pacification of the cities of the industrializing metropolitan core. The need was already apparent by the mid-nineteenth century, when the prime examples were those at the epicenter of industrialism—London and Manchester. Control of these newly urbanizing populations also required raising them to subsistence level, which happened gradually, and with considerable strife, over successive decades.

In the advanced industrial economies, twentieth-century urban planning encompassed not only the engineering of new transportation modalities but also the creation of new neighborhoods with improved housing for the working classes and the

poor. For a few brief decades, the future seemed within the grasp of the modern. After the Second World War, bombed-out European cities provided something of a blank canvas, delighting those like the Rotterdam planner publicly exulting over the possibilities provided by the port city's near-total destruction. In many intact or near-intact cities in the U.S. and Western Europe, urban renewal and postwar reconstruction projects followed a similar plan: clear out the old and narrow, divide or replace the dilapidated neighborhoods with better roads and public transportation. While small industrial production continued as the economic backbone of many cities, many also invited the burgeoning corporate and financial services sectors to locate their headquarters there, sweetening their appeal by providing zoning adjustments and tax breaks. International Style commercial skyscrapers sprouted around the world as cities became concentrations, real and symbolic, of state and corporate administration.

The theoretical underpinning for a renovated cityscape came primarily from the earlier, utopian “millennial” and interwar designs of forward-looking, albeit totalizing, plans for remaking the built environment. It was not lost on the urban poor that so-called urban renewal projects targeted their neighborhoods and the cultural traditions that enlivened them. Cities were being remade for the benefit of the middle and upper classes. The destruction of the older neighborhoods, whatever the rationale—generally in the interest of commercial and other forces, especially by constructing roads to provide enhanced mobility for trucks and private cars—extirpated the haunts of those beyond the reach of law and bourgeois proclivities, adversely affecting the lives and culture of the poorer residents.

One may trace the grounding of the mid-century group the Situationist International in the recognition of the growing role of the visual—and its relationship to spatiality—in modern capitalism and thus in the complicity of art with systems of exploitation. The Situationists—the core French group were Lefebvre's sometime students (and, some might say, collaborators)—attacked, as Lefebvre had done, the radiant-city visions of Corbusier (and by implication other utopian modernists) for having designed a

carceral city in which the poor are locked up, thrust into a strangely narrow utopia of light and space but removed from a free social life in the streets.

Perhaps it is the primacy of the spatial register, with its emphasis on visuality, but also its turn to virtuality, to representation, that accounts for the return to prominence of architecture in the imaginary of the arts, to some degree displacing not only music but architecture's spectral double—the cinema—which has been melded into the more demotic forms of the moving image available everywhere on screens large and small. This change in the conduct of everyday life and the centrality of the city to this development were clear to see for the Situationists. Debord's concept of what he termed "the society of the spectacle" is larger than any particular instances of architecture or real estate, and certainly larger than questions of cinema or television. Debord meant by "the spectacle" the all-encompassing, controlling nature of modern industrial and "post-industrial" culture. Thus, Debord defines the spectacle not in terms of representation alone but also in terms of the social relations of capitalism and its ability to subsume all into representation: "The spectacle is not a collection of images; it is a relation between people, mediated by images." Elements of culture were in the forefront but the focus was quite properly on the dominant mode of production.

The Western art world has periodically rediscovered the Situationists, who presently occupy what a friend described as a quasi-religious position embodying the deepest wish of every aspiring artist/revolutionary: being in both the political and the artistic vanguard simultaneously. The present visibility of the Situationists—including Debord, Asger Jorn, Raoul Vaneigem, and Constant—predictably has occurred at the moment when the very idea of the artistic vanguard has disappeared. The cautionary lesson they pose centers on the question of how to combat the power of "spectacle culture" under advanced capitalism without following their decision to abandon the terrain of art, as Duchamp earlier had done. To address this question, context and history are required. Let us continue with the events of the 1960s, the Situationists' moment.

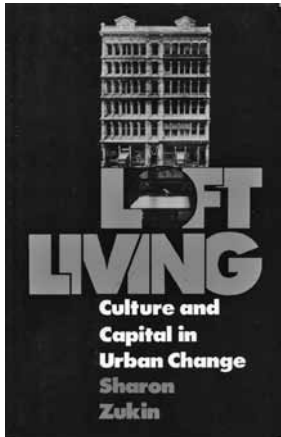
Throughout the 1960s, as former metropolitan empires schemed, struggled and strong-armed to secure alternative ways to maintain cheap access to productive resources and raw materials in the post-colonial world, the Western democracies were diagnosed by policy elites as ungovernable because of unrest among young people and the disenfranchised. In a number of cities, as middle-class adults, and some young "hippies," were leaving, groups of other young people, many of them students, and working class families engaged in urban homesteading or squatting. In cities that have not succeeded in turning themselves into centers of capital concentration in finance, insurance and real estate, as New York and London have done, the squatter movement has had a long tail; it still figures in many European cities. In the U.S., the urban homesteading movement—primarily accomplished through the individual purchase of distressed homes—quickly became recognized as a new, more benign way of colonizing neighborhoods and driving out the poor. Such new middle-class residents were often referred to by real-estate interests and newspapers as pioneers, as if the old neighborhoods could be understood on the model of the Wild West. These processes surely seemed organic to the individuals moving in. As threatened communities began to resist, however, the process quickly enough gained a name: gentrification.

Some of the colonizers were artists, writers, actors and poets. Many lived in old tenements, but artists did not so much want apartments as places to work and live, and the ideal spaces were old factories and manufacturing lofts. In New York, while poets, actors and writers were moving to such old working-class residential areas as the Lower East Side, many artists took up residence in nearby manufacturing-loft neighborhoods. Artists had been living in lofts from at least the 1950s, but the city, while winking at such residents, still considered it both temporary and illegal.

A canny observer of this process was New York City-based urban sociologist Sharon Zukin. In her book *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, published in 1982, Zukin writes about the role of artists in making "loft living" comprehensible, even desirable. She focuses on the transformation, beginning in the mid-1960s, of New York's cast-iron district into an "artist dis-

trict" eventually dubbed Soho. In this remarkable book Zukin lays out a theory of urban change in which artists and the entire arts sector—especially commercial galleries, artist-run spaces and museums—are a main engine for repurposing the post-industrial city and the renegotiation of real estate for the benefit of elites. She writes:

Looking at loft living in terms of *terrain* and *markets* rather than "lifestyle" links changes in the built environment with the collective appropriation of public goods. ... studying the formation of markets ... *directs attention to investors rather than consumers as the source of change.*



She demonstrates how this policy change was carried forward by city officials, art supporters, and well-placed art patrons serving on land-use commissions and occupying other seats of power.

The creation of constituencies for historic preservation and the arts carried over a fascination with old buildings and artists' studios into a collective appropriation of these spaces for modern residential and commercial use. In the grand scheme of things, loft living gave the *coup de grâce* to the old manufacturing base of cities like New York and brought on the final stage of their transformation into service-sector capitals.

Zukin quotes an artist looking back at the creation of Soho as a district that addressed the needs of artists rather than those of the poor:

At the final hearing where the Board of Estimate voted to approve Soho as an artists' district, there were lots of other groups giving testimony on other matters. Poor people ... complaining about rats, rent control, and things like that. The board just shelved these matters and moved right along....Then they came to us. All the press secretaries were there, and the journalists. The klieg lights went on, and the cameras started to roll. And all these guys started making speeches about the importance of art to New York City. ... It was sickening.

Zukin also quotes Dick Netzer, a prominent member of New York's Municipal Assistance Corp, the rescue agency set up during New York's near-default:

The arts may be small in economic terms even in this region, but the arts "industry" is one of our few growth industries. ... [It] is one of the attributes that makes [the city] distinctive, and distinctive in a positive sense: the arts in New York are a magnet for the rest of the world.

Many cities, especially those lacking significant cultural sectors, established other revitalization strategies. Efforts to attract desirable corporations to post-industrial cities soon provoked the realization that members of the managerial elite were those whose needs and desires should be addressed. The provision of so-called quality-of-life enhancements to attract these high earners became urban doctrine, a formula of providing male delights in the form of convention centers and sports stadiums and, for the wives, museums, dance, and the symphony. An early, high-profile example is provided by the Detroit Renaissance Center, designed by John Portman and completed in 1977—a seven-skyscraper riverfront complex owned by General Motors and housing its world headquarters, and including the tallest building in Michigan—in the city that has more recently been cast as the poster child for deindustrialization. But despite all the bond-funded tax breaks paradoxically given to these edifices, and all the money devoted to support the arts, cities were failing to build an adequate corporate tax base, even after the trend toward flight from city living had long been reversed. This strategy continues to be instituted despite its failures, but a better way had to be found. The search for more and better revitalization and more and better magnets for high earners and tourists eventually took a cultural turn, building on the success of artists' districts in post-industrial economies.

A great deal has been asked of artists, in every modern age. Especially since the Romantic era, artists have routinely harbored messianic desires, the longing to take a high position in social matters, to play a role in transformative political affairs. This may

be finally understood as a necessary—though perhaps imaginary—corrective to their uncomfortable role as handmaidens to wealth and power. In earlier eras, artists working under patronage conditions had produced on command, which left them to express their personal dimension through the formal elements of the chosen themes. By the nineteenth century, artists, now no longer supported by patronage, were free to devise and follow many different approaches both to form and to content, including realism and direct social commentary. Still, the new middle-class customers and the state had their own preferences and demands, even if a certain degree of transgression was both anticipated and accepted, however provisionally. (The *Salon des Refusés* was, after all, established by Napoleon III.) The *fin de siècle* refuge in formalist arguments, in aestheticism—or “art for art’s sake”—has been called a defensive maneuver on the part of the era’s advanced artists, establishing a professional distance from the social and honoring the preferences of their high-bourgeois market, after a century marked by European revolutions and in the midst of industrial-labor militancy. In the U.S., the lionization of art by the social and political elite in the first fifty years of the new century had been effective in acculturating immigrants and, to some degree, the native working class. Especially in the postwar period the ramping up of advanced, formalist art provided a secular approach to the Transcendent. The mid-twentieth century rhetoric of artistic autonomy—in the U.S. at least—reassured the knowing public that formalism—and all the more so, abstraction—would constitute a bulwark against totalitarian leanings. That tacit understanding had been especially persuasive in keeping prudent artists away from political engagement during the Cold War of the 1950s. Under those conditions only autonomous art could claim to be an art of critique. But advanced, let alone abstract, art could hardly expect to address large numbers of people. Thus, the “professionalization” of art also doomed it to be a highly restricted discourse.

Arguments for artistic autonomy were thrust aside during the 1960s and 1970s with the overthrow of Kantian High Modernism, though the value of cultural capital certainly did not disappear in the mass cultural understanding. The concept of

taste was seen as antithetical to advanced art, which now positioned itself as closer to such earlier anti-bourgeois avant-gardes as Russian Formalism or Dadaism. Taste was seen as the sedimented, deleterious preferences of ruling elites, while Russian art represented a moment of alliance with social revolution and Dada famously mounted a concerted effort to “merge art with everyday life” and destroy the established structures of art. Advanced art no longer wished to position itself as a route to Transcendence—and even less so as a state-favored art—but rather turned an acid glance on “second nature,” the human-made world: a clear mark of an urban sensibility. But Pop, whatever its virtues or hints of resistance, can hardly be considered a vanguardist art. While some artists sought to evade commodification through the development of low-cost or seemingly unsalable forms such as performance or wanderings or postcards or distantly located earth artworks, many others also began to chase celebrity and cult value as well as (eventually) seeking to be identified with fashion. The “bad taste” of today could define the fashionable trend of tomorrow.

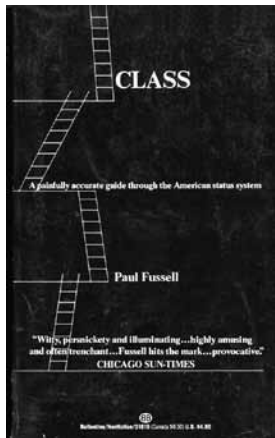
During the turbulent 1960s, while the older generation bore identities that revolved primarily around their professional lives, the enormous upcoming generation seemed to draw its identity from more personal and consumerist sources, including the counterculture. Primarily focused on music, newspapers, cheap fashion, and the like, they rejected the corporate “rat race,” majoritarian rule, repressive behavioral codes, “death culture” (or militarism), and often urbanism itself. This highly visible group was closely watched for its tastes. Advertising and marketing could segment the market, aiming one set of messages at traditionalist consumers and the other at young people, whose theme was “revolution”: political revolution real or imaginary, or, as the word eventually came to mean, a “revolution” centered on consumerism—the interpretations were highly variable.

Constellations of consumer choice were studied by research institutes, including the Stanford Research Institute, or SRI, based at Stanford, an elite private California university until it was forced off campus, and into free-standing status, in 1970 by student anti-war protests against its military research.

“Lifestyle,” an index to the changes in the terrain of consumerism, was a neologism of the 1960s that quickly became comfortable in everyone’s mouth. In 1978, SRI announced a lifestyle metric, the Values and Lifestyles—or VALS—“psychographic,” dubbed by *Advertising Age* “one of the ten top market research breakthroughs of the 1980s.” The VALS categories are innovators, thinkers, achievers, experiencers, believers, strivers, makers, and survivors, which articulate in two dimensions, primary and secondary. VALS is connected to other survey vehicles that provide in-depth information, among other preferences, about how each of the eight types uses, invests, and saves money. Such detailed data helped marketers determine how to tailor their pitches—even for matters that should have been subjects of debate in the public square.

Thus, the concept of taste, one of the key markers of socio-economic class, became transformed into something apparently lacking in hierarchical importance or relationship to power. Rather than representing membership in an economic or even a social group, taste aligns a person with other consumer affinities. In the 1960s the Greenbergian paradigm based on a Kantian schema of faculties in which the faculty of taste is the key operator for people of sensibility, also fell. It would be absurd to conflate the Kantian faculty of taste with consumer taste, but there is a case to be made that as the social world picture shifts, the ideas energizing vanguard art shift along with it. In a pre-postmodern moment, when artists were exhibiting a certain panic over the relentlessly ascending tide of consumerism and mass culture and Pop art was bidding for a mass audience, the terms of culture shifted.

Taste has expressed class membership and social status in every modern industrial society. In 1983 the American cultural historian and English professor Paul Fussell, author of the acclaimed book *The Great War and Modern Memory* (1975), wrote a slim, acerbically acute book called *Class: A Painfully Accurate Guide Through the American Status*

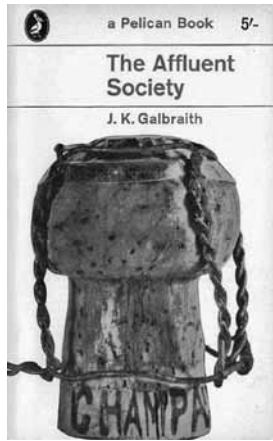


System. There were earlier publications on ruling elites, such as sociologist C. Wright Mills’s book *The Power Elite*, British linguist Alan Ross’s controversial 1954 article on distinctions between U and non-U speech patterns—in which U refers to the “upper class”—and Arthur Marwick’s *Class: Image and Reality* (1980), cited by Fussell. Fussell meant his book to be a popular exposé showing that taste is not a personal attribute so much as an expression of a socio-economic grouping. In the preface he gleefully describes the horrified, even explosive reactions people—middle-class people—displayed at the mere mention of class. His scathing description of the missteps of the non-elite is well situated in class. It is only when he arrives at a taste class he calls Class X—of which he considers himself a member—that he loses his bearings, besotted by this motley group of self-actualizing people, mostly university-based, who float free of the demands of social codes of dress and behavior, pleasing only themselves. We should recognize in this group not just the expression of the counterculture, now grown-up and college-educated, but also the gold mine “creative class” (under whatever rubric) that had just begun to be intensively lobbied by niche marketers, a social formation and process that seems to have escaped Fussell’s notice.

A couple of decades later, in 2000, the conservative ideologue and U.S. media figure David Brooks wrote in his best-selling book *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, that “counter-cultural values have infused the business world—the one sphere of US life where people still talk about fomenting ‘revolution’ and are taken seriously.” His thesis is that in the information age, the highly educated elite “have one foot in the bohemian world of creativity and another foot in the bourgeois realm of ambition and worldly success.” Brooks’s barbed witticisms claim the triumph of capital over any other political world that young people different from him, in the Western democracies and particularly the U.S., had hoped to create:



We're by now all familiar with modern-day executives who have moved from S.D.S. to C.E.O., from LSD to I.P.O. Indeed, sometimes you get the impression the Free Speech Movement produced more corporate executives than Harvard Business School.



To decode a bit, "S.D.S." denotes the emblematic 1960s radical group Students for a Democratic Society; "I.P.O." stands for a corporation's initial public offering; and the "Free Speech Movement" was the student movement agitating on several fronts at the elite, though public, Berkeley campus of the University of California, a movement that had sparked the worldwide student movements of the 1960s.

The French intelligentsia have derisively extracted Brooks's neologism, "Bobos," from his celebratory analysis. The book is worth dwelling on here only because of its concentration on taste classes and their relationship to power and influence.

Brooks traces his own intellectual forebears to "the world and ideas of the mid-1950s," remarking regressively, "while the fever and froth of the 1960s have largely burned away, the ideas of these 1950s intellectuals [William Whyte, Jane Jacobs, J.K. Galbraith, Vance Packard] continue to resonate." Brooks refers to his work as "comic sociology." He compliments his readers on their quirky tastes while ignoring those who do not fit his consumer taste class. The "conspicuous consumption" pattern identified by Thorstein Veblen in *The Theory of the Leisure Class* of 1899, does not fit this group, which, unlike the gilded-age business class, prefers to spend lots of money on things that seem highly useful, tool-like, and virtuous.

A decade later the laid-back, tolerant wisdom of this benign "Bobo" class-in-ascendancy now appears ephemeral. As Russell Mokhiber writes:

most people in the United States (let alone the world) do not share [the Bobos'] expanding wealth and may have markedly different views on important issues, including concepts of "deservedness, "

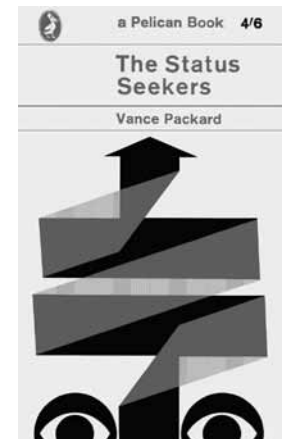
fairness, government regulation, and equitable distribution of wealth. For this majority of the population, more confrontation, not less, could be just what is in order.

Soon after the collapse of the millennial New Economy, which was supposed to "lift all boats," Richard Florida, in his best-selling book *The Rise of the Creative Class* (2002), instituted a way of talking about the needs and choices of Zukin's, as well as, more broadly, Brooks's and Fussell's, target group that framed it as a blueprint for urban planners.

**"Culture is the commodity that sells all the others."
(Situationist slogan)**

Florida seems to harbor no interest in the potential of the creative class for liberation. Some framers of the notion of a powerful class of creative people—such as the "cultural creatives" of researchers Paul H. Ray and Sherry Ruth Anderson in their book of that name published in 2000—see this group as progressive, socially engaged and unaffiliatedly spiritual, and thus as active in movements for political and social betterment. But the concentration on taste classes and lifestyle generally evades questions of labor organization and political control. Richard Lloyd, in *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City* (2006), more pointedly finds that artists and hipsters are not only complicit in the realm of consumption but also serve capital quite well in their role as casual labor ("useful labor" in Lloyd's terms), whether, say, as service workers or engaged in freelance design. This diagnosis echoes that of the Situationists and Henri Lefebvre, who theorized the role of the cultured classes in facilitating the elite management of both labor and urban change.

In his paradigmatic book *The Expediency of Culture*, published in 2001, cultural theorist George Yúdice extends this analysis, mapping the "culturalization" of politics and the uses and



counter-uses of culture, especially in the United States and Latin America. Yúdice explicates how culture has been transformed into a resource available to governmental entities and populations as well. He cites Fredric Jameson's work on postmodernism and "the cultural turn" from the early 1990s, which claims that the cultural has exploded "throughout the social realm, to the point at which everything in our social life—from economic value and state power to practices and to the very structure of the psyche itself—can be said to have become 'cultural.'" Yúdice invokes Foucault's concept of governmentality, namely, the management of populations, or "the conduct of conduct," as the matrix for the shift of services under neoliberalism from state to cultural sectors. Foucault's—and Lefebvre's, and Freud's—theories of the internalization of authority are surely useful in discussing the apparent passivity of knowledge workers and the educated classes in general.



In considering the role of culture in contemporary societies, it may be helpful to look at the lineage and derivation of the creative-class concept, beginning with observations about the growing economic and social importance of information production and manipulation. The importance of the group of workers variously known as knowledge workers, symbolic analysts, or, latterly, creatives was recognized by the late 1950s or early 1960s. The much-lionized management guru Peter Drucker is credited with coining the term "knowledge worker" in 1959. The term "symbolic analysts" comes from economist Robert Reich.

The transformative vision of former labor lawyer Clark Kerr, who became president of the then-ascendant University of California in the mid-1960s, was based on the production of knowledge workers. Kerr—the man against whom was directed much of the energy of Berkeley's Free Speech Movement derisively invoked by Brooks—expressed his belief that the university was a "prime instrument of national purpose."

In his influential 1963 book *The Uses of the University*, Kerr wrote,

What the railroads did for the second half of the last century and the automobile for the first half of this century may be done for the second half of this century by the knowledge industry.

Sociologist Daniel Bell's *Coming of Post-Industrial Society* of 1973 and his later *Cultural Contradictions of Capitalism* (1976) set the terms of the discourse on the organization of productive labor (although the visionary educational reformer Ivan Illich apparently used the term "post-industrial" earlier). Richard Florida claims Bell as a powerful influence.

Presently the term post-Fordism, which primarily describes changes in command and control in the organization of the production process, is a preferred term of art for the organization of labor in advanced economies, retaining the sense of continuity with earlier phases of capitalist organization rather than suggesting a radical break resulting from the rise of information economies and changes in the mode of conducting and managing the labor process. Theories of post-Fordism fall into different schools which I cannot explore here, but they generally include an emphasis on the rise of knowledge industries on the one hand and service industries on the other; they focus on consumption and consumers as well as productive workers; on the fragmentation of mass production and the mass market into production aimed at more specialized consumer groups, especially those with higher-level demands; and on a decline in the role of the state and the rise of global corporations and markets. Work performed under post-Fordist conditions in the so-called knowledge industries and creative fields has been characterized as "immaterial labor," a (contested) term put forward by Italian Post-workerist philosopher Maurizio Lazzarato. Within or overlapping the broad category of immaterial labor are types of labor deemed "affective labor" (Hardt and Negri). These include not only advertising and public relations—and, many artists would argue, art—but all levels of labor in which the worker faces the public. It further includes many service industries and eventually permeates

society at large. Lazzarato writes, in “Strategies of the Political Entrepreneur”:

If the factory can no longer be seen, this is not because it has disappeared but because it has been socialized, and in this sense it has become immaterial: an immateriality that nevertheless continues to produce social relations, values, and profits.

Here we can appreciate why Yúdice calls on Foucault’s concept of governmentality, as well as on Judith Butler’s notions of performativity, in laying out the ways in which political contestation now occurs, for each of these concepts deals explicitly with the *internalization* of dominant discourses and codes of control. In this sense, the categories of immaterial and affective labor reflect a more historically informed and nuanced vision of the world than the one implied by Florida’s corresponding framework.

In describing the “creative class” Florida credits Fussell and gives David Brooks a brief nod. Despite building on writers like David Harvey and perhaps other, unnamed theorists on the left, Florida offers the prospect of a category of “human resources” who will—all unbidden and at virtually no cost to anyone but themselves—remake your city quite to your liking. Rather than portraying the right to the city, as Harvey had termed it, as the outcome of struggle, Florida’s path to action is predicated on the inevitability of social change in which the working class and the poor have already lost.

But first, the creative class itself. What Zukin calls, in the re-engineering of city centers, the artistic mode of production, Florida has called the rise of the creative class. Zukin, who never quite explains her phrase, is describing the production of value and of space itself, interpretable in Lefebvre’s terms. Whereas Zukin traced the entire process from its inception to its present outcome, teasing out the structural elements needed to bring about urban change and demonstrating how such change affects residents and interested classes, in Florida’s account the process disappears in a welter of statistical number crunching and empirical markers, or indices, by which to identify creative-class-based success. Crucial to Zukin’s analysis is the eventual displacement

of artists, a development not addressed by Florida, since his creative class encompasses high earners in industries to a far greater extent than artists, the vast number of whom do not command big incomes.

Zukin had already shown that integral to the artistic mode of production is the gradual expansion of the “artistic class,” suggesting how the definition of “artist” expanded and the epistemology of art, the very definition of what art is, changed to fit the sensibilities of the rising middle class. Zukin—writing in 1982—asserts:

The new view of art as “a way of doing” rather than a distinctive “way of seeing” also affected the way art was taught. On the one hand, the “tremendous production emphasis” ... gave rise to a generation of practitioners rather than visionaries, of imitators instead of innovators. As professional artists became facile in pulling out visual techniques from their aesthetic and social context, they glibly defended themselves with talk of concepts and methodology. On the other hand, the teaching of art as “doing” made art seem less elitist. If almost anyone can be taught to follow a technique and thereby reproduce “art,” then anyone, anywhere, can legitimately expect to be an artist. All in all these changes had the combined effect of making art both more “professionalized” and more “democratized.” ... This opened art as a career. ... as one career option among others ...

Zukin offers a sour observation made in 1979 by Ronald Berman, former chairman of the U.S. National Endowment for the Humanities:

Art is anything with creative intentions, where the word “creative” has ... been removed from the realm of achievement and applied to another realm entirely. What it means now is an attitude toward the self; and it belongs not to aesthetics but to pop psychology.

I cannot address here the changes in the understanding of art or the way its models of teaching changed through the postwar period, a subject of perpetual scrutiny and contestation in the

academy and outside. A central point here is that the number of people calling themselves artists has vastly increased since the 1960s as the parameters of this identity have changed.

Florida enters at a pivotal point in this process, where what is essential for cities is no longer art or the people who make it but the appearance of its being made somewhere nearby. As a policy academic, Florida repeatedly pays lip service to the economic, not lifestyle, grounding of class groupings, as he must, since his definition of “creative class” is based on modes of economically productive activity. Economic data, however, turn out not to be particularly integral to his analyses, while the use to which he puts this category depends heavily on lifestyle and consumer choices and includes the subcategory of gay people as well as categories of “difference,” which are both racial/ethnic and other identity-related groupings independent of employment or economic activity. This does not contradict the fact that we are talking about class and income. Although the tolerance of “difference” that figures in Florida’s scenario must certainly include people of color working in low-level service categories who appear in significant concentrations in urban locales (even if they go home to some other locale), the creative class does not include low-wage, low-level service-sector employees.

Florida’s classificatory schema is influenced by basic American economic and sociological texts including Erik Olin Wright’s powerful description of the new professional-managerial class (sometimes called the new petite bourgeoisie to differentiate it from the “old petite bourgeoisie,” a class of small shopkeepers and the like whose declining fortunes and challenged traditionalist world view have left them disaffected or enraged). But Florida’s categories derive from the U.S. government’s Standard Occupational Classification, or SOC, codes. His creative-class grouping includes a broad group of “creative professionals in business and finance, law, health care and related fields,” who “engage in complex problem solving that involves a great deal of indepen-

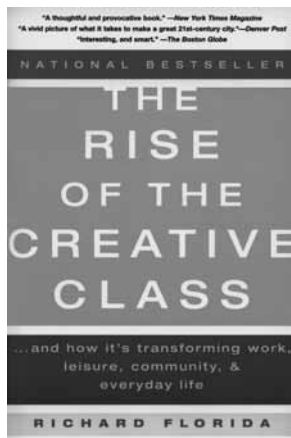
dent judgment and requires high levels of education or human capital.” Within it is a “super-creative core [of] people in science and engineering, architecture and design, education, arts, music, and entertainment, whose economic function is to create new ideas, new technology and/or new creative content.”

In a critique from the left, Doug Henwood notes that Florida’s creative class constitutes about 30 percent of the workforce, and the “super-creative core” about 12 percent. Examining one category of super-creatives, “those in all computer and mathematical occupations,” Henwood remarks that some of these jobs “can only be tendentiously classed as super-creative.” SOC categories put both call-center tech-support workers and computer programmers in the IT category, but call-center workers would surely not experience their jobs as creative but “more likely as monotonous and even deskilled.”

Harvard Economist Edward Glaeser expresses admiration for Florida’s book as an engagingly written popularization of the generally accepted urbanist maxim that human capital drives growth, but he fails to find any value added from looking at creative capital as a separate category. Glaeser writes:

[T]he presence of skills in the metropolitan area may increase new idea production and the growth rate of city-specific productivity levels, but if Florida wants to argue that there is an [effect] of bohemian, creative types, over and above the effect of human capital, then presumably that should show up in the data.

Glaeser ran statistical regressions of population growth data according to four measures: (1) the share of local workers in the “super-creative core,” (2) patents per capita in 1990, (3) the Gay Index, or the number of coupled gay people in the area relative to the total population, and (4) the Bohemian Index—the number of artistic types relative to the overall population. Glaeser concludes that in all the regressions the primary effects on city growth result from education level rather than any of Florida’s measures and that in fact in all but two cities, “the gay population has a negative impact.” He concludes:



I would certainly not interpret this as suggesting that gays are bad for growth, but I would be awfully suspicious of suggesting to mayors that the right way to fuel economic development is to attract a larger gay population. There are many good reasons to be tolerant, without spinning an unfounded story about how Bohemianism helps urban development.

Further:

[T]here is no evidence to suggest that there is anything to this diversity or Bohemianism, once you control for human capital. As such, mayors are better served by focusing on the basic commodities desired by those with skills, than by thinking that there is a quick fix involved in creating a funky, hip, Bohemian downtown.

Although Glaeser prefers to rely on education level as the best predictor of urban employment growth, Dutch policy reviewers Gerard Marlet and Clemens van Woerkens find that the creative-class indicator is marginally more useful. This does not appear to affect the critiques, such as Henwood's, of the basic conflation between people working in financial and IT services and what most workers, let alone the art world, would accept as creative occupations and proclivities.

The creative class thesis is centered on the implicit management of populations. Thus, Florida's book found its ready audience not among political economists but in some subset of municipal policy-makers and rainmakers for government grants, as well as in business groups. Florida was teaching at Carnegie Mellon in the post-industrial city of Pittsburgh when he formulated his thesis but subsequently moved to the University of Toronto, where he now heads the Martin Prosperity Institute in the management school. He has recently been named European Ambassador for Creativity and Innovation and has developed a robust career as a pundit and as a management consultant to entities more inclusive than individual firms or industries.

Management consulting is a highly lucrative field that centers on the identification of structures of work organization and meth-

ods of organizing workers in a manner persuasive to management. Even in the industrializing 1920s, however, management theory often claimed that creativity and interpersonal relations would transform management leading to an end to top-down hierarchies and harmonizing the interests of workers and management. Speaking personally, in the early 1970s I worked in a small publishing company in Southern California to which Peter Drucker, the management guru then riding the crest of his fame, made regular visits. We were schooled to regard the management tool called Group Y, widely used by Japanese companies, as the new gospel of employee-management relations.

What was Group Y, though? The concept is traceable to Douglas McGregor, a professor at MIT's school of management who, influenced by the social psychologist Abraham Maslow's then-popular theories of human self-actualization, promoted the idea of employees and workers as *human resources*. McGregor, in his highly influential book *The Human Side of Enterprise* (1960), characterized management as driven by one of two opposed models. In Theory X, people are seen as work-averse and risk-averse, uninterested in organizational goals, and requiring strong leadership and monetary incentives. In contrast, Theory Y sees work as enjoyable and people as naturally creative and self-directed if committed to work objectives. Building on McGregor's theory, and long after I left my bliss-seeking editorial shop, William G. Ouchi propounded Theory Z to call attention to Japanese management style.

Starting in the early 1960s, Japanese management made extensive use of "quality circles," which were not indigenous but inspired by the postwar lectures of American statisticians W. Edwards Deming and J. M. Juran, who recommended inverting the U.S. proportion of responsibility for quality control given line managers and engineers, which stood at 85 percent for managers and 15 percent for workers. Japanese quality circles meet weekly, often on the workers' own time and often led by foremen. According to the *Business Encyclopedia*, "Quality circles provide a means for workers to participate in company affairs and for management to benefit from worker suggestions.... [E]mployee suggestions reportedly create billions of dollars' worth of benefits for companies."

Management is always looking for a new edge. After all, managers' advancement and compensation depend on the appearance of innovation. What matters, then, to return to Florida, is perhaps not whether the bohemian index is good or bad for urban growth but the fact that the gospel of creativity offers something for mayors and urban planners to hang onto—a new episteme if you will. Florida's thesis also finds support in management sectors in the art world that seek support from municipal and foundation sources.

European art critics and theorists, however, are far more likely to be reading Boltanski and Chiapello's *The New Spirit of Capitalism*, which provides an exhaustive analysis of the new knowledge-based classes (or class fractions) and the way in which the language of liberation, as well as the new insistence on less authoritarian and hierarchical working conditions, has been co-opted. Social theorist Chantal Mouffe, addressing an American art world audience in the pages of *Artforum*, observes:

As Luc Boltanski and Eve Chiapello persuasively demonstrated in *The New Spirit of Capitalism* (1999/2005), the managerial class successfully co-opted the various demands for autonomy of social movements that arose in the 1960s, harnessing them only to secure the conditions required by the new, postindustrial mode of capitalist regulation. Capital was able, they showed, to neutralize the subversive potential of the aesthetic strategies and ethos of the counter-culture—the search for authenticity, the ideal of self-management, and the antihierarchical imperative—transforming them from instruments of liberation into new forms of control that would ultimately replace the disciplinary framework of the Fordist period.

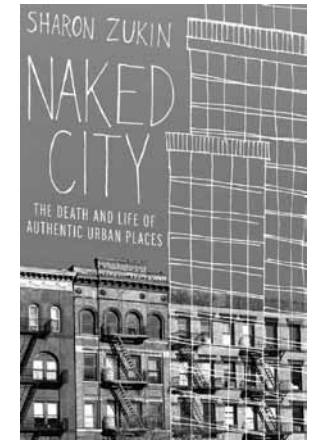
Which brings us to the question of authenticity and the creative class.

“The secret of acting is sincerity. If you can fake that, you’ve got it made.” (George Burns)

Back in the 1980s, in her book *Loft Living*, Zukin had already put her finger on an unanswerable paradox, namely, the simulacral

effect of tidying everything up, and of the desired pacification of the city, which, as I have explained, will conveniently replace difficult, unruly, and generally low-income populations with artists, who could be counted on to be relatively docile. The search among artists, creatives, *et al.*, for a way of life that does not drive away all before it infiltrates older neighborhoods with coffee shops, hipster bars, and clothing shops catering to their tastes is centered on the authenticity of the place they have colonized before they arrived, in a sad echo of the tourist paradigm. The authenticity of these urban neighborhoods, with their largely working-class populations, is characterized not by bars and shopping choices so much as what the press calls grit, signifying the lack of bourgeois polish, connoting a kind of incommensurable nature to the city's unnatural state. The arrival in numbers of artists, hipsters, and those who follow is—no surprise here!—the eradication of what had appealed. And, as detailed in *Loft Living*, in due course the artists and hipsters are being driven out by wealthier folk, in the converted lofts or the new construction in the evacuated manufacturing zones. Unfortunately, many artists who wind up evicted fail to acknowledge the earlier role that artists have played in setting this process in motion by occupying these formerly “alien” precincts.

Zukin's recent book *The Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places* (2010) is aimed squarely at the lifestyle arguments typified by Florida's work. It traces the trajectory of the idea and content of urban cool, with their repeated emphasis on those two terms, authenticity and grit. The book focuses on three New York neighborhoods: the Lower East Side (or East Village), Harlem, and Brooklyn's Williamsburg—the present epicenter of cool. She also considers Manhattan's venerable Union Square, with its history of parades, marches, soap-box oratory, and expressions of urban unrest and decay. It has been the focus of twenty years of efforts to tame it, including through the siting of the city's first farmer's market. Zukin quotes the promotional slo-



gan of the Union Square Partnership—a “public-private partnership”: “Eat. Shop. Visit. Union Square.”

The Square is part of the “archipelago of enclaves” described by Dutch urbanists Maarten Hajer and Arnold Reijndorp as typical of new public spaces, providing, in Zukin’s words,

Special events in pleasant surroundings ... re-creating urban life as a civilized ideal ...[with] both explicit and subtle strategies to encourage docility of a public that by now is used to paying for a quality experience. ... [Furthermore,] these places break with the past not just by passively relying on city dwellers’ civic inattention when they calmly ignore the stranger sitting on the next bench, but by actively enabling them to avoid strangers whom they think of as “aliens”: the homeless, psychologically disoriented, borderline criminal and merely loud and annoying.

The role of parks in new city visions is worth noting as a signal move in turning the urban jungle into a garden.

The disenfranchisement of those outside the groups who benefit from life in the newly renovated city is replicated in the split between developed and less developed world. Just as the paradigm of urbanism has subsumed all others, so has the globalized knowledge economy, and those who are not part of it are nevertheless forced to take a position in relation to it.

There is a widespread understanding of modern postindustrial, information-based, and neoliberal consumer capitalism as an “experience economy.” In this regard Yúdice cites Jeremy Rifkin’s book *Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-for Experience* (2000), describing the “selling and buying of human experiences” in “themed cities, common-interest developments, entertainment destination centers, shopping malls, global tourism, fashion, cuisine, professional sports and games, film, television, virtual world and [other] simulated experiences.” One glaring effect of this search for the meaningful—“authentic”—experience is, as Sharon Zukin, not to mention Baudrillard and many postwar literary commentators have noted, to expose authenticity as a transparent marketing device. We should not be surprised to find a business/motiva-

tional book entitled *Authenticity*, with the subtitle *What Consumers Really Want*. The book, by Joseph Pine II and James H. Gilmore, founders of Strategic Horizons LLP in Aurora, Ohio, is the successor to their previous hit, *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*, of 1999. These and similar books are guides not just to the creation of spectacles but for rethinking all of business activity as gerundive, providing those fantastic, perhaps transformative, experiences we all supposedly seek.

Art institutions have married the provision of experiences to the culture of celebration, turning up their noses at seriousness and critique, as have reviewers if not critics. It is also not difficult to see the onset of institutional interest in performance art as a primary supplier of experiences. “Re-performance” especially can be seen as a route through the experience economy *without* resorting to fun—recapturing the appearance of seriousness through a hint, a sheen, of avant-gardism.

Even among smaller institutions and initiatives, some of them artist-run, these models of serving the public by providing fun and other experiences are operative. I offer a few excerpted examples, mostly from email announcements. They span the spectrum of contemporary exhibition venues from small, artist-run spaces, to larger, more established organizations, to the self-branding of cities. A venerable 39-year-old artist-founded institution in New York, now positioning itself as a discursive space as well as an exhibition venue, announces that it has been selected as the first local non-profit cultural partner of a trendy hotel and will receive a percentage of bookings through its cultural affiliates package. “Please support this offer by booking the Peace, Love & Room Service Package.” The hotel “has utilized the Irving Sandler Artist File ... to commission new projects and to acquire works by emerging artists. ...”

Another 1970s New York nonprofit organization (listing a hotel and six other public and private funders), expresses its “passionate belief in the power of art to create inspiring personal experiences as well as foster social progress.” “We are thrilled when art breaks into the public realm in surprising ways, reaching people beyond traditional limitations of class, age, race and edu-

cation." Finally, "our artists' temporary interventions into public life promote the democratic use of public space as a place for free and creative expression."

This organization's "earliest programs invigorated vacant storefronts" in the depressed 1970s. The strategy of property developers to rely on artists in rendering the empty less empty has become visible internationally today. Two further representatives of this trend strike a more sober note. The first, also from New York, claims its "core mission is to revitalize empty spaces and areas around the venues by bringing thoughtful, high-caliber art installations with accompanying programming to the public.... " A recent show in the artists' district of DUMBO, in Brooklyn, "reference[s] the former industrial site and its ongoing transformation," using construction materials crafted into "visual oxymorons that shift function and meaning in highly poetic ways."

A nonprofit institution in Lisbon, Portugal, listing a dozen corporate and municipal partners and sponsors, explains that its "site-specific" approach "targets the need to rehabilitate and revitalize urban spaces, without losing their identity or altering their nature." This group, located on the docks, "aims to expand art into non-traditional spaces and promote the use of places that previously lacked museum-like characteristics. ...Without culture, societies cannot have a true civic consciousness."

Berlin is experienced in the framing discourses of creative-industry gentrification. The MEA Brand Building, advertising itself as "dedicated to luxury, fashion, art, cosmetics and accessoires," informs the world that it is moving after "contributing to what the area is today: the hippest down-to-earth booming urban spot for the creative industries." A *Wall Street Journal* article, "Berlin Broods over a Glitz Invasion," mocks the unhappiness of artists over the arrival of Soho House, "a string of London-born, ultra-hip private social clubs":

In the 20 years since the fall of the Wall, Berlin has become Europe's hottest cultural mecca, teeming with galleries, night clubs and budding designers—just the kind of creative cool the club seeks to embody. ... But not all Berliners, proud and protective of their anarchic, gritty brand of cool, are sure they want to grow up

into the Soho House's more upscale version of it. ... "Poor but sexy"—as Berlin's mayor, Klaus Wowereit, inadvertently branded the metropolis in 2003—a large contingent remains stubbornly wary of gentrification symbols. ...

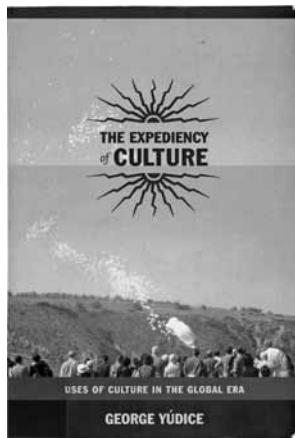
As it once did in the repurposing of German real estate contaminated by recent world history, the transformation of cities newer to the conquest of urban space by means of culture can raise the eyebrows of those to whom such things may matter. *The New York Times*, writing of the Podgorze district in Krakow, Poland, tells us that:

the industrial area was turned into a ghetto by the Nazis during World War II and then commercially orphaned in the postwar years. But now Podgorze is becoming Krakow's newest museum quarter. Spurred by the June opening of an ambitious history museum in the renovated Schindler Factory [and other promised museums nearby] a number of colorful hangouts have cropped up. ...The award for prettiest real estate goes to Galeria Starmach, one of the most celebrated contemporary art galleries in Poland, ... an airy white space in a red brick former synagogue, built in 1881.

"All artists are alike. They dream of doing something that's more social, more collaborative, more real than art." (Dan Graham)

In considering the social presence of creative class members in general and artists in particular I have focused on the tendency toward passivity and complicity in questions of the differential power of others. But there is a significant cohort of artists who do not fit into this category. There is a divide, perhaps, between those whose practices are well-recognized by the art world and those whose efforts are treated as beyond the pale. I want to confine my attention here, though, to the former group, with at best scant attention to the latter. Yúdice, concerned with the power/wealth divide, assembles an array of critical arguments, drawing on Grant Kester's critique of the artist as service provider always positioned from a higher to a lower cultural level as well

as Hal Foster's 1990s critique of the artist as ethnographer. The problems of artists working in poor urban neighborhoods lie partly in the possibility, however undesired, of exploitation, partly in a divergence in the understanding of the project by the art world audience and the local community as a result of the different life worlds each inhabit. The importance of this split in reception must not be underestimated. A number of artists Yúdice quotes insist that they are not "social workers" but rather seek to expand the frame of art. Intended readings must occur at least partly in terms of an aesthetic and symbolic dimension. This sits well with commentators such as Claire Bishop, who winds up favoring the rather vicious projects of Santiago Sierra and those of Thomas Hirschhorn above more benign, and perhaps socially useful, "service" efforts. Suspicious of the possible use and meaning of socially invested works, Bishop seems to regard positively the fact that the lack of social effect in



Sierra's heavily symbolic works, and the appeal to philosophical and other models in Hirschhorn's, make them legible primarily to their "proper" art world observers. As relational aesthetics seems to be carried out on the terrain of service, it is worth noting that, for paradigms of art, they remove categories of judgment from a universal or individually located faculty of taste to the uncertain and presumably unrepeatable reception by a particular audience or group. (Shades of Allan Kaprow!)

But Yúdice joins other commentators in pointing out that art as service is the end of the avant-garde, removing as it does the artists' actions from the realm of critique to melioration. Artists, even those who have looked beyond institutions and markets, have been put in a position to perform as agents of the state. This reinterpretation of the vanguardist desire for "blurring the boundaries of art and life," for "reality" over critique, exposes the conversion of art into a funnel or regulator for governmentalized "managed diversity." Worse, an imperative to effectiveness has derived from arts administrators. The burden of a 1997 report,

American Causes, for the U.S. National Endowment for the Arts is that for the arts to survive (presumably, after the assaults of the U.S. "culture wars") they must take a new pragmatic approach, "translating the value of the arts into more general civic, social, and educational terms" convincing to the public and elected officials alike. Put this together with the directive to museums, by powerful foundations such as Rockefeller, Carnegie, and Ford, specifically to end elitism and achieve wider public "access." Art was to serve the interests of "communities"—by which we must understand poor, excluded, and nonelite, non-creative-class communities—rather than promoting the universalist values of modernist doctrine, which many thought supported the status quo.

Some projects in the city of Detroit, a town *in extremis*, provide a peek at some of these ideas and strategies. Detroit is now a destination for art world figures of more types than I would have predicted and has called forth unbidden an extravaganza of projects, attempting to establish the authentic "street cred" of both parachuting artists and local activists. Long past hoping for salvation from its Renaissance Center, this postindustrial city, the U.S.'s fastest-shrinking metropolis, is presently trying to school its residents in how to grow small gracefully. Detroit has a long-standing urban-farming movement in poor neighborhoods partly spearheaded by a beloved radical activist, Grace Boggs, now in her nineties. Detroit, the locale of a new television cop show, is the very image of post-Fordist urban abjection, and the site of artist-NGO do-gooder projects in the sphere of urban relations. In the past few months I have met artists based in Oslo and Sydney and sculptors and museum photographers from New York and elsewhere who have made the sad precincts of Detroit their subject.

In 2009 the New York nonprofit FusionArts Museum that "brings avant-garde art and arts related events to the Lower East Side" held a group show called "Esprit Detroit," described as "art created from the detritus of Detroit." "Ice House Detroit" was a project by an architect and a photographer that consisted of spraying a foreclosed and abandoned house—one of countless such houses in Detroit—with water in the dead of winter to make it visible and undeniably aesthetic. At her solo show at the

Museum of Modern Art a young legacy artist showed her wholly symbolic set of photo panels entitled *Detroit*. "The thing you have to understand about Detroit is that ruin is pervasive. It's not like it's relegated to one part of town," she says. "It's everywhere." The artist (who has also visited New Orleans) "internalized all that decay, but she also uncovered hopeful signs of reinvention, like a group of artists turning an abandoned auto plant into studio spaces," writes the *New York Times* reviewer.

The elite public University of Michigan at Ann Arbor, about an hour's drive from Detroit, has set up a Detroit center, but accessible only to students. Back in Ann Arbor, Danielle Abrams teaches a course called "Why Does Everyone in Ann Arbor Want to Make Work in Detroit?" During the recent Social Practice Conference in Portland, Oregon, Abrams's students explained that they didn't go to Detroit to "fix it" but rather "to get to know the community: its history, its people, and movements": "The city will teach you what you need to know." Abrams's students did not produce art projects but rather "research and community engagement."

If this sounds like missionary social work—in a third world city that is part of a first world nation, much like the Ninth Ward in post-Katrina New Orleans—other projects, like the MoMA-exhibited photographer's, are framed in romantic and sometimes futuristic terms.

Let me invoke the motif of melancholy. Only through the act of mourning something as lost can the melancholic possess that which he or she no longer has, and may never have had; the contours of absence provide a kind of echo or relief of the missing, letting it be held. In this respect, most art-world projects centering on decaying places like Detroit are melancholic monuments to capital, depicting the devastation left in its absence.

A recent exhibition at an art and design space in Utrecht, entitled "Future Park," is described as exploring "the instrumentality of urban parks in relation to social policy and the shifting economic, political and cultural structure to imagine a post-capitalist city." The project, by a London-based graphic designer and a Detroit filmmaker and activist, focused on the wildlife at the abandoned zoo. They "entered the zoo not simply to witness the fail-

ure of a civilization in its state of ruin, but to encounter an abundant eco-system of flora and fauna that has since evolved there." Both a Detroit-based urban studies professor speaking in Utrecht and the architect of the ice-house project referred to the re-creation of an "urban prairie" in Detroit's central city.

Had I the time, I would consider here the municipal mobilization—symbolized by New York's Union Square—in cities more fortunate than Detroit, of park and parklike experiences, and the sanctioning of urban and rooftop farming, including a "neo-hippie" chicken-keeping craze, both of which tend toward the Bobo ideal of virtuousness. These initiatives cater to the "creatives" in their impulse toward the consumer-oriented "casualization" and suburbanization of city life and behavior. On a deeper level they represent not simply a blurred boundary between urb and exurb but a further loss of distinction between public and private realms.

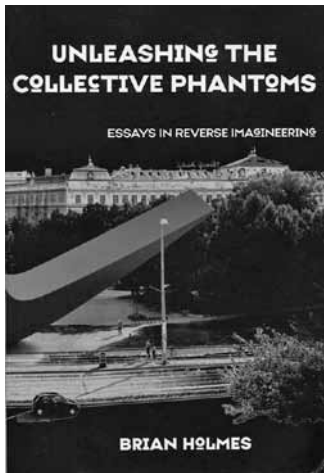
Detroit's Heidelberg Project, a long-standing "grassroots" project of painting and decorating house exteriors in an impoverished neighborhood, fits into the "outsider art" category. Unlike the façade-painting initiative of artist-mayor Edi Rama of Tirana, Albania, filmed by artist Anri Sala, this project has neither art-world nor municipal traction. Here it is helpful to draw upon, in Marshall Berman's phrase, the "collision between abstract capitalist space and concrete human place." Community groups and community artists are tied to a concrete locale and thus cannot stand up to groups (and individuals) in command of capital, which is defined by its mobility.

I do not know whether to be more pleased or worried about art-world artists engaging in, as the sign on the door says, "social practice." Certainly these essays into the world beyond the art world, which can include any of a spate of pedagogical projects in ordinary communities, feed the instincts of a sector of young artists, a sector constantly reborn, to do something "real." I have rehearsed some of the difficulties of these efforts, and some of these examples scream out either lip service or rank exploitation, if not self-delusion. I have also alluded throughout to the relatively easy cooptation of artists as an urban group, in cities that simply allow us to live and work in ways we find conducive to our con-

cerns—a pacification made easier as the definition of artist has expanded and the professionalization of the field has advanced. My worries start here but extend a bit further, to the desire of young artists, now quite apparent in the U.S., to “succeed.” Success is measured not especially in terms of the assessments of the communities “served,” though that may be integral to the works, but through the effects within the professional art world to which these projects are reported. Success, to those whom I’ve asked, seems to mean both fame and fortune in the professional ambit.

An upcoming Swedish conference asks:

Is the artist a role model for the contemporary, “post-Fordian” worker—flexible, creative, adaptable and cheap—a creative entrepreneur? Or the other way around—a professionalized function within an advanced service economy?



A question perhaps worth asking, and which many, particularly European, critics and theorists along with some artists are inclined to ask. Here is something to consider: the cultural sphere, despite the perpetual cooptation by marketing, is a never-ending site of resistance and critique. I am not inclined to follow Debord or Duchamp and to give up the terrain of art and culture. Certainly, celebration forestalls critique; a primary emphasis on enjoyment, fun, and experience precludes the formation of a robust and exigent public discourse. But ruckuses too have their place as disruption and intervention; some may see them as less

self-interested than social projects but fully as collective, while fun is a term that refers to private experience. There is no reasonable prescription for how, and in what register, to engage with the present conditions of servitude and freedom.

Brian Holmes, in *Unleashing the Collective Phantoms*, likens the dance between institutions and artists to a game of Liar’s Poker. If the art world thinks the artist *might* have aces, they let her

in, but if she turns out to actually *have* them—that is, to actually have political content in the work—the artist is escorted out the door. Although Chantal Mouffe exhorts artists (rightly, I suppose) not to abandon the museum—I take her to mean the art world proper—there is nothing to suggest that we should not simultaneously occupy the terrain of the urban.

Martha Rosler was born in Brooklyn, New York, where she currently lives and works. She obtained her M.F.A. at the University of California, San Diego. Her work includes photo/text, photomontage, video, installation, performance, and projects on location. Rosler’s work is in the collection of major museums and institutions internationally, and she has had solo exhibitions at numerous venues such as The New Museum (New York), MACBA, Museu d’art contemporani (Barcelona), the Generali Foundation (Vienna), and Portikus (Frankfurt); she has also participated in many international exhibitions, including Documenta (Kassel) and the Venice Biennale. Rosler has published numerous books, including *Martha Rosler: Positions in the Life World* (MIT Press, 1999), which accompanied a traveling retrospective exhibition. She has also lectured widely. A volume of her writings, *Decoys and Disruptions: Selected Writings, 1975-2001*, was published in 2004 by MIT Press. Martha Rosler teaches at Rutgers University, New Jersey.

Bibliography

- Bell**, Daniel. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books, 1973.
- Bell**, Daniel. *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books, 1975.
- Bishop**, Claire. "Antagonism and Relational Aesthetics." *October* 110 (Fall 2004): pp. 51-79.
- Boltanski**, Luc, and **Chiapello**, Eve. *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso, 2005.
- Brooks**, David. *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*. New York: Simon & Schuster, 2000.
- Debord**, Guy. *La société du spectacle*. Paris: Buchet-Chastel, 1967. Translated by Ken Knabb as *The Society of the Spectacle*. London: Rebel Press, 2004. (<http://www.bopsecrets.org/SI/debord>)
- Deutsche**, Rosalyn, and **Ryan**, Cara Gendel. "The Fine Art of Gentrification." *October* 31 (Winter 1984): pp. 91-111.
- Florida**, Richard L. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002.
- Foster**, Hal. "The Artist as Ethnographer?" In: Fisher, Jean. *Global Visions: Towards a New Internationalism in the Visual Arts*. London: Kala Press, 1994, pp. 12-19.
- Fussell**, Paul. *Class: A Painfully Accurate Guide through the American Status System*. New York: Summit Books, 1983.

- Galbraith**, John K. *The Affluent Society*. New York: Houghton Mifflin, 1958.
- García Canclini**, Néstor. *Consumers and Citizens: Globalization and Multicultural Conflicts*. Cultural Studies of the Americas, 6. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.
- Glaeser**, Edward L. "Review of Richard Florida's *The Rise of the Creative Class*." *Regional Science and Urban Economics*, vol. 35, 5 (September 2005): pp. 593-596.
- Henwood**, Doug. *After the New Economy*. New York: New Press, 2003.
- Hajer**, Maarten A., and **Reijndorp**, Arnold. *In Search of New Public Domain: Analysis and Strategy*. Rotterdam: NAI Publishers, 2001.
- Holmes**, Brian. *Unleashing the Collective Phantoms: Essays in Reverse Imagineering*. Brooklyn: Autonomedia, 2008.
- Jacobs**, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House, 1961.
- Jameson**, Fredric. *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. London: Verso, 1991.
- Jameson**, Fredric. *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983-1998*. London: Verso, 1998.
- Kerr**, Clark. *The Uses of the University*. The Godkin Lectures at Harvard University, 1963. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1963.
- Kester**, Grant. "Aesthetic Evangelists: Conversion and Empowerment in Contemporary Community Art." *Afterimage* 6 (January 1995): pp. 5-11.
- Lazzarato**, Maurizio. "Strategies of the Political Entrepreneur." Translated by Timothy S. Murphy. *SubStance* 36 (2007): pp. 86-97.
- Lefebvre**, Henri. *La révolution urbaine*. [Paris]: Gallimard, 1970. Translated by Robert Bononno as *The Urban Revolution*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2003.
- Lloyd**, Richard D. *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*. New York: Routledge, 2006.
- Marlet**, Gerard, and **Van Woerkens**, Clemens. *Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch Cities*. Discussion Paper Series. Utrecht: Tjalling C. Koopmans Research Institute, 2004.
- Marwick**, Arthur. *Class: Image and Reality in Britain, France and the USA Since 1930*. New York: Oxford University Press, 1980.
- McGregor**, Douglas. *The Human Side of Enterprise*. Toronto: McGraw-Hill, 1960.

Mills, C. Wright. *The Power Elite*. New York: Oxford University Press, 1957.

Mokhiber, Russell. "Review: *Bobos in Paradise* by David Brooks." <http://www.yesmagazine.org> (2000).

Mouffe, Chantal. [n.t.] *Artforum*, vol. 48, 10 (Summer 2010): pp. 326-327, 384.

Ouchi, William G. *Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge*. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1981.

Packard, Vance. *The Status Seekers: An Exploration of Class Behavior in America*. New York: D. McKay, 1959.

Pine, B. Joseph, and Gilmore, James H. *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

Pine, B. Joseph, and Gilmore, James H. *Authenticity: What Consumers Really Want*. Boston: Harvard Business School Press, 2007.

Ray, Paul H., and Anderson, Sherry R. *The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World*. New York: Harmony Books, 2000.

Rifkin, Jeremy. *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-for Experience*. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam, 2000.

Ross, Alan S. C. "Linguistic Class-Indicators in Present-Day English." *Neuphilologische Mitteilungen*, vol. 55 (1954): pp. 113-149.

Veblen, Thorstein B. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: A Mentor Book, 1912. (http://xroads.virginia.edu/~hyper/veblen/veb_toc.html)

Whyte, William H. *The Organization Man*. Garden City: Doubleday, 1956.

Yúdice, George. *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era*. Post-contemporary interventions. Durham: Duke University Press, 2003.

Zukin, Sharon. *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. Johns Hopkins studies in urban affairs. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1982.

Zukin, Sharon. *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford: Oxford University Press, 2010.

Inleiding

Hans Brens
Camiel van Winkel

Met de derde Hermeslezing in vijf jaar tijd kunnen we beginnen te spreken van een traditie. Na Jeff Wall in 2006 en Liam Gillick in 2008 zal de Amerikaanse kunstenares Martha Rosler op 14 november 2010 als derde spreker in de reeks kunstenaarslezingen optreden. Deze twejaarlijkse reeks is ontstaan uit een samenwerking tussen AKV | St. Joost en het businessnetwerk Hermes. Als locatie dient opnieuw de monumentale Bois-le-Duczaal van het Provinciehuis in 's-Hertogenbosch, die het bestuur van de provincie Noord-Brabant vriendelijk ter beschikking heeft gesteld.

Martha Rosler (Brooklyn, NY) is een gerenommeerde kunstenaar die sinds de vroege jaren zeventig een rijk beeldend oeuvre heeft opgebouwd. Behalve videowerken, foto/tekstmontages, performances en projecten op locatie is ze ook de auteur van lucide en kritische essays over kunst, kunstcontext en kunstpolitiek. Met collega-kunstenaars als Allan Sekula, Mary Kelly en anderen behoort Rosler tot de generatie kunstenaars die het gedachtegoed van de conceptuele kunst heeft gecombineerd met een politiek getinte stellingname tegenover kunst en maatschappij. Met behulp van een kritische en feministische toepassing van de semiotiek stelde zij de neutraliteit van taal en visuele representaties ter discussie. Roslers fotomontages commentariëren de manier waarop oorlogen en andere geopolitieke gebeurtenissen door de massamedia worden verzacht middels

een inkleding in aspecten van leefstijl, huiselijkheid, seksualiteit en modern comfort.

Martha Rosler is door ons gevraagd om in haar Hermes-lezing in te gaan op de maatschappelijke en politieke positie van kunstenaars in de context van Richard Florida's sociaal-economische theorie van de "creatieve klasse". Deze theorie, gelanceerd door Florida in zijn boek *The Rise of the Creative Class* uit 2002, draait om het grote belang van de creatieve sector voor de economische en ruimtelijke ontwikkeling van een stad of regio. Een hoge concentratie professionals met een creatief beroep (ontwerpers, copywriters, musici, kunstenaars, filmmakers) zou het vestigings- en investeringsklimaat sterk ten goede komen. Aangezien de *high bohemiaans* van de creatieve klasse vaak het voortouw nemen bij de herontwikkeling van oude haven- en industriegebieden, geven zij een sterke impuls aan het proces van stedelijke vernieuwing. Volgens Florida profiteert zo de gehele plaatselijke economie van hun aanwezigheid.

Op basis van deze sociale en economische dynamiek zouden stadsbesturen alle middelen moeten aanwenden om creatieve professionals aan hun regio te binden. Florida heeft specifieke beleidsinstrumenten ontwikkeld—zoals een "homo index" en een "diversiteitsindex"—waarmee steden het potentieel van hun creatieve klasse in kaart kunnen brengen en vergelijken.

De stellingen van Richard Florida zijn de afgelopen jaren omarmd door lokale bestuurders en politici in Noord-Amerika en Europa. Het is de vraag of kunstenaars alleen maar blij moeten zijn met deze belangstelling voor hun positie. Wat betekent het voor de kunst wanneer de aanwezigheid van kunstenaars in een stad of regio vooral wordt gezien als een motor voor economische groei? Kunnen autonome kunstenaars wel floreren binnen de ontwerpgerichte logica van de creatieve industrie? Staat de triomf van de creatieve klasse voor de langverwachte maatschappelijke emancipatie van kunstenaars, of juist voor hun onderwerping aan een instrumentele systematiek?

Deze publicatie bevat een uitgebreide versie van de tekst die Martha Rosler op 14 november zal uitspreken.

Namens het bestuur van de Stichting Hermeslezing spreken wij graag onze dank uit aan de personen en instellingen die de lezing mede mogelijk hebben gemaakt of op enigerlei wijze hebben willen bijdragen aan het succes ervan: in de eerste plaats Martha Rosler zelf, alsmede Jennifer Allen en Bas Heijne (respectievelijk respondent en moderator); daarnaast de leden en het bestuur van Hermes; het Comité van Aanbeveling van de Hermeslezing; directie, medewerkers en studenten van AKV | St. Joost; Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch; en de Provincie Noord-Brabant.

Culturele klasse: kunst, creativiteit, stedelijkheid

Martha Rosler

Toen de abstract-expressionisten het terrein van het doek verkenden en Pollock zijn doeken los op de vloer legde om daarmee een soort "verdwaaikaart" te maken, zullen maar weinig waarnemers, en nog minder schilders, zich bewust zijn geweest van de relatie met onroerend goed, laat staan met grensoverschrijdende kapitaalstromen.

Zoals door menigeen is vastgesteld, heeft ruimte de plaats ingenomen van tijd als de belangrijkste functionele dimensie van het geavanceerde, globaliserende (en postindustriële?) kapitalisme. Onder dit economisch regime is de tijd zelf gedifferentieerd, verruimtelykt en opgedeeld in steeds kleinere eenheden. Op de een of andere manier brengt ruimte visualiteit met zich mee, zelfs binnen een virtueel regime. Het verband tussen de uitvinding van het perspectief in de renaissance en het omheinen van land in het laatmiddeleeuwse Europa, in combinatie met de nieuwe opvatting van ruimte als een terrein waar je daadwerkelijk doorheen kon navigeren, van de ene handelspost naar de andere, werd pas veel later onderkend. Zo is ook de opkomst van de fotografie wel herleid tot verschijnselen als het coderen van ruimte op aarde voor het heffen van grondrente. Al heel lang trekken kunst en commercie gezamenlijk op; ze definiëren zelfs actief elkaars bestaansvoorwaarden, door beurtelings werelden en ruimte te scheppen en die veilig te stellen.

Ik stel mijzelf hier tot taak om inzicht te krijgen in de positionering van wat Richard Florida, evangelist van het stedelijke zakendoen, de “creatieve klasse” heeft genoemd, alsmede in de gezegende rol die hij aan die klasse toekent bij het transformeren van de economie van steden, regio’s en hele samenlevingen. Daartoe zal ik hier in de ogen van sommigen wellicht buitensporig veel tijd inruimen voor theorieën omtrent stedelijkheid en vormen van subjectiviteit, die elkaar soms ook nog tegenspreken. Bij het bespreken van de geschiedenis van de naoorlogse stedelijke transformaties zal ik het enerzijds hebben over de cultuur van de kunstwereld en anderzijds over hoe de vorm van beleving en identiteit in het stedelijke regime het zoeken naar bepaalde wenselijke eigenschappen van de ruimten die wij bezoeken of bewonen tot een hersenschim maakt. Bij het overwegen van de hypothese van Richard Florida en anderen, moeten we de stedenbouwkundige en de culturele elementen daarvan eerst uiteenrafelen om ze later weer te kunnen samenvoegen. Ik vind, en ik ben niet de enige, dat de rol van cultuur centraal moet staan in elke analyse van het naoorlogse kapitalisme.

Laat ik beginnen met de Franse filosoof, theoreticus en voornamelijk surrealist Henri Lefebvre, wiens theorieën over de verruiming van moderne economieën en over het creëren en kapitaliseren van soorten ruimte bijzonder productief zijn geweest. Lefebvre begint zijn boek *La révolution urbaine* uit 1970 als volgt:

Ik ga uit van de volgende hypothese. De samenleving is volledig verstedelijkt. Die hypothese impliceert een definitie: een stedelijke samenleving is een samenleving die het resultaat is van een volledig verstedelijkingsproces. Die verstedelijking is nu nog virtueel, maar zal in de toekomst reëel worden.

Dit boek heeft de weg gebaad voor een moderne politieke geografie en het denken beïnvloed van vooraanstaande schrijvers en theoretici over cultuur en de stad, waaronder Fredric Jameson, David Harvey en Manuel Castells. Harvey wordt op zijn beurt weer door Richard Florida genoemd als belangrijke

invloed. In de inleiding bij het boek van Lefebvre schrijft geograf Neil Smith dat diens werk “de stedelijkheid op de agenda heeft gezet als expliciet punt en doel van politieke organisatie”.

In plaats van zich te laten vangen in empirisme of positivisme heeft Lefebvre niet gearzeld om het stedelijke te omschrijven als een virtuele toestand die pas in toekomstige samenlevingen volledig gerealiseerd zou worden. Volgens de typologie van Lefebvre waren de eerste steden politieke fenomenen, georganiseerd rond bestuurlijke instellingen. De politieke stad werd in de middeleeuwen verdrongen door de handelsstad, die rond de markt was georganiseerd, en daarna door de industriële stad, waarmee uiteindelijk een kritisch punt wordt bereikt in het proces van totale absorptie van de agrarische wereld door de stad. Zelfs in minder ontwikkelde, agrarische samenlevingen die (nog) niet geïndustrialiseerd of verstedelijkt lijken te zijn, is de landbouw onderworpen aan de eisen en bepalingen van de industrialisering. Met andere woorden, het stedelijk paradigma heeft alle andere paradigma’s in zich opgenomen en bepaalt de maatschappelijke verhoudingen en het verloop van het dagelijks leven. Sterker nog, het begrip “dagelijks leven” is in wezen een product van een geïndustrialiseerde, stedelijke economie.

De nadruk die Lefebvre op de stad legde, ging in tegen de geordendheid van de Zwitserse modernist Le Corbusier, die hij ervan beschuldigde niet te hebben ingezien dat de straat de plek is van een levende wanorde, een plek om te spelen en te leren, in zijn woorden. Het is de locatie van “de informatieve functie, de symbolische functie, de ludieke functie”. Lefebvre citeert de opmerking van Jane Jacobs, een van de grondleggers van het denken over steden, dat de straat zelf, met al zijn levendigheid, de beste bescherming biedt tegen geweld en criminaliteit. Ten slotte merkt Lefebvre op—ongetwijfeld denkend aan de gebeurtenissen en de slogans van mei ’68 in Frankrijk—dat de revolutie zich op straat voltrekt, waarbij uit de wanorde een nieuwe orde ontstaat, hoewel niet iedereen dat met hem eens zal zijn.

Vanuit bestuurlijk oogpunt lijkt de complexiteit van het stedelijk leven vaak een gordiaanse knoop die ontward of doorgehakt

moet worden. Een van de kerntaken van de moderniteit was het verbeteren en pacificeren van de steden in het hart van de industrialiserende wereld. De noodzaak daartoe werd al in het midden van de negentiende eeuw duidelijk, met als beste voorbeeld de steden Londen en Manchester, die in het epicentrum van de industrialisatie lagen. Om de nieuwe stedelijke bevolking in de hand te houden, moest de levensstandaard wel tot het bestaansminimum worden opgetrokken, wat in de daaropvolgende decennia geleidelijk en na veel strijd ook is gebeurd.

In ontwikkelde industriële economieën omvatte de twintigste-eeuwse stedenbouwkundige planning niet alleen technische voorzieningen op vervoersgebied, maar ook de vorming van nieuwe woonwijken met betere huisvesting voor de arbeidersklasse en de armen. Gedurende een korte periode van enkele decennia leek het moderne greep te krijgen op de toekomst. Na de Tweede Wereldoorlog vormden de platgebombardeerde Europese steden als het ware lege, onbeschilderde doeken, tot vreugde van bijvoorbeeld de Rotterdamse stadsbouwmeester die openlijk jubelde over de mogelijkheden die de vernietiging van de havenstad bood. In veel intacte of bijna intact gebleven steden in de Verenigde Staten en West-Europa volgden de projecten voor stedelijke vernieuwing en wederopbouw een soortgelijk concept: weg met het oude en smalle stratenplan, verdeel of vervang de vervallen wijken door betere wegen en openbaar vervoer. Terwijl kleinschalige industriële productie nog steeds de basis van de stedelijke economie vormde, nodigden veel steden de opkomende sectoren van de financiële en zakelijke dienstverlening uit om hun hoofdkwartieren bij hen te vestigen, met lokkertjes als aangepaste bestemmingsplannen en belastingvrijstellingen. Over de hele wereld verschenen eenvormige wolkenkrabbers met kantoren die de steden veranderden in reële en symbolische concentraties van bestuurlijk en zakelijk beheer.

De theoretische onderbouwing voor het hernieuwde stadslandschap kwam voornamelijk van eerdere, utopische ontwerpen van rond de eeuwwisseling of uit het interbellum. Dat waren progressieve, zij het totaliserende plannen voor een nieuw ontwerp van de bebouwde omgeving. Het ontging de armen in de steden

niet dat de zogenaamde stadsvernieuwing vooral gericht was op hun wijken en op de culturele tradities die die wijken zo levendig maakten. Steden werden omgebouwd ten behoeve van de hogere en middenklasse. Door de sloop van oudere wijken werden leven en cultuur van de armere inwoners aangetast; zij die zich weinig aantrokken van de wet en niet veel op hadden met burgerlijke gewoonten, verloren hun vaste ontmoetingsplekken. De motivering voor deze stadsvernieuwing varieerde, maar diende meestal de belangen van onder meer commerciële partijen, met name door het aanleggen van wegen voor vracht- en personenverkeer.

De oprichting in het midden van de twintigste eeuw van de Situationistische Internationale kwam voort uit een erkenning van de groeiende rol van het visuele in het moderne kapitalisme, in relatie tot ruimtelijkheid; de situationisten doorzagen zo ook de medeplichtigheid van kunst aan systemen van uitbuiting. Deze groep—waarvan de Franse kern bestond uit voormalige studenten (of, volgens sommigen, medewerkers) van Lefebvre—richtte zich net als Lefebvre tegen de visie van de “stralende stad” van Le Corbusier (en impliciet ook tegen andere utopische modernisten) omdat ze vonden dat hij gevangenissteden ontwierp waarin de armen werden opgesloten in een merkwaardig eendimensionale utopie van licht en ruimte, zonder toegang tot een vrij maatschappelijk leven op straat.

Misschien komt het door het primaat van het ruimtelijk register (met zijn nadruk op het visuele en een neiging tot virtualiteit en representatie) dat de architectuur weer zo’n prominente plaats inneemt in de beeldtaal van de kunst. De architectuur heeft tot op zekere hoogte niet alleen de muziek verdrongen, maar ook haar eigen spookachtige dubbelganger, de cinema, die is opgegaan in meer alledaagse vormen van bewegend beeld die overal op kleine en grotere schermen te zien zijn. Deze veranderingen in het dagelijks leven en de centrale plaats die de stad daarin innam, werden door de situationisten duidelijk ingezien. Debords opvatting van wat hij “de spektakelmaatschappij” noemt, omvat meer dan een paar specifieke voorbeelden van architectuur of onroerend goed, en overstijgt zeker het

domein van cinema en televisie. Met “het spektakel” bedoelde Debord de alomvattende, controlerende aard van de moderne industriële en “postindustriële” cultuur. Hij definieerde het spektakel dus niet in termen van representatie alleen, maar ook in termen van de maatschappelijke verhoudingen binnen het kapitalisme, dat in staat is om alles tot representatie te maken: “Het spektakel is geen verzameling beelden; het is een verhouding tussen mensen die door beelden wordt gemedieerd.” Culturele elementen stonden voor Debord weliswaar voorop, maar de nadruk lag bij hem—terecht—op het overheersende productie-systeem.

De westerse kunstwereld heeft de situationisten op gezette tijden steeds opnieuw ontdekt. Thans bekleden zij, zoals een vriend van mij laatst zei, een welhaast religieuze positie, als belichaming van de diepste wens van iedere aankomende kunstenaar/revolutionair: om tegelijkertijd deel uit te maken van de artistieke én de politieke avant-garde. De huidige aandacht voor de groep van Debord, Asger Jorn, Raoul Vaneigem en Constant, komt voorspelbaar net op het moment waarop de notie van een artistieke avant-garde zelf verdwenen is. De les die wij van de situationisten kunnen leren, draait om de vraag hoe we de macht van de “spektakelcultuur” in het hedendaagse kapitalisme kunnen bestrijden, zonder net als zij te besluiten om het terrein van de kunst geheel te verlaten (zoals Duchamp al eerder had gedaan). Daarvoor is enige context en geschiedenis vereist. Laten we verder gaan met de gebeurtenissen van de jaren zestig, hét moment van de situationisten.

Terwijl voormalige metropolitische wereldrijken zich in allerlei bochten wrongen en geweld niet schuwden om hoe dan ook goedkoop toegang te behouden tot arbeidskrachten en grondstoffen in de postkoloniale wereld, werden gedurende de hele jaren zestig westerse democratieën door beleidsbepalende elites als onbestuurbaar bestempeld, vanwege de onrust onder jongeren en kansarme groepen. Uit een aantal steden trokken volwassenen uit de middenklasse en sommige jongere “hippies” weg. Andere jongeren, waaronder veel studenten, en arbeidersgezinnen gingen zich richten op *urban homesteading* of op kraken. In steden die er niet in slaagden om zichzelf om te

vormen tot internationale centra op het gebied van financiën, verzekeringen en onroerend goed—wat New York en Londen wel is gelukt—is de kraakbeweging hardnekkig gebleken; het kraken speelt nog steeds een rol in veel Europese steden. In de Verenigde Staten werd de beweging van *urban homesteading*—die vooral gerealiseerd werd door het individueel kopen van verpauperde huizen—al snel gezien als een nieuwe, vriendelijke manier om hele wijken te koloniseren en arme mensen te verdrijven. De nieuwe bewoners uit de middenklasse werden door belanghebbenden bij onroerend goed en in kranten vaak aangeduid als “pioniers”—alsof de oude wijken konden worden begrepen op basis van het model van het Wilde Westen. Voor degenen die deze wijken binnentrokken, leek het allemaal een heel natuurlijk proces. Toen bedreigde gemeenschappen zich echter begonnen te verzetten, kreeg dit proces al snel een naam: gentrificatie.

Onder de kolonisten bevonden zich ook kunstenaars, schrijvers, acteurs en dichters. Velen van hen woonden in oude huurpanden. Kunstenaars waren echter niet zozeer op zoek naar appartementen, maar vooral naar plekken waar ze zowel konden wonen als werken; oude fabriekspanden en werkplaatsen op bovenverdiepingen waren daarvoor ideaal. In New York trokken veel dichters, acteurs en schrijvers naar oude arbeiderswijken zoals de Lower East Side, terwijl veel kunstenaars zich in oude bedrijfspanden in nabijgelegen wijken vestigden. Al minstens sinds de jaren vijftig hadden er kunstenaars in dergelijke “lofts” gewoond, maar stadsbestuurders zagen dit gebruik toch als tijdelijk en illegaal, hoewel het hen niet ongelegen kwam.

Sharon Zukin, stadssociologe uit New York, was een scherp waarnemer van dit proces. In haar boek *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change* uit 1982 beschrijft Zukin de rol van kunstenaars bij het begrijpelijk en zelfs aantrekkelijk maken van dit “loft-leven”. Ze concentreert zich op de transformatie vanaf midden jaren zestig van het *cast iron district* van New York in een “kunstenaarsdistrict” dat uiteindelijk de naam Soho kreeg. In haar opmerkelijke boek ontvouwt Zukin een theorie over stedelijke verandering waarin kunstenaars en de hele kunstsector, met name commerciële galeriën, kunstenaarsinitiatieven en musea

een drijvende kracht zijn voor het herbestemmen van de post-industriële stad en voor de herverdeling van onroerend goed ten behoeve van elites. Zij schrijft:

Door het verschijnsel van woonlofts te beschouwen in termen van terrein en markten in plaats van "leefstijl", ontdek je een verband tussen veranderingen in de bebouwde omgeving en de collectieve toe-eigening van openbaar bezit. (...) als je de vorming van markten bestudeert (...) zijn het eerder investeerders die in beeld komen als motor van verandering dan consumenten.

Ze laat zien hoe deze beleidswijziging werd bevorderd door stadsbestuurders, kunstliefhebbers en goedgesitueerde beschermheren van de kunst die zitting hadden in grondcommissies of andere machtsposities bekleedden.

Met de vorming van een achterban voor het behoud van historisch erfgoed en de kunsten werd een fascinatie voor oude gebouwen en kunstenaarsateliers vertaald in de collectieve toe-eigening van deze ruimten voor moderne woningen en commercieel gebruik. In grote lijnen vormde het wonen in lofts de genadeslag voor de oude verwerkingsindustrie in steden als New York en luidde het een laatste stadium in van hun transformatie tot hoofdsteden van dienstverlening.

Zukin citeert een kunstenaar die terugblijkt op de omvorming van Soho tot een buurt waar de behoeften van kunstenaars voorrang kregen boven die van arme mensen:

Op de laatste hoorzitting van de commissie moest besloten worden of Soho een kunstenaarswijk kon worden. Er waren allerlei groepen gekomen die andere zaken aan de orde wilden stellen. Arme mensen die klaagden over ratten, de huurbescherming en dat soort zaken. (...) Dat werd allemaal ter kennisgeving aangenomen. (...) Toen waren wij aan de beurt. Alle persvoorlichters waren erbij, en veel journalisten. De spots gingen aan, de camera's gingen draaien. En al die lui gingen toespraken staan houden over hoe belangrijk kunst was voor New York. (...) Het was walgelijk.

Zukin citeert ook een uitspraak van Dick Netzer, een vooraanstaand lid van de Municipal Assistance Corp van New York, het reddingsinstituut dat werd opgezet toen New York op het punt van bankroet stond:

De kunstsector is misschien klein in economische zin, zelfs in deze regio, maar de kunst-"industrie" is een van de weinige groei-industrieën. (...) [Het] is een van de zaken waarmee [de stad] zich onderscheidt en wel in positieve zin: de kunst in New York werkt als een magneet op de rest van de wereld.

Veel steden, met name zij die geen culturele sector van betekenis hadden, kozen andere strategieën voor revitalisering. Pogingen om aantrekkelijke grote bedrijven naar postindustriële steden te lokken, leidden al snel tot het besef dat eerst de behoeften en wensen van de managerselite vervuld moesten worden. Het verschaffen van zogenaamde levenskwaliteitsbevorderende voorzieningen om deze grootverdieners te lokken, werd tot een stedelijke doctrine, een formule voor het verschaffen van mannelijke geneugten in de vorm van conferentiecentra en sportstadions en, voor de echtgenotes, musea, dans en een symfonieorkest. Een vroeg en opvallend voorbeeld hiervan is het door John Portman ontworpen Detroit Renaissance Center uit 1977. Dit aan de rivier gelegen complex van zeven wolkenkrabbers, eigendom van General Motors dat er zijn wereldhoofdkwartier heeft, met het hoogste gebouw in de staat Michigan, staat in de stad die tegenwoordig wordt gebruikt als meelijwekkend voorbeeld van industriële teloorgang. Ondanks alle met obligaties gefinancierde belastingvrijstellingen die dit soort bouwprojecten vreemd genoeg kregen en ondanks al het geld waarmee de kunst werd ondersteund, slaagden steden er uiteindelijk niet in om een fatsoenlijke basis op te bouwen van belastingbetalende bedrijven, zelfs niet toen de trend van de vlucht uit de stad allang was gekeerd. Ondanks het falen van deze strategie wordt zij nog steeds toegepast, maar er moest een alternatief worden bedacht. Het zoeken naar een betere revitaliseringsstrategie, die meer grootverdieners en toeristen aan zou trekken, nam tenslotte een culturele wending, voortbor-

durend op het succes van kunstenaarsdistricten in postindustriële economieën.

Er is in iedere fase van de moderniteit altijd veel van kunstenaars gevraagd. Vooral sinds de romantiek hebben kunstenaars dikwijls een zendingsdrang gekoesterd, een verlangen om een hoogstaand standpunt in te nemen in maatschappelijke kwesties en een rol te spelen bij politieke omwentelingen. In laatste instantie kan dat worden opgevat als noodzakelijke—maar misschien denkbeeldige—compensatie voor hun ongemakkelijke rol als dienaren van rijkdom en macht. In vroeger tijden leverden kunstenaars werk op bevel van hun broodheren, waardoor ze hun eigen ideeën alleen maar tot uitdrukking konden brengen in de formele elementen van de gekozen thema's. Tegen de negentiende eeuw, toen ze niet langer de steun genoten van beschermheren, waren kunstenaars vrij om alternatieve benaderingen van zowel vorm als inhoud te bedenken en uit te voeren, waaronder ook het realisme en rechtstreeks maatschappelijk commentaar. Toch hadden de nieuwe afnemers uit de middenklasse en de overheid hun eigen voorkeuren en wensen, ook al werd een zekere mate van schending daarvan verwacht en geaccepteerd, zij het vaak tijdelijk (de Salon des Refusés was tenslotte ingesteld door Napoleon III). Dat men ten tijde van het *fin de siècle* zijn toevlucht zocht in formalistische argumenten, esthetiek of "kunst omwille van de kunst" wordt wel beschouwd als een defensieve actie van de vooruitstrevende kunstenaars van die tijd, die daarmee een professionele afstand schiepen tot het maatschappelijke domein en tegemoetkwamen aan de voorkeuren van hun afnemers in de hoge burgerij, na een eeuw die in heel Europa was gekenmerkt door revoluties, en midden in een periode waarin de strijdbaarheid van fabrieksarbeiders toenam. In de Verenigde Staten was kunst in de eerste helft van de nieuwe eeuw door de maatschappelijke en politieke elites op een voetstuk geplaatst, wat had bijgedragen aan de cultuurverwerving van immigranten en tot op zekere hoogte ook aan die van de eigen arbeidersklasse. Met name in de naoorlogse tijd werd geavanceerde, formalistische kunst opgehemeld, waardoor een wereldse benadering van het transcendent mogelijk scheen.

De middennegentiende-eeuwse retoriek van de autonomie van de kunst diende, althans in de Verenigde Staten, als geruststellende boodschap aan het geschoolde deel van het publiek, die inhield dat het formalisme, en in nog sterkere mate de abstractie, een bolwerk vormde tegen totalitaire tendensen. Deze stilzwijgende overeenstemming zorgde ervoor dat voorzichtige kunstenaars zich in de jaren vijftig, de hoogtijdagen van de Koude Oorlog, verre hielden van enig politiek engagement. In die situatie kon alleen autonome kunst beweren een kritische kunst te zijn. Toch was van geavanceerde, laat staan van abstracte kunst, moeilijk te verwachten dat ze grote aantallen mensen zou weten aan te spreken. Daarmee was de "professionalisering" van de kunst er tegelijk de oorzaak van dat zij een discours in beperkte kring bleef.

De argumenten voor een autonome kunst werden in de jaren zestig en zeventig terzijde geschoven met het omverwerpen van het op Kant geënte hoogmodernisme, hoewel de waarde van cultureel kapitaal zeker niet wegzakte in het cultureel bewustzijn van de massa. Het idee van smaak werd beschouwd als in tegenspraak met geavanceerde kunst, die nu directer aanhaakte bij eerdere antiburgerlijke avant-gardes zoals het Russische formalisme en het dadaïsme. Smaak werd gezien als de aangeslibde, verwerpelijke voorkeur van heersende elites. Daarentegen stond de Russische kunst voor een verbondenheid met de maatschappelijke revolutie en hadden Dada-kunstenaars een gezamenlijke inspanning geleverd om "kunst te vermengen met het dagelijks leven" en de gevestigde structuren binnen de kunst omver te werpen. Geavanceerde kunst wenste zichzelf niet langer te positioneren als een weg tot transcendentie—en al helemaal niet als een door de overheid gesteunde kunst—maar wierp eerder een scherpe blik op de "tweede natuur", de door mensenhanden gemaakte wereld: een duidelijk teken van een gevoel voor stedelijkheid. Maar pop art, ongeacht wat er goed aan is en welke suggesties van verzet er ook in zitten, kan nauwelijks worden beschouwd als de kunst van een voorhoede. Terwijl sommige kunstenaars probeerden de commercialisering te vermijden door goedkope of schijnbaar onverkoopbare kunstvormen te ontwikkelen zoals performances, omzwervingen,

ansichtkaarten of landschapskunst op afgelegen locaties, streefden veel anderen juist naar beroemdheid en cultstatus en (uiteindelijk) ook naar een vereenzelviging met mode. De “slechte smaak” van vandaag kon wel eens de nieuwste trend van morgen bepalen.

Tijdens de turbulente jaren zestig ontleenden de leden van de oudere generatie hun identiteit voornamelijk aan hun werk, maar de omvangrijke nieuwe generatie die in aantocht was, leek haar identiteit te ontlenen aan meer persoonlijke en op consumptie gerichte zaken, waaronder ook de tegencultuur. De aandacht van deze jongeren ging vooral uit naar muziek, kranten, goedkope mode en dergelijke; ze verwierpen de *rat race* van het bedrijfsleven, de dwang van de meerderheid, onderdrukkende gedragscodes, de “doodscultuur” (het militarisme), en vaak ook het grotestadsleven zelf. Deze erg zichtbare groep werd nauwlettend gevolgd wat hun smaak betreft. Met reclame en marketing kon de markt worden opgedeeld, waarbij het ene pakket boodschappen gericht was op traditionele consumenten en het andere op jonge mensen, met als thema “revolutie”—echte of vermeende politieke “revolutie”, of, naarmate de betekenis van het woord veranderde, een revolutie die om consumeren draaide—de interpretaties varieerden nogal.

Hoe de keuzes van consumenten met elkaar in verband stonden, werd bestudeerd door onderzoeksinstellingen zoals het Stanford Research Institute, of SRI, onderdeel van Stanford University, een exclusieve, particuliere universiteit in Californië, tot het door studentenprotesten tegen het militaire onderzoek dat er ook werd verricht in 1970 gedwongen was de campus te verlaten en zelfstandig verder te gaan.

“Leefstijl”, een indicatie van de veranderingen op het gebied van consumentisme, was een neologisme uit de jaren zestig dat al snel gemeengoed werd in het dagelijks taalgebruik. In 1978 kwam het SRI met een meeteenheid voor leefstijl, de Values and Lifestyles (VALS) “psychografiek”, door het blad *Advertising Age* uitgeroepen tot “één van de tien grootste doorbraken op het gebied van marktonderzoek van de jaren tachtig”. De VALS onderscheidde de categorieën vernieuwers, denkers, presteerders, belevers, gelovigen, strevers, makers en

overlevers, elk weer verdeeld over twee dimensies: primair en secundair. VALS is gekoppeld aan andere meetmethoden die grondige informatie verschaffen over hoe elk van de acht types bijvoorbeeld geld gebruikt, investeert en spaart. Met dergelijke gedetailleerde informatie konden marketingmensen hun verkooppraatjes op maat snijden—ook bij zaken die onderwerp hadden moeten zijn van openbaar debat.

Zo werd het begrip smaak, een van de belangrijkste indicatoren van sociaal-economische klasse, omgevormd tot iets wat geen hiërarchisch belang of verband met macht meer leek te hebben. In plaats van een indicatie van het lidmaatschap van een economische of sociale groep, werd smaak alleen nog maar een aspect van iemands voorkeuren als consument. In de jaren zestig sneuvelde ook het paradigma van Greenberg, dat was gebaseerd op een Kantiaanse indeling van vermogens waarin het smaakvermogen het belangrijkste attribuut is van mensen met gevoel. Het zou absurd zijn om het Kantiaanse vermogen van smaak op één hoop te gooien met de smaak van consumenten, maar er valt wel iets voor te zeggen dat als het beeld van de maatschappelijke wereld verschuift, de ideeën waaraan avant-gardekunst zijn energie ontleent ook verschuiven. Op een “pre-postmodern” moment, toen zich bij kunstenaars een zekere paniek manifesteerde over de onstuitbare opmars van het consumentisme en de massacultuur, en pop art zich richtte op een massapubliek, veranderde ook het begrip penkader van de cultuur.

In elke moderne industriële samenleving is smaak altijd de uitdrukking geweest van een bepaalde klasse en een sociale status. De Amerikaanse cultuurhistoricus en hoogleraar Engelse literatuur Paul Fussell, schrijver van het veelgeprezen boek *The Great War and Modern Memory* (1975), publiceerde in 1983 een dun, maar bijtend en scherpzinnig boek met de titel *Class: A Painfully Accurate Guide Through the American Status System*. Er waren al eerder publicaties verschenen over heersende elites, zoals het boek *The Power Elite* van socioloog C. Wright Mills, het controversiële artikel van de Britse taalkundige Alan Ross uit 1954 over het onderscheid tussen “U” en “niet-U” spraakpatronen—waarbij de U staat voor “upper class”—en *Class: Image*

and Reality (1980) van Arthur Marwick, dat ook door Fussell wordt geciteerd. Fussell had zijn boek geschreven als een populair betoog waarin hij wilde aantonen dat smaak geen persoonlijk kenmerk is, maar meer de uitdrukking van sociaal-economische groepsvorming. In zijn voorwoord beschrijft hij met zichtbaar genoegen hoe mensen—mensen uit de middenklasse—met afschuw en zelfs woede reageren als je het woord “klasse” laat vallen. Zijn vernietigende beschrijving van de misstappen van de niet-elite is duidelijk zelf van klasse doordrenkt. Pas als hij het heeft over een smaakklasse die hij klasse X noemt—waartoe hij ook zichzelf rekent—raakt hij het spoor een beetje bijster, omdat hij nu eenmaal dol is op dit bonte gezelschap van lieden die aan zelfverwezenlijking doen, veelal een universitaire achtergrond hebben, zich niets aantrekken van maatschappelijke codes op het gebied van kleding en gedrag en alleen zichzelf behagen. In deze groep herkennen we niet alleen de belichaming van de tegencultuur, inmiddels volwassen geworden en afgestudeerd, maar ook de goudmijn van de “creatieve klasse” (of een gelijksoortige categorie) die in die tijd voor het eerst intensief werd bestookt door experts in niche-marketing; dit proces van maatschappelijke groepsvorming lijkt Fussell over het hoofd te hebben gezien.

Enkele decennia later, in 2000, schreef de conservatieve ideoloog en mediafiguur David Brooks in zijn bestseller *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There* dat “de waarden van de tegencultuur zijn doorgedrongen in het bedrijfsleven—het enige domein in het Amerikaanse leven waar mensen het nog hebben over het promoten van ‘revolutie’ en daarin serieus worden genomen”. Zijn stelling is dat in het informatietijdperk de hoogopgeleide elite “met één been in de bohemienachtige wereld van de creativiteit staat en met een ander been in het burgerlijk domein van ambitie en werelds succes”. Met veel venijn en ironie stelt Brooks dat het kapitalisme heeft gezegevierd over iedere andere mogelijke politieke ordening die jongeren die anders zijn dan hijzelf, in de westerse democratieën en met name in de Verenigde Staten, hadden gehoopt te creëren:

We zijn inmiddels allemaal vertrouwd geraakt met moderne managers die zijn doorgegroeid van S.D.S. naar C.E.O., en van LSD naar I.P.O. Je zou bijna de indruk krijgen dat de Free Speech Movement meer managers heeft voortgebracht dan de Harvard Business School.

Om dat even te ontcijferen: S.D.S. is de afkorting van de voor de jaren zestig symbolische radicale groepering Studenten voor een Democratische Samenleving; I.P.O. staat voor “initial public offering”, waarmee de eerste beursgang van een bedrijf wordt bedoeld; en de Free Speech Movement was een studentenbeweging die op verschillende fronten agiteerde op de elitaire, hoewel openbare, Berkeley-campus van de Universiteit van Californië en de wereldwijde studentenbeweging van de jaren zestig in gang zette.

De Franse intelligentsia hebben het neologisme “bobo” (bourgeois-bohemien) van Brooks uit diens juichende analyse overgenomen, maar er een spottende, negatieve lading aan gegeven. Ik ga alleen even op dat boek van Brooks in omdat het zo nadrukkelijk gaat over smaakklassen en hun relatie tot invloed en macht.

Zijn eigen intellectuele voorgangers zoekt Brooks in “de wereld en de ideeën van midden jaren vijftig”, waarover hij terugblikkend opmerkt dat, “terwijl de oververhitte zeepbellen van de jaren zestig grotendeels uit elkaar zijn geklapt, de denkbelden van deze intellectuelen uit de jaren vijftig [William Whyte, Jane Jacobs, J.K. Galbraith, Vance Packard] nog steeds weerklank vinden”. Brooks noemt zijn eigen werk “komische sociologie”. Hij complimenteert zijn lezers met hun eigenzinnige smaak, maar negeert degenen die niet binnen zijn klasse van consumentensmaak passen. Het patroon van “geldsmijterij en duurdoenerij”—beschreven door Thorstein Veblen in *The Theory of the Leisure Class* uit 1899—geldt niet voor de leden van deze groep, klasse X, want in tegenstelling tot de klasse van zakenlieden uit de Vergulde Eeuw geven zij liever veel geld uit aan dingen die nuttig, bruikbaar en deugdzaam zijn.

Zo’n tien jaar later blijkt de ontspannen, tolerante wijsheid van deze goedaardige “bobo”-klasse in opkomst van vluchtige

aard te zijn geweest. Zoals Russell Mokhiber schrijft:

De meeste mensen in de Verenigde Staten (laat staan in de rest van de wereld) delen niet mee in de groeiende rijkdom [van de bobo's] en denken waarschijnlijk heel anders over belangrijke zaken, waaronder begrippen als "verdienste", eerlijkheid, overheidsregulering en gelijke verdeling van welvaart. Deze meerderheid van de bevolking zou wel eens baat kunnen hebben bij meer confrontatie, in plaats van minder.

Rond de millenniumwisseling, kort na het ineenstorten van de Nieuwe Economie die "alles en iedereen vlot zou trekken", publiceerde Richard Florida zijn bestseller *The Rise of the Creative Class* (2002). Daarin introduceerde hij een manier van praten over de behoeften en keuzes van de doelgroep van Zukin—en in bredere zin ook die van Brooks en Fussell—waarvoor hij een kader schiep dat als een blauwdruk ging dienen voor stadsplanners en beleidsmakers.

"Cultuur is het artikel dat alle andere artikelen verkoopt." (Slogan van de situationisten)

Florida lijkt weinig belangstelling te hebben voor het bevrijdingspotentieel van de creatieve klasse. Mensen die geloven in de notie van een krachtige klasse van creatieve mensen—zoals de "cultureel creatieven" van de onderzoekers Paul H. Ray en Sherry Ruth (onderwerp van hun boek uit 2000)—zien deze groep als progressief, maatschappelijk betrokken en spiritueel (zonder kerkelijke binding), en daarmee als actief in bewegingen die gericht zijn op politieke en maatschappelijke verbetering. In het algemeen leidt de nadruk op smaakklassen en leefstijl tot het vermijden van vragen over arbeidsorganisatie en politieke controle. Richard Lloyd stelt echter in zijn *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City* (2006) dat kunstenaars en "hippe" mensen niet alleen medeplichtig zijn als consumenten, maar dat ze bovendien goede diensten verlenen aan het kapitaal in de rol van "losse" arbeidskrachten ("nuttige" arbeiders noemt Lloyd ze) bijvoorbeeld als dienstverleners of

freelance ontwerpers. In deze diagnose klinken de ideeën van de situationisten en Henri Lefebvre door, volgens wie de culturele klassen ondersteuning boden aan de elite bij het aansturen van arbeid en stedelijke verandering.

In zijn paradigmatische boek *The Expediency of Culture* uit 2001 zet cultuurtheoreticus George Yúdice deze denkwijze door. Hij brengt de "culturalisering" van de politiek en het gebruik en tegengebruik van cultuur in kaart, met name in de Verenigde Staten en Latijns-Amerika. Yúdice probeert expliciet te maken hoe cultuur is omgevormd tot een hulpmiddel voor zowel overheidsinstanties als bevolkingsgroepen. Hij citeert daarbij uit Fredric Jamesons werk van begin jaren negentig, over het postmodernisme en "the cultural turn", waarin deze beweert dat de culturele dimensie "in het gehele maatschappelijke domein [is geïnfiltreerd], zodat alles in ons sociale leven—van economische waarde en staatsmacht tot allerlei praktijken en zelfs de structuur van onze psyche—in zekere zin 'cultureel' geworden is." Yúdice haalt er het door Foucault gemunte begrip "gouvernementaliteit" bij (het managen van bevolkingen of "het gedrag van het gedrag") als de matrijs voor de verschuiving van diensten van de staat naar culturele sectoren onder invloed van het neoliberalisme. De theorieën van Foucault—en die van Lefebvre en van Freud—over het internaliseren van gezag kunnen zeker van nut zijn bij het bespreken van de gebleken passiviteit van kenniswerkers en de hoogopgeleide klassen in het algemeen.

Bij het beschouwen van de rol van cultuur in hedendaagse samenlevingen moeten we kijken naar de herkomst van het begrip "creatieve klasse", te beginnen met wat er zoal is gezegd over het toenemend economisch en maatschappelijk belang van de productie en manipulatie van informatie. Rond 1960 werd onderkend hoe belangrijk de groep van werknemers was die afwisselend bekend stonden als kenniswerkers, symboolanalisten en, meer recent, creatieven. De bewierookte managementgoeroe Peter Drucker komt de eer toe om in 1959 de term "kenniswerker" te hebben bedacht. De term "symboolanalist" is afkomstig van de econoom Robert Reich.

De revolutionaire visie van Clark Kerr, een voormalige arbeidsadvocaat die midden jaren zestig hoofd werd van de toen in opkomst zijnde Universiteit van Californië, was gebaseerd op de productie van kenniswerkers. Kerr, de man op wie de Free Speech Movement (waarmee Brooks de draak stak) het voornamelijk gemunt had, was van mening dat de universiteit een "primair instrument van nationaal streven" was. In zijn invloedrijke boek uit 1963, *The Uses of the University*, schreef Kerr:

Wat de spoorwegen hebben gedaan voor de tweede helft van de vorige eeuw en de auto voor de eerste helft van deze eeuw, kan de kennisindustrie doen voor de tweede helft van deze eeuw.

Met *The Coming of Post-Industrial Society* (1973) en zijn latere boek *The Cultural Contradictions of Capitalism* (1976) bepaalde de socioloog Daniel Bell de termen voor het discours over de organisatie van productieve arbeid (hoewel de visionaire onderwijservormer Ivan Illich de term "postindustriële" al eerder blijkt te hebben gebezigd). Richard Florida noemt Bell als een belangrijke invloed.

Tegenwoordig gebruikt men in de kunst, als het gaat om de organisatie van arbeid in ontwikkelde economieën, bij voorkeur de term post-fordisme, die in de eerste plaats veranderingen aanduidt in de gezagsverhoudingen binnen de organisatie van het productieproces. Deze term impliceert een continuïteit met eerdere fasen van kapitalistische organisatie, in plaats van een radicale breuk als gevolg van de opkomst van de informatie-economie en veranderingen in de manier waarop het arbeidsproces plaatsvindt en wordt aangestuurd. Er bestaan verschillende varianten van de post-fordistische theorie waarop ik hier niet kan ingaan, maar in het algemeen benadrukken ze enerzijds de opkomst van de kennisindustrie en anderzijds die van de dienstverlenende industrie. Post-fordisme heeft betrekking op consumptie en consumenten, maar ook op arbeidsproductiviteit; op het uiteenvallen van de massaproductie en de massamarkt in vormen van productie gericht op meer specifieke groepen van vooral hoogwaardige consumenten; en op de

verminderde invloed van de staat en de opkomst van mondiale concerns en markten. Werk dat onder post-fordistische omstandigheden wordt verricht in de zogenoemde kennisindustrieën en de creatieve sector is wel aangeduid als "immateriële arbeid", een (omstreden) term van de Italiaanse post-marxistische filosoof Maurizio Lazzarato. Tot de brede categorie van immateriële arbeid behoren ook vormen van arbeid die beschouwd worden als "affectief" (Hardt en Negri). Onder affectieve arbeid vallen niet alleen reclame en PR—en volgens veel kunstenaars ook kunst—maar tevens alle niveaus van werk waarin de werknemer rechtstreeks contact heeft met het publiek. Het begrip omvat allerlei bedrijfstakken in de dienstverlening en doordringt uiteindelijk de gehele samenleving. In "Strategies of the Political Entrepreneur" schrijft Lazzarato:

Als de fabriek onzichtbaar is geworden, komt dat niet doordat hij verdwenen is maar doordat hij gesocialiseerd is en in die zin immaterieel is geworden: een immaterialiteit die desondanks nog steeds maatschappelijke verhoudingen, waarden en winsten produceert.

Dit werpt ook meer licht op de reden waarom Yúdice verwijst naar Foucaults idee van gouvernementaliteit en naar Judith Butlers opvattingen over performativiteit wanneer hij uiteenzet hoe de politieke strijd tegenwoordig wordt gevoerd, want deze concepten gaan expliciet over de *internalisering* van dominant discours en gedragscodes. In die zin bieden de categorieën van immateriële en affectieve arbeid een meer genuanceerde en historisch beter onderbouwde visie op de wereld dan het corresponderende begrippenkader van Florida.

In zijn beschrijving van de "creatieve klasse" spreekt Florida zijn dank uit voor Fussell en noemt hij ook David Brooks even. Hoewel hij voortbouwt op schrijvers als David Harvey en wellicht andere niet nader genoemde theoretici ter linkerzijde, schetst Florida ons het vooruitzicht van een categorie personen die, als "menselijk kapitaal", ongevraagd en eigenlijk alleen ten koste van henzelf, uw stad zullen omvormen tot iets wat geheel naar uw wens is. In plaats van het recht op de stad te zien als de

uitkomst van een strijd, zoals Harvey het noemt, berust het traject van Florida op de onvermijdelijkheid van maatschappelijke veranderingen waarbij de arbeidersklasse en de armen al bij voorbaat het onderspit hebben gedolven.

Maar eerst de creatieve klasse zelf: wat Zukin aanduidt als de "kunstzinnige productiemodus" bij het reconstrueren van stadscentra, noemt Florida de opkomst van de creatieve klasse. Zukin legt nergens precies uit wat ze daarmee bedoelt, maar ze beschrijft de productie van waarde en van ruimte zelf, in termen ontleend aan Lefebvre. Zukin volgt het hele proces vanaf het begin tot het huidige resultaat, waarbij ze de structurele elementen die nodig zijn om stedelijke verandering tot stand te brengen uiteenrafelt en laat zien wat voor effect een dergelijke verandering heeft op de bewoners en belanghebbende klassen. In de versie van Florida verdwijnt dat hele proces echter in een vloedgolf van statistische gegevens en empirische indicatoren aan de hand waarvan economisch succes kan worden herleid tot de creatieve klasse. Centraal in de analyse van Zukin staat de uiteindelijke verdrijving van kunstenaars, een ontwikkeling waar Florida niet op ingaat; zijn creatieve klasse omvat immers veel meer grootverdieners uit het bedrijfsleven dan kunstenaars, van wie de meesten geen hoog inkomen genieten.

Zukin had al aangetoond dat de geleidelijke expansie van de "artistieke klasse" integraal onderdeel was van de artistieke productiemodus: de definitie van "kunstenaar" werd steeds ruimer en de kentheoretische definitie van wat kunst is, veranderde in overeenstemming met de gevoeligheden van de opkomende middenklasse. Zukin stelde in 1982:

De nieuwe zienswijze dat kunst eerder een "manier van doen" is dan een bepaalde "manier van zien", heeft ook invloed op de manier waarop kunst wordt onderwezen. Enerzijds leidde de "enorme nadruk op productie" (...) tot een generatie van beoefenaars in plaats van visionairs, nabootsers in plaats van vernieuwers. Professionele kunstenaars haalden maar al te gemakkelijk visuele technieken uit hun esthetische en maatschappelijke context, zich daarbij gladjes beroepend op concepten en methodologie. Anderzijds ging kunst minder elitair lijken omdat ze werd onder-

wezen als iets wat je "deed". (...) Als bijna iedereen kan leren om een techniek te imiteren en zo kunst te reproduceren, kan iedereen, waar dan ook, zich rechtmatig kunstenaar wanen. Al deze veranderingen hadden het cumulatieve effect dat kunst zowel "professioneler" als "democratischer" werd. (...) Dat opende de mogelijkheid van kunst als een carrière (...) een keuzemogelijkheid zoals vele andere (...)

Zukin citeert ook een zure opmerking, gemaakt in 1979 door Ronald Berman, de voormalige voorzitter van de Amerikaanse National Endowments for the Humanities:

Kunst is alles wat een creatieve intentie heeft, waarbij het woord "creatief" (...) is weggehaald uit het domein van de prestatie en op een geheel ander domein is overgeplant. Tegenwoordig duidt het op een houding tegenover het zelf; het valt niet meer onder esthetiek, maar onder gepopulariseerde psychologie.

Ik kan hier niet ingaan op de veranderingen in de opvatting over kunst, en evenmin op de manier waarop de modellen van het kunstonderwijs in de naoorlogse periode zijn veranderd, hetgeen een onderwerp van voortdurende studie en strijd is zowel binnen kunstacademies als daarbuiten. Een kernpunt daarbij is wel dat het aantal mensen dat zichzelf kunstenaar noemt sinds de jaren zestig enorm is toegenomen, in gelijke tred met veranderende opvattingen over wat deze benaming inhoudt.

Florida doet zijn intrede op een keerpunt in dit proces, waarbij de essentie voor steden niet langer ligt in de kunst of de kunstenaar, maar in de indruk dat ergens in de buurt kunst wordt gemaakt. Als beleidsdeskundige bewijst Florida herhaaldelijk lippendienst aan de economische grondslag van klassenindelingen. Dat moet hij ook wel, aangezien zijn definitie van creatieve klasse gebaseerd is op vormen van economisch productiviteit. Economische gegevens blijken echter niet bepaald een integraal onderdeel van zijn analyses uit te maken, terwijl het gebruik dat hij van deze categorie maakt zwaar leunt op leefstijl en consumentenkeuzes. Zij omvat ook de subcategorie van homoseksuelen, raciale en etnische categorieën van "ver-

schil" en andere aan identiteit gerelateerde indelingen die losstaan van werk en beroep. Dat is niet in tegenspraak met het feit dat we het wel degelijk hebben over klasse en inkomen. Hoewel de tolerantie van "verschil" in Florida's scenario toch zeker ook gekleurde mensen moet omvatten die op een lager niveau in de dienstensector werken en in behoorlijke concentraties opduiken in de stad (ook al wonen ze misschien ergens anders), bestaat de creatieve klasse niet uit slecht betaalde werknemers aan de onderkant van de dienstensector.

Florida's classificatie is beïnvloed door elementaire Amerikaanse economie- en sociologieboeken, waaronder Erik Olin Wrights sterke beschrijving van de nieuwe klasse van professionals en managers (ook wel aangeduid als "nieuwe kleinburgers" ter onderscheiding van de "oude kleinburgers", een klasse van middenstanders en dergelijke die ontevreden en verbitterd zijn geraakt door een achteruitgang in welvaart en het afbladderen van hun traditionalistische wereldbeeld). Florida's categorieën zijn echter ontleend aan de Standaard Beroepsindeling van de Amerikaanse overheid. De groep die hij creatieve klasse noemt omvat een brede groep van "creatieve professionals uit het bedrijfsleven, de financiële sector, de juridische sector, de gezondheidszorg en verwante sectoren", die "zich bezighouden met het oplossen van complexe problemen waarvoor een hoge mate van onafhankelijk beoordelingsvermogen, een hoog opleidingsniveau en veel menselijk kapitaal vereist zijn." Daarbinnen zit een "supercreatieve kern" van "mensen werkzaam in wetenschap en techniek, architectuur en vormgeving, onderwijs, kunst, muziek en entertainment, die als taak hebben om nieuwe ideeën, nieuwe technologieën en/of nieuwe creatieve inhoud te bedenken."

In een kritiek vanuit de politieke linkerzijde merkt Doug Henwood op dat de creatieve klasse van Florida ongeveer 30 procent van de beroepsbevolking omvat en de "supercreatieve kern" ongeveer 12 procent. Met betrekking tot een bepaalde categorie van supercreatieven, namelijk "iedereen die met computers werkt of iets met wiskunde doet", merkt Henwood op dat een deel van deze banen "nauwelijks kan worden aangemerkt als supercreatief". De Amerikaanse Standaard Beroep-

penindeling rekent naast computerprogrammeurs ook medewerkers van callcenters en helpdesks tot de categorie IT, en deze beschouwen hun werk hoogstwaarschijnlijk niet als creatief maar "eerder als monotoon werk waarvoor zelfs geen scholing meer nodig is".

De Harvard-econoom Edward Glaeser heeft bewondering voor het boek van Florida als een boeiend geschreven popularisering van de onder stedenbouwkundigen algemeen aanvaarde stelling dat menselijk kapitaal de motor van de groei is. Hij ziet echter geen meerwaarde in het postuleren van creatief kapitaal als een aparte categorie. Glaeser schrijft:

De aanwezigheid van vaardigheden in een grootstedelijk gebied kan de productie van nieuwe ideeën en de groeisnelheid van stadsgebonden productiviteit doen toenemen, maar als Florida wil beweren dat er een [effect] bestaat van bohemienachtige, creatieve types dat het effect van menselijk kapitaal overstijgt, dan zou dat toch uit de cijfers naar voren moeten komen.

Glaeser heeft een statistische regressieanalyse losgelaten op gegevens over bevolkingsgroei aan de hand van vier variabelen: 1) het aandeel van plaatselijke mensen die werken in de "supercreatieve kern", 2) het aantal patenten per hoofd van bevolking in 1990, 3) de homo-index, ofwel het aantal homoseksuele stellen in een bepaald gebied in relatie tot de gehele populatie, en 4) de bohemien-index—het aantal artistieke types in relatie tot de gehele populatie. Glaeser concludeert daaruit dat in alle regressieanalyses de belangrijkste effecten op de groei van de stad eerder samenhangen met het onderwijsniveau dan met Florida's maatstaven, en dat in feite in alle steden, op twee na, "de homoseksuele populatie een negatief effect heeft". Hij concludeert:

Ik interpreteer dat zeker niet in de zin dat homoseksuelen slecht zijn voor de groei, maar ik zou ook niet aan burgemeesters willen suggereren dat ze de economische ontwikkeling het beste kunnen aanzwengelen door meer homoseksuelen binnen te halen. Er zijn genoeg goede redenen om tolerant te zijn, zonder een op niets

gebaseerd verhaal op te hangen dat de bohème de stedelijke ontwikkeling zou bevorderen.

Ook zegt hij:

Er zijn geen aanwijzingen dat diversiteit of bohème van enige invloed zijn, wanneer je de factor van het menselijk kapitaal verdisconteert. Op zich hebben burgemeesters er meer aan om zich te richten op de basisvoorzieningen voor hoogopgeleiden dan te denken dat ze uit de problemen zijn als ze maar een funky, hip, bohemenachtig stadscentrum creëren.

Hoewel Glaeser het opleidingsniveau een betere voorspellende factor voor de groei van stedelijke werkgelegenheid vindt, komen de Nederlandse beleidsonderzoekers Gerard Marlet en Clemens van Woerkens tot de conclusie dat de creatieve-klasse-indicator toch net iets beter werkt. Dat lijkt echter niets af te doen aan de kritiek, zoals die van Henwood, dat je werknemers uit de financiële dienstverlening of de ICT niet op één hoop kunt gooien met wat de meeste werkenden, en zeker die in de kunstwereld, verstaan onder creatieve beroepen of bezigheden.

De theorie van de creatieve klasse draait om het indirecte management van bevolkingsgroepen. Zo vond het boek van Florida niet zo zeer aftrek onder politiek-economen als wel in kringen van gemeentelijke beleidsmakers, lobbyisten op zoek naar overheidssubsidies en onder zakelijke belangengroeperingen. Toen hij zijn boek schreef, was Florida docent aan de Carnegie Mellon Universiteit in het post-industriële Pittsburgh, maar daarna is hij naar de Universiteit van Toronto gegaan, waar hij nu hoofd is van het Martin Prosperity Instituut van de managementschool. Onlangs is hij benoemd tot "Europees ambassadeur voor creativiteit en innovatie" en hij heeft een stevige carrière opgebouwd als een autoriteit en als managementconsultant voor instellingen met een grotere armslag dan individuele bedrijven of bedrijfstakken.

Het geven van managementadviezen is een zeer lucratieve bedrijfstak, die draait om het identificeren van structuren van

arbeidsorganisatie en om methoden van werknemersorganisatie die het management overtuigen. Maar zelfs tijdens de industrialisatie van de jaren twintig werd in managementtheorieën al vaak beweerd dat creativiteit en persoonlijke betrekkingen het management zouden omvormen en een eind zouden maken aan hiërarchische verhoudingen, waardoor de belangen van werknemers en directie harmonieus zouden samengaan. Uit persoonlijke ervaring: in het begin van de jaren zeventig werkte ik voor een kleine uitgeverij in Zuid-Californië waar Peter Drucker, de managementgoeroe die toen op het hoogtepunt van zijn roem was, regelmatig langskwam. Wij waren erop getraind om de managementmethode "Groep Y", alom in gebruik bij Japanse bedrijven, te beschouwen als het nieuwe evangelie wat betreft de verhoudingen tussen werknemers en managers.

Maar wat was Groep Y eigenlijk? Het begrip is te herleiden tot Douglas McGregor, een hoogleraar aan de managementschool van het Massachusetts Institute of Technology, die beïnvloed was door de destijds populaire theorieën over menselijke zelfverwerkelijking van de sociaal-psycholoog Abraham Maslow. McGregor propageerde de opvatting dat werknemers en arbeiders *human resources*, menselijke hulpbronnen, waren. In zijn zeer invloedrijke boek *The Human Side of Enterprise* (1960) kenschetste hij management als iets wat door twee tegengestelde modellen kon worden aangestuurd. In Theorie X worden werknemers beschouwd als werk- en risicomijdende, niet in het belang van de organisatie geïnteresseerde figuren die behoefte hebben aan sterk leiderschap en financiële prikkels. Daartegenover ziet Theorie Y werk als iets plezierigs en mensen als van nature creatief en zelfsturend wanneer ze zich betrokken voelen bij de werkdoelen. Voortbouwend op de theorie van McGregor, en lang nadat ik bij die naar gelukzaligheid strevende uitgeverij was vertrokken, kwam William G. Ouchi met Theorie Z, die de aandacht vestigde op de Japanse managementstijl.

Al vanaf het begin van de jaren zestig maakte het Japanse management uitgebreid gebruik van "kwaliteitskringen". Het idee daarvoor was ontleend aan naoorlogse lezingen van de Amerikaanse statistici W. Edwards Deming en J.M. Juran.

Zij deden de aanbeveling om de verhoudingen in de verantwoordelijkheid voor kwaliteitscontrole tussen managers (85%) en technici (15%) om te draaien. Japanse kwaliteitskringen vergaderen wekelijks, dikwijls in de vrije tijd van de werknemers en vaak onder leiding van voormannen. In de *Business Encyclopedia* staat: "Kwaliteitskringen zijn een middel om de arbeiders te laten meepraten over het bedrijf, en het management kan baat hebben bij hun suggesties (...) De ideeën van werknemers leveren bedrijven naar verluidt miljarden dollars op."

Het management is altijd op zoek naar nieuwe invalshoeken. Promotie en beloning zijn immers afhankelijk van de suggestie dat men heeft geïnnoveerd. Om terug te komen op Florida: het doet er dan wellicht niet toe of de bohemienindex een (goede of slechte) graadmeter is voor stedelijke groei, maar dat het evangelie van de creativiteit een handvat biedt aan stadsbestuurders en planners; een nieuw "episteme", zo u wilt. Florida's stelling vindt immers ook steun in managementkringen in de kunstwereld die financiële steun zoeken bij gemeenten en stichtingen.

Europese kunstcritici en theoretici lezen echter waarschijnlijk eerder *Le nouvel esprit du capitalisme* van Boltanski en Chiapello, waarin een uitputtende analyse gegeven wordt van de nieuwe op kennis gebaseerde klassen (of onderverdelingen van klassen), alsmede van de manier waarop het kapitalisme zich de taal van de bevrijding en de nieuwe nadruk op minder autoritaire en hiërarchische werkverhoudingen heeft toegeëigend. Sociaaltheoreticus Chantal Mouffe merkte in een op de Amerikaanse kunstwereld gericht artikel in *Artforum* op:

Zoals Luc Boltanski en Eve Chiapello overtuigend hebben aangetoond in *Le nouvel esprit du capitalisme* (1999), is de managersklasse erin geslaagd om het streven naar autonomie van verschillende maatschappelijke bewegingen uit de jaren zestig over te nemen, met als enig doel om de omstandigheden te waarborgen waar de nieuwe, postindustriële manier van kapitalistische regelgeving om vroeg. Zij hebben aangetoond dat het kapitaal in staat was om het subversieve potentieel van de esthetische strategieën en het ethos van de tegencultuur—het zoeken naar authentici-

teit, het ideaal van zelfbestuur en het antihiërarchische imperatief—te neutraliseren en ze van instrumenten van bevrijding om te vormen tot nieuwe beheersstructuren die uiteindelijk het discipline kader van de fordistische tijd zouden vervangen.

En dat brengt ons bij de kwestie van authenticiteit en de creatieve klasse.

"Het geheim van acteren is oprechtheid. Als je die kunt veinzen, heb je het gemaakt." (George Burns)

In de jaren tachtig had Zukin in haar boek *Loft Living* al de vinger gelegd op een onweerlegbare paradox, namelijk het schijnbeeld-effect van de grote schoonmaak en gewenste pacificatie van de stad. Zoals ik al eerder heb gezegd, komt het goed uit dat daardoor een lastige, onhandelbare en meestal weinig verdienende bevolking plaats maakt voor kunstenaars, die zich over het algemeen betrekkelijk volgzaam gedragen. Het zoeken door kunstenaars en andere creatievelingen naar een manier van leven die niet alles verjaagt wanneer zij oudere buurten naar eigen smaak inrichten met koffiehuisen, trendy cafés en kledingwinkels, draait om de authenticiteit van de gekoloniseerde plek zoals die voor hun komst moet hebben bestaan, in een trieste versie van het toeristenparadigma. De authenticiteit van deze stadswijken met hun overwegend tot de arbeidersklasse behorende inwoners wordt niet zozeer gekenmerkt door het aanbod van cafés en winkels, als wel door wat de pers *grit* ("ruigheid") noemt. Dat begrip staat voor het ontbreken van burgerlijke gepolijstheid, voor een soort primaire natuurtoestand tegenover de onnatuurlijkheid van de stad. De komst van grote aantallen kunstenaars, hip volk en wat daar nog achteraan komt, betekent—en dat zal niemand verbazen—juist het einde van datgene wat hen in eerste instantie aantrok. En zoals in *Loft Living* wordt uiteengezet, zullen de kunstenaars en het hippe volk op den duur weer worden verdreven door rijkere mensen, die zich vestigen in verbouwde lofts of in nieuwbouw in de ont-ruimde gebieden waar voorheen bedrijven zaten. Helaas zullen veel kunstenaars die uiteindelijk gedwongen wegtrekken niet

beseffen welke rol kunstenaars zelf hebben gespeeld bij het in werking zetten van dit proces, door bezit te nemen van deze ooit zo uit de toon vallende buurten.

Zukins onlangs verschenen boek *The Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places* (2010) richt zich volledig op de argumenten van leefstijl zoals die in het werk van Florida worden gehanteerd. Ze gaat na hoe het idee en de invulling van *urban cool* zich hebben ontwikkeld met hun steeds herhaalde nadruk op die twee begrippen "authenticiteit" en "ruigheid". Het boek behandelt drie buurten in New York: de Lower East Side (of East Village), Harlem en Williamsburg in Brooklyn—het huidige epicentrum van "cool". Ook heeft ze het over het eerbiedwaardige Union Square in Manhattan, dat een lange geschiedenis kent van parades, optochten, zeepkisttoespraken en uitingen van stedelijke onrust en verval. Al twintig jaar probeert men dit plein te "temmen", onder meer door er de standplaats van de eerste boerenmarkt van de stad van te maken. Zukin citeert de reclameslogan van het Union Square Partnership, een "publiek-private samenwerking": "Eet. Winkel. Bezoek. Union Square".

Dit plein maakt deel uit van de "archipel van enclaves", door de Nederlandse stedenbouwkundigen Maarten Hajer en Arnold Reijndorp omschreven als typische nieuwe openbare ruimten die, in de woorden van Zukin, voorzien in

speciale activiteiten in een aangename omgeving (...) die het stadsleven opnieuw gestalte geven als een beschaafd ideaal (...) [met] zowel expliciete als subtiele strategieën om volgzzaamheid te bevorderen bij een publiek dat er inmiddels aan gewend is om te betalen voor een hoogwaardige beleving. (...) [Bovendien] breken deze plekken met het verleden, niet alleen door passief te vertrouwen op de burgerlijke onachtzaamheid van de stadsbewoners, die rustig de vreemde op het bankje naast hen negeren, maar ook door het hun actief mogelijk te maken om vreemden te vermijden die zij als "anders" beschouwen: daklozen, verwarde mensen, randcriminelen en personen die gewoon luidruchtig en vervelend zijn.

De rol die parken spelen in de nieuwe visies op de stad is opvallend; het is een veelbetekenende zet in het tot tuin transformeren van de stedelijke jungle.

De achterstelling van degenen die buiten de groepen vallen die profiteren van het leven in de pas gerenoveerde stad zien we terug in de scheiding tussen de ontwikkelde en de minder ontwikkelde wereld. Zoals het paradigma van de stedelijkheid alle andere in zich heeft opgenomen, zo heeft de gemondialiseerde kenniseconomie dat ook gedaan; degenen die er geen deel van uitmaken zien zich toch gedwongen om er een standpunt tegenover in te nemen.

Over het algemeen wordt het moderne, postindustriële, op informatie gebaseerde en neoliberale consumentkapitalisme gezien als een "belevingseconomie". In dat verband citeert Yúdice Jeremy Rifkins boek *Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-for Experience* (2000), waarin deze het heeft over "het verkopen en kopen van belevingen van mensen" in "themasteden, projecten van algemeen belang, vermaakcentra, winkelcentra, mondiaal toerisme, mode, eetcultuur, professionele sporten en spelen, film, televisie, virtuele werelden en [andere] gesimuleerde belevingen". Een overduidelijk effect van dit zoeken naar zinvolle, authentieke beleving is dat authenticiteit ontmaskerd wordt als een doorzichtige marketingtruc, zoals Sharon Zukin dat heeft gedaan, om nog te zwijgen van Baudrillard en vele andere literaire commentatoren van na de oorlog. We hoeven ons niet te verbazen dat er een boek over zakendoen en motivatie bestaat met als titel *Authenticity* en als ondertitel *What Consumers Really Want*. Dat boek van Joseph Pine II en James H. Gilmore, de oprichters van Strategic Horizons in Aurora (Ohio), is de opvolger van hun vorige hit *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage* uit 1999. Deze en soortgelijke boeken dienen als een gids, niet alleen voor het creëren van spektakels, maar in het algemeen voor het herdefiniëren van zakelijke activiteiten als vormende bezigheden die ons die fantastische en wellicht levensveranderende ervaringen bieden die we zogenaamd allemaal zoeken.

Kunstinstellingen hebben het verschaffen van ervaringen gekoppeld aan de cultuur van het "vieren", waarbij ze hun neus ophalen voor ernst en kritiek, net als recensenten en sommige kunstcritici doen. De belangstelling van instellingen voor performancekunst als belangrijke bron van ervaringen is daarmee ook te verklaren. Met name het heropvoeren van historische performances kan worden gezien als een traject door de belevings-economie zonder te vervallen in pretmakerij—een optie die de schijn van ernst doet herleven door middel van een hint, een vleug, van avant-gardisme.

Zelfs kleinere instellingen en (kunstenaars)initiatieven proberen op deze manier hun publiek *fun* en andere ervaringen te bieden. Ik geef een paar voorbeelden, de meeste uit aankondigingen die per e-mail zijn verstuurd. Ze beslaan het hele spectrum van hedendaagse tentoonstellingsruimten, van kleine, door kunstenaars beheerde ruimten via grotere, meer gevestigde organisaties tot aan complete steden die zichzelf in de markt proberen te zetten. Een eerbiedwaardige, door kunstenaars opgerichte instelling in New York die al 39 jaar bestaat en zich tegenwoordig positioneert als een discursieve ruimte en een tentoonstellingsruimte, deelt mee dat ze zijn verkozen tot de eerste plaatselijke, niet-commerciële culturele partner van een trendy hotel en voortaan een percentage ontvangen van alle boekingen die worden gedaan via een "cultuurpakket". "Wij vragen u om dit aanbod te ondersteunen met het boeken van het Peace, Love & Room Service pakket." Het hotel "maakt gebruik van de Irving Sandler Artist File (...) bij het verstrekken van nieuwe opdrachten en bij het aankopen van werk van opkomende kunstenaars (...)"

Een andere New-Yorkse non-profitorganisatie uit de jaren zeventig (met zeven publieke en private geldschietters, waaronder een hotel) stelt dat ze "hartstochtelijk geloven in de kracht van kunst om inspirerende persoonlijke ervaringen te creëren en maatschappelijke vooruitgang te bevorderen". "Wij worden er erg blij van wanneer kunst zich op een verrassende manier in het publieke domein manifesteert en mensen weet te bereiken zonder dat traditionele beperkingen van klasse, leeftijd, ras en opleiding een rol spelen." Ten slotte "bevorderen de eigentijdse

interventies van onze kunstenaars in het openbare leven het democratisch gebruik van de openbare ruimte als een plek voor vrije en creatieve expressie".

De "allereerste projecten van deze organisatie bliezen leegstaande etalages nieuw leven in" tijdens de economische depressie van de jaren zeventig. Dezelfde strategie van projectontwikkelaars die kunstenaars gebruiken om het lege minder leeg te laten lijken, wordt tegenwoordig op een internationaal niveau zichtbaar. Twee andere vertegenwoordigers van deze trend slaan echter een minder hoogdravende toon aan. De eerste, ook uit New York, claimt: "onze kerntaak is het opnieuw tot leven brengen van lege ruimten en plekken rond de tentoonstellingsruimten door middel van het aan het publiek presenteren van doordachte kunstinstallaties van een hoog kaliber met een bijbehorende programmering (...)." Een recente expositie in de kunstenaarswijk DUMBO, in Brooklyn, "refereert aan de voormalige industriële locatie en de voortgaande transformatie daarvan" door bouwmaterialen te bewerken tot "visuele oxymorons die op hoogst poëtische wijze functies en betekenissen doen verschuiven".

Een non-profit instelling in Lissabon, met een tiental sponsors en gemeentelijke partners, legt uit dat haar "plaatsgerichte" aanpak "tegenwoordig aan de behoefte om stedelijke ruimten in ere te herstellen en tot nieuw leven te brengen zonder dat ze hun identiteit kwijtraken of in hun karakter worden aangetast." Deze organisatie, die is gevestigd in het havengebied van de stad, "stelt zich ten doel om kunst uit te breiden tot niet-traditionele ruimten en het gebruik te bevorderen van ruimten die voordien geen museale kenmerken hadden. (...) Zonder cultuur kan een samenleving geen echt civiel geweten bezitten."

Berlijn heeft ervaring met de begripsvorming waarmee de creatieve industrie de gentrificatie inkadert. Het MEA Brand Building, dat zichzelf aanprijst als "gewijd aan luxe, mode, kunst, cosmetica en accessoires", deelt de wereld mee dat het zich toelegt op het "bijdragen aan wat dit gebied nu is: de hipste, meest nuchtere, bloeiende stedelijke plek voor de creatieve industrie". In een artikel in *The Wall Street Journal* getiteld "Berlijn broedt op glitz-invasie" wordt de spot gedreven met het

feit dat kunstenaars niet gelukkig zijn met de komst van Soho House, “een oorspronkelijk uit Londen afkomstige keten van ultrahippe, besloten clubs”:

In de twintig jaar die zijn verstreken sinds de val van de muur, is Berlijn het populairste cultuurmekka van Europa geworden, barstend van de galeries, nachtclubs en aanstormende ontwerpers—precies het soort creatieve cool dat deze club graag uitstraalt. (...) Maar niet alle Berlijners—trots als ze zijn op hun gekoesterde eigen soort anarchistische, ruige cool—willen doorgroeien naar de wat chiquere Soho-Houseversie daarvan. (...) “Arm, maar sexy”, kenmerkte de Berlijnse burgemeester Klaus Wowereit de metropool achteloos in 2003; en een groot deel van de inwoners vindt dat best en blijft zich koppig afkeren van de symbolen van gentrificatie. (...)

Net zoals gebeurde bij de herbestemming van Duits onroerend goed dat “besmet” was door de recente wereldgeschiedenis, kan de transformatie van steden die nog weinig ervaring hebben met het veroveren van de stedelijke ruimte door middel van cultuur, de wenkbrauwen doen fronsen bij degenen die voor dat soort dingen gevoelig zijn. *The New York Times* schrijft over de wijk Podgorze in het Poolse Krakau:

Het industriegebied was in de Tweede Wereldoorlog door de nazi's tot een getto gemaakt en in de naoorlogse jaren wilde de bedrijvigheid er maar niet terugkeren. Maar nu wordt Podgorze de nieuwe museumwijk van Krakau. Gestimuleerd door de opening in juni van een ambitieuze historisch museum in de gerenoveerde Schindlerfabriek [en meer musea die in de omgeving op stapel staan] zijn een aantal kleurrijke ontmoetingsplekken ontstaan. (...) De prijs voor het mooiste gebouw gaat naar Galeria Starmach, een van de meest vooraanstaande moderne kunstgaleries in Polen, (...) een luchtige witte ruimte in het rode bakstenen gebouw van de synagoge die daar in 1881 is gebouwd.

“Alle kunstenaars zijn hetzelfde. Ze dromen ervan om iets te maken wat socialer, meer op samenwerking gericht en echter is dan kunst.” (Dan Graham)

Bij het overdenken van de maatschappelijke aanwezigheid van leden van de creatieve klasse in het algemeen en van kunstenaars in het bijzonder, heb ik me vooral gericht op de neiging tot passiviteit en medeplichtigheid waar het de onmacht van anderen betreft. Een aanzienlijke groep kunstenaars valt echter niet in deze categorie. Er bestaat een scheiding, zo lijkt het, tussen degenen van wie de bezigheden door de kunstwereld worden erkend en degenen die zich aan alle door de kunstwereld gestelde kaders onttrekken. Ik wil mij hier echter beperken tot de eerste groep en op zijn hoogst oppervlakkig aandacht besteden aan de tweede. Yúdice, die zich bezighoudt met de tweedeling in macht en rijkdom, verzamelt een hele reeks kritische argumenten, waarbij hij voortbouwt op Grant Kesters kritiek dat de kunstenaar-als-dienstverlener altijd vanuit een hogere culturele positie afdaalt naar een lagere. Ook ontleent hij veel aan Hal Fosters kritiek uit de jaren negentig op de kunstenaar als etnograaf. Het problematische van de inzet van kunstenaars in arme stadswijken zit voor een deel in de mogelijkheid, hoe ongewenst ook, van exploitatie, en voor een ander deel in het feit dat hun projecten door een kunstpubliek anders zullen worden begrepen dan door de plaatselijke gemeenschap, als gevolg van een verschil in leefwereld. Bepaalde kunstenaars die door Yúdice worden geciteerd, benadrukken dat zij geen “maatschappelijk werkers” zijn maar het kader van de kunst proberen te verruimen. De beoogde lezing van hun werk mag niet voorbijgaan aan de esthetische en symbolische dimensie. Dat valt goed bij een commentator als Claire Bishop, die uiteindelijk de voorkeur geeft aan de tamelijk vileine projecten van Santiago Sierra en Thomas Hirschhorn boven goedaardiger, en wellicht maatschappelijk nuttige, inspanningen gericht op dienstverlening. Omdat ze het mogelijke nut en de betekenis van maatschappelijk betrokken werken verdacht vindt, lijkt Bishop het als positief te beschouwen dat het gebrek aan maatschappelijk effect van Sierra's zwaar symbolische werken en het beroep op filosofische en

andere modellen in die van Hirschhorn, deze voornamelijk leesbaar maakt voor de “juiste” beschouwers in de kunstwereld. Relationele esthetiek lijkt zich te voltrekken op het terrein van de dienstverlening, waarmee die esthetiek, waar het kunstparadigma’s betreft, beoordelingscategorieën van een universele of individuele smaakbeleving verplaatst naar de onzekere en waarschijnlijk eenmalige ontvangst door een bepaalde doelgroep. (Allan Kaprow werpt zijn schaduw!)

Yúdice wijst er echter net als andere commentatoren op dat kunst als vorm van dienstverlening het einde betekent van de avant-garde, omdat daarmee de artistieke praktijk wordt verplaatst van het domein van maatschappijkritiek naar maatschappijverbetering. Zelfs kunstenaars die zich niet afhankelijk hebben gemaakt van de institutionele kunstwereld en de markt, zijn in de positie gebracht dat ze functioneren als instrument van de staat. Deze herinterpretatie van het verlangen van de avant-garde naar “het vervagen van de grenzen tussen kunst en leven”, het verlangen naar “werkelijkheid” boven kritiek, maakt duidelijk hoezeer de kunst is omgevormd tot een trechter of regelmechanisme voor een door de overheid gedomineerde “gecontroleerde diversiteit”. Sterker nog, het voorschrift van effectiviteit is afkomstig van bestuurders uit de kunstsector zelf. Een rapport uit 1997 in opdracht van de Amerikaanse National Endowment for the Arts, getiteld *American Causes*, komt erop neer dat indien de kunst wil overleven—men doelt vermoedelijk op het geweld van de Amerikaanse *culture wars*—er voor een nieuwe pragmatische aanpak moet worden gekozen, waarbij “de waarde van kunst wordt vertaald in meer algemeen burgerlijke, sociale en educatieve termen” die zowel het publiek als de gekozen ambtsdragers kunnen overtuigen. Zet dat maar naast de richtlijn die door machtige stichtingen als Rockefeller, Carnegie en Ford aan musea is gegeven en die specifiek bedoeld is om een einde te maken aan elitarisme en een breder publiek te bereiken. Kunst moet in dienst staan van “gemeenschappen”—waaronder we arme, uitgesloten, niet-elitaire, niet tot de creatieve klasse behorende gemeenschappen moeten verstaan—in plaats van de universalistische waarden van de modernistische doctrine uit te dragen die volgens velen de basis vormde van de status quo.

Enkele projecten in Detroit, een stad die op sterven na dood is, geven een indruk van deze ideeën en strategieën. Detroit trekt tegenwoordig een grotere verscheidenheid aan figuren uit de kunstwereld aan dan ik voor mogelijk had gehouden; de stad lokt ongewild een extravagante stoet van kunstprojecten uit die als doel hebben om zowel de invliegende kunstenaars als de plaatselijke activisten een authentieke *street credibility* te verlenen. Nu de hoop op redding door het eerdergenoemde Renaissance Center al lang is vervlogen, probeert deze post-industriële stad—de snelst krimpende metropool van de Verenigde Staten—zijn inwoners te leren om op waardige wijze “kleiner te groeien”. In de arme wijken van Detroit is al lange tijd een *urban farming*-beweging actief, waarbij onder meer de geliefde radicale activist Grace Boggs, nu al in de negentig, het voortouw heeft genomen. Detroit, het decor van een nieuwe politiserie op televisie, is het voorbeeld bij uitstek van post-fordistische stedelijke teloorgang en ook de stad van wereldverbeterende projecten van kunstenaars en NGO’s in de sfeer van stedelijke relaties. De afgelopen maanden heb ik kunstenaars ontmoet uit Oslo en Sidney, evenals beeldhouwers en fotografen uit New York en andere steden, die de trieste wijken van Detroit tot hun onderwerp hebben gemaakt.

Het non-profit FusionArts Museum in New York, dat “avantgardistische kunst en aan de Lower East Side gerelateerde kunstevenementen presenteert”, hield in 2009 de groepstentoonstelling “Esprit Detroit”, onder de noemer “kunst gemaakt uit de brokstukken van Detroit”. Zo was er “Ice House Detroit” te zien, een project van een architect en een fotograaf die een van de talloze leegstaande huizen in Detroit waarop beslag was gelegd, in hartje winter met water hadden bespoten, waardoor het heel zichtbaar en onmiskenbaar esthetisch werd. En in het Museum of Modern Art in New York liet een jonge kunstenares een volledig symbolische reeks fotopanelen zien onder de titel *Detroit*. “Wat je goed moet begrijpen van Detroit is dat het verval alles aantast. Het is niet zo dat het zich beperkt tot een bepaald deel van de stad”, zegt zij. “Het zit overal.” Deze kunstenares (die ook New Orleans heeft bezocht na de orkaan Katrina) “heeft al dat verval in zich opgenomen, maar ze heeft

ook hoopgevende tekenen van een nieuwe start ontdekt, zoals een groep kunstenaars die een leegstaande autofabriek transformeren tot een ateliergebouw, schrijft de recensent van *The New York Times*.

De exclusieve openbare Universiteit van Michigan in Ann Arbor, op een uurtje rijden van Detroit, heeft een centrum in Detroit opgericht, dat echter alleen toegankelijk is voor studenten. In Ann Arbor geeft Danielle Abrams een college onder de titel "Waarom wil iedereen in Ann Arbor iets doen in Detroit?" Tijdens de onlangs gehouden Social Practice Conference in Portland, Oregon, legden de studenten van Abrams uit dat ze niet naar Detroit zijn gegaan om de stad "te repareren", maar eerder om "de gemeenschap te leren kennen: de geschiedenis, de mensen en de bewegingen". "De stad leert je wat je moet weten." De studenten van Abrams maakten geen kunstprojecten, maar hielden zich bezig met "research en betrokkenheid bij de gemeenschap".

Terwijl dat klinkt als sociaal zendingswerk—in een stad die een derdewereld-enclave is in een eerstewereldland, net als de Ninth Ward-buurt in het New Orleans van na Katrina—worden andere projecten, zoals dat van de fotografe in het MoMA, eerder beschreven in romantische en soms futuristische bewoordingen.

Melancholie is in dit verband een belangrijk motief. Alleen door te rouwen om iets wat verloren is gegaan, kan de melancholicus datgene bij zich houden wat hij of zij niet meer heeft of misschien nooit heeft gehad. De contouren van de afwezigheid verschaffen een soort echo of reliëf van het verdwenen object, waardoor je het kunt vasthouden. In dat opzicht zijn de meeste kunstprojecten rond vervallen plekken als Detroit melancholieke monumenten voor het kapitaal, waarin de verwoesting wordt uitgebeeld die achterblijft als het kapitaal verder getrokken is.

Een recente tentoonstelling in een centrum voor kunst, ontwerp en theorie in Utrecht, onder de titel "Future Park", wordt omschreven als een verkenning van "de relatie tussen stadsparken en veranderende economische, politieke en culturele structuren" en heeft als doel om "scenario's voor de postkapitalistische stad" te verkennen. Dit project van een in Londen werkzame

grafisch ontwerper en een filmmaker/activist uit Detroit, richtte zich op de natuur in de verlaten dierentuin van Detroit. Zij "betraden de verwilderde dierentuin echter niet om de restanten van een failliete beschaving te aanschouwen, maar vooral om een nieuw opbloeiend ecosysteem te ervaren". Zowel een hoogleraar Stedelijk Onderzoek uit Detroit die het woord voerde in Utrecht als de architect van het genoemde ijshuisproject hadden het over het herscheppen van een "stedelijke prairie" in de binnenstad van Detroit.

Als ik meer tijd had, zou ik uitwijden over steden waar het beter gaat dan in Detroit en waar de gemeente parken en parkachtige belevingen inzet—denk aan het Union Square in New York—maar ook stadstuinderijen, tuinbouw op daken en het houden van kippen door "neo-hippies" toestaat; een veelheid aan verschijnselen die neigen naar het bobo-ideaal van deugdzaamheid. Deze initiatieven zijn gericht op de "creatieven" in hun drang naar een consumentgerichte, informele en suburbane omvorming van het leven en de omgangsvormen in de stad. Op een dieper niveau staan ze niet simpelweg voor een vervagende grens tussen "urb" en "exurb", maar ook voor een verder verlies van onderscheid tussen het publieke en het private domein.

Het Heidelberg Project in Detroit, een langlopend grassroots project van burgers die in verarmde wijken gevels van huizen schilderen en versieren, valt in de categorie *outsider art*. In tegenstelling tot het gevelschilder-initiatief van kunstenaar/burgeois Edi Raam van Tirana in Albanië, dat op film is vastgelegd door de kunstenaar Anri Sala, is dit project geen initiatief van de kunstwereld of van de gemeente. In dit verband kan het helpen om terug te grijpen op wat Marshall Berman omschrijft als de "botsing tussen de abstracte ruimte van het kapitalisme en de concrete plek van mensen". Gemeenschapsgroepen en gemeenschapskunstenaars zitten vast aan een concrete plek en zijn dus geen partij voor de groepen (en individuen) die het kapitaal beheersen, dat immers juist gekenmerkt wordt door mobiliteit.

Ik weet niet of ik blij of bezorgd moet zijn over kunstwereld-kunstenaars die zich bezighouden met "de maatschappelijke

praktijk”, zoals op hun deur staat. Het is zeker waar dat deze pogingen om verder te kijken dan de wereld van de kunst, waaronder een vracht aan pedagogische projecten in doorsnee-gemeenschappen, de instincten aanwakkeren van een sector jonge kunstenaars—een sector die steeds opnieuw geboren wordt—om iets te doen wat “echt” is. Ik heb de problemen waarmee deze pogingen gepaard gaan hier behandeld en gewezen op duidelijke voorbeelden van pure lippendienst en ranzige exploitatie, grenzend aan zelfbedrog. Ik heb in mijn verhaal ook gezinspeeld op de betrekkelijk eenvoudige manier waarop kunstenaars als stedelijke groep worden ingelijfd, in steden die in feite niet meer doen dan ons in staat stellen om te leven en te werken op een manier die past bij onze interesses. Deze vorm van pacificatie wordt nog eens vergemakkelijkt door het oprekken van de definitie van wat een kunstenaar is en door de voortschrijdende professionalisering van het veld. De zorgen die ik heb gaan niet alleen daarover, maar ook over de tegenwoordig in de Verenigde Staten evidente wens van jonge kunstenaars om te “slagen”. Succes wordt niet speciaal afgemeten aan de beoordeling door de gemeenschappen die men “bedient”, hoewel dat vaak integraal bij het werk hoort, maar aan de effecten binnen de professionele kunstwereld waaraan deze projecten worden gerapporteerd. Voor degenen aan wie ik het gevraagd heb, lijkt succes te bestaan uit zowel roem als rijkdom in de professionele sector.

Een binnenkort in Zweden te houden conferentie stelt de volgende vraag:

Is de kunstenaar een rolmodel voor de hedendaagse, “post-fordiaanse” werker—flexibel, creatief, buigzaam en goedkoop—een creatieve ondernemer? Of is het juist andersom—een geprofessionaliseerde functie binnen een hoogontwikkelde diensteneconomie?

Dat is misschien nog niet zo’n gekke vraag, en een vraag die vele, met name Europese, critici en theoretici en sommige kunstenaars ook geneigd zijn te stellen. Dit is iets om te overwegen: ondanks de eeuwige inlijving door het marktdenken, is het cultu-

rele domein een blijvend terrein van verzet en kritiek. Ik ben niet geneigd om, met Debord en Duchamp, het terrein van kunst en cultuur volledig achter me te laten. Natuurlijk is het zo dat een permanente feeststemming de mogelijkheid van kritiek belemmert; en dat een overheersende nadruk op plezier, genot en beleving de vorming van een krachtig en urgent publiek discours belet. Maar ook tumult heeft een plek, als verstoring en interventie. Terwijl pret een woord is dat slaat op een privé-beleving, is tumult minder op eigenbelang gericht, en zelfs even collectief als sociale projecten. Er bestaat niettemin geen redelijk recept voor de manier waarop en het register waarin we ons moeten verstaan met de huidige condities van dienstbaarheid en vrijheid.

In *Unleashing the Collective Phantoms* vergelijkt Brian Holmes de dans tussen instellingen en kunstenaars met een partijtje blufpoker. Als de kunstwereld denkt dat een kunstenaar azen zou kunnen hebben, wordt ze binnengelaten, maar als blijkt dat ze die azen *inderdaad heeft*—met andere woorden, als haar werk echt een politieke inhoud heeft—wijst men haar de deur. Chantal Mouffe doet een dringend (en volgens mij terecht) beroep op kunstenaars om het museum niet in de steek te laten—ik neem aan dat ze met “het museum” de kunstwereld op zich bedoelt—maar dat wil nog niet zeggen dat we niet tegelijkertijd ook het terrein van de stad kunnen bezetten.

Martha Rosler is geboren in Brooklyn, New York; dat is tevens haar tegenwoordige woon- en werkplaats. Ze behaalde haar Master of Fine Arts aan de Universiteit van Californië in San Diego. Haar werk omvat fotografie/teksten, fotomontages, video, installaties, performances en projecten op locatie. Het is opgenomen in de collectie van vooraanstaande musea en instellingen, zowel in de Verenigde Staten als daarbuiten. Rosler heeft solotentoonstellingen gehad bij talrijke instellingen, zoals The New Museum (New York), MACBA, Museu d’art contemporani

(Barcelona), de Generali Foundation (Wenen) en Portikus (Frankfurt). Daarnaast heeft ze deelgenomen aan vele internationale tentoonstellingen, waaronder Documenta (Kassel) en de Biënnale van Venetië. Ze heeft vele publicaties op haar naam staan, waaronder het boek *Martha Rosler: Positions in the Life World* (MIT Press, 1999), dat is verschenen ter gelegenheid van een reizende overzichtstentoonstelling van haar werk. Ook geeft ze vaak lezingen. Een aantal van haar teksten is gebundeld in *Decoys and Disruptions: Selected Writings, 1975-2001*, uitgegeven door MIT Press in 2004. Martha Rosler doceert aan de Rutgers University, New Jersey.

Colophon / Colofon

*The Hermes Lecture is an initiative of the Research Group of Visual Art of the art academy AKV | St. Joost (Avans University) and Hermes Business Network.
De Hermeslezing is een initiatief van het lectoraat beeldende kunst van AKV | St. Joost (Avans Hogeschool) en Hermes Business Network.*

Hermes Lecture Foundation / Stichting Hermeslezing

Recommending Committee / Comité van aanbeveling Wim van de Donk, Marlene Dumas, Chris Dercon, Jan Dibbets, Hendrik Driessen, Charles Esche
Board / Bestuur Hans Brens, Hans Cox, Jules van de Vijver

Hermes Lecture 2010 / Hermeslezing 2010

Organization / Organisatie Wilma Diepens, Rens Holslag, Camiel van Winkel
Publiciteit / Publicity Annemarie Quispel, Taco de Neef & Daniël Bouw (Deneuve Cultural Projects)
with thanks to / met dank aan Joke Bakx, Renée Bettonvil, Carina van Eekelen-de Bruijn, Peter Hermus, John van Peer, René Pingen, Ad van Rosmalen, Elly Stegeman, and Heather at Roslerstudio.

Publication / publicatie

Editing / Redactie Camiel van Winkel, Steve Schwartz
Translation / Vertaling Leo Reijnen, Camiel van Winkel
Graphic design / Ontwerp Tom van Enckevort
Printing / Druk Lecturis, Eindhoven

© 2010 Hermes Lecture Foundation and the authors
Stichting Hermeslezing en de auteurs

Hermes Lecture Foundation / Stichting Hermeslezing
p/a Avans Hogeschool
AKV | St. Joost
Postbus 732
5201 AS 's-Hertogenbosch
the Netherlands
www.hermeslezing.nl



*The Hermes Lecture 2010 was supported
by the Province of Noord-Brabant.
De Hermeslezing 2010 is tot stand gekomen
met steun van de Provincie Noord-Brabant.*



The Hermes Lecture is a biennial lecture about the position of the visual artist in the cultural and social field. It takes place in 's-Hertogenbosch. Hermes Lecture Foundation is a collaboration between Hermes Business Network and the art academy AKV | St. Joost, Avans University.

De Hermeslezing is een tweejaarlijkse lezing over de positie van de kunstenaar in het culturele en maatschappelijke spanningsveld. De lezing vindt plaats in 's-Hertogenbosch. Stichting Hermeslezing is een samenwerking tussen Hermes, netwerk van ondernemers, en AKV | St. Joost, Avans Hogeschool.