

RADICALE VERBEEFDING



**Explorerend
onderzoek
naar sociale
kunstpraktijken**

Alexandra Broeder
Bakkerij de Eenvoud
David Bade
& SCHUNCK
Outsiderwear
Rainbow Soulclub
SPACE
X_YUSUF_BOSS

Charles Esche
Hanka Otte
Laurens Kolks
Verdedig Noord
Tina Lenz

Ontwerpers, kunstenaars en de articulatie van maatschappelijke kwesties

Introductie

De meeste ontwerpers en kunstenaars hebben niet alleen het vermogen hun verbeelding in te zetten om alternatieve mogelijkheden te *denken*, maar ook om deze *gestalte te geven*; het vermogen om aan de eigen verbeelding ontsproten voorstellingen te vertalen in beeldend werk. Een deel van hen beschikt bovendien over de vaardigheden om deze alternatieve mogelijkheden zó te materialiseren, dat ze ook voor anderen invoelbaar worden – of beter zelfs: ervaarbaar – door ze daadwerkelijk in het hier en nu te realiseren. Deze meer actie-georiënteerde creatieve praktijken richten zich daarom niet alleen op het ‘creëren van bewustwording’ of het ‘beïnvloeden van debatten’, maar juist ook op de *ervaarbare* consequenties van maatschappelijke vraagstukken en ontwikkelingen.

Door actie-georiënteerde projecten te realiseren die zich verhouden tot specifieke publieken, interveniëren ontwerpers en kunstenaars in bestaande contexten die begrepen kunnen worden als krachtenvelden van menselijke en niet-menselijk actoren.¹ Ze mengen zich in bestaande situaties die zich laten omschrijven als relationele netwerken waarbinnen het sociale en het materiële op allerlei manieren met elkaar worden verweven.

Wellicht beneveld door een cocktail van enthousiasme, ondernemerschap en een optimistisch karakter, veronderstellen ontwerpers, kunstenaars, curatoren en theoretici niet zelden dat hun werk een positieve, transformerende impact heeft op de wereld om hen heen; hierbij worden grote woorden en straffe stellingen in het geheel niet geschuwd. Net zoals kunstenaars in de introductie van dit boek worden omschreven als “de motor voor verandering,” noemt

criticus Alice Rawsthorn (2020, p. 8) design *‘an agent of change that interprets shifts of any type – social, political, economic, scientific, technological, cultural, ecological, or whatever – to ensure that they will affect us positively, rather than negatively.’* Waar design theoreticus Alastair Fuad-Luke (2009) bepaalde ontwerpers nog enigszins bescheiden beschouwt als activisten die – gebruikmakend van hun verbeeldende en communicatieve vermogens – bestaande narratieven kunnen verstoren, zien ontwerpers als Bruce Mau en Jennifer Leonard (2004) design als het alomvattende, probleemoplossende voertuig bij uitstek voor het teweegbrengen van *‘massive change.’* De onontkoombare vraag is natuurlijk hoe het (ver)beeldend vermogen van ontwerpers en kunstenaars dan precies tot verandering leidt. Wat brengen de artistieke interventies van deze makers in bestaande contexten eigenlijk concreet te weeg?

Binnen dit essay zal ik me richten op een specifieke manier – genaamd articulatie³⁴⁴ – waarop ontwerpers en kunstenaars bij kunnen dragen aan het adresseren van controverses rondom maatschappelijke vraagstukken; een handelswijze of creatieve strategie waarbij de betrokkenheid van publieken bij bepaalde kwesties wordt ondersteund door de verbeeldende kwaliteiten van ontwerpers en kunstenaars. Om deze potentiële bijdrage aan de adressering van maatschappelijke vraagstukken beter te kunnen begrijpen is het belangrijk iets langer stil te staan bij de termen ‘articulatie’ en ‘publieken.’ Bovendien is het zinvol om een verschil te maken tussen de begrippen ‘problemen’ en ‘kwesties.’

In het vervolg van deze tekst zal ik deze termen daarom eerst verder toelichten. Vervolgens zal ik een aantal voorbeelden beschrijven van creatieve praktijken die maatschappelijke vraagstukken adresseren door middel van articulatie. Ik sluit dit essay af met een voorbeeld waarin de creatieve

wisselwerking tussen de verbeeldende vermogens van ontwerpers én al bestaande publieken zichtbaar wordt gemaakt.

Articulatie, kwesties en problemen

Binnen de sociale wetenschappen wordt de term ‘articulatie’ gebruikt voor het leggen van nieuwe verbanden en het creëren van nieuwe betekenissen en consequenties tussen elementen die daarvoor als niet-aan- elkaar-verwant werden beschouwd (Laclau & Mouffe, 1985/2001). Zo gedefinieerd is articulatie het doelgericht smeden van nieuwe verbindingen – discursieve, symbolische, maar ook fysieke – tussen sterk van elkaar verschillende elementen (Du Gay, Hall, Janes, Mackay & Negus, 1997).

Articulatie is dus een actieve, creatieve handeling die bovendien als doel heeft om de onderliggende factoren, relaties en consequenties van een bepaalde kwestie bloot te leggen door de identiteit van individuele (in een nieuwe compositie³⁴⁵ samengebrachte) elementen te wijzigen (Laclau & Mouffe, 1985/2001; DiSalvo, 2012). Omdat articulatie als creatieve handeling verbonden is met het actief problematiseren van vraagstukken, suggereert socioloog Noortje Marres (2007) om een verschil te maken tussen het gebruik van de begrippen ‘problemen’ en ‘kwesties.’² Een verschil in betekenis dat relevant is voor de uiteenlopende manieren waarop ontwerpers en kunstenaars zich als makers kunnen verhouden tot de adressering van maatschappelijke vraagstukken.

Kwesties (in het Engels: *issues*) zijn volgens Marres (2007) vraagstukken die – in tegenstelling tot problemen – niet per se *oplosbaar* zijn, maar slechts tijdelijk kunnen worden *geschikt* tot het onvermijdelijke moment dat er nieuwe controverses ron-

dom de kwestie opslaan. Kwesties – zoals bijvoorbeeld ongelijkheid in haar vele verschijningsvormen – zijn daarom ook geen vanzelfsprekend gegeven, maar fenomenen die actief moeten worden geconstrueerd (én in leven gehouden) door middel van publieke betrokkenheid en articulatie (Marres & Rogers, 2005; Marres, 2007). Waar problemen (in theorie) oplosbaar zijn, kunnen kwesties op hun best tijdelijk worden gestabiliseerd.

Publieken

Binnen creatieve beroepspraktijken spreken makers vaak over degenen die met hun werk in contact komen als ‘toeschouwers,’ ‘(eind)gebruikers,’ ‘bezoekers,’ ‘participanten,’ ‘doelgroepen,’ of kortweg ‘publiek.’ Zo toegepast lijkt de term ‘publiek’ hiërarchisch, waarbij een creërende partij zich vanuit een ongelijkwaardige positie richt tot een collectief dat – pas in tweede instantie aan zet – vooral lijkt te *reageren*.

Binnen de sociale wetenschappen kent de term ‘publiek’ als benaming voor een collectief individuen daarentegen actievere associaties, is pluriformer van betekenis, en wordt bovendien vaak als meervoud gebruikt. Een persoon kan dus tegelijkertijd deel uitmaken van verschillende publieken: als onderdeel van een plaatsgebonden, fysieke groep toeschouwers, maar ook behorend tot een virtuele gemeenschap van personen die slechts worden verbonden door hun gezamenlijk aandacht voor een bepaald onderwerp (Warner, 2002). Sociologisch gezien is de term ‘publieken’ daarom niet vooral reactief, maar juist verbonden met initiatief, handelen en actie.

Publieken worden daarom binnen de sociale wetenschappen zowel beschouwd als fenomenen die *ontstaan* binnen bepaalde omstandigheden, maar ook als entiteiten die actief worden *geconstrueerd*. Zo suggereert

¹ Voor meer inzicht in de werking van collectieven als netwerken van menselijke en niet-menselijke actoren zie bijvoorbeeld Latour, 2005.

² Met name binnen de Engelse taal worden de woorden ‘*problem*’ en ‘*issue*’ doorgaans als synoniemen gebruikt.

psycholoog en filosoof John Dewey (1927) dat een publiek ontstaat wanneer een groep personen de individueel ervaren gevolgen van een bepaalde kwestie collectief wil aanpakken door systematisch, politiek handelen. Auteurs als Noortje Marres (2007) en Carl DiSalvo (2009) beargumenteren bovendien dat publieken actief worden geconstrueerd door sociaal-materiële articulatie: mensen maken hun betrokkenheid bij een bepaalde kwestie publiek door acties die het sociale en het materiële op specifieke manieren met elkaar vervlechten. Wat al deze verschillende publieken verbindt is hun instabiliteit: het engagement van hun 'leden' moet actief worden gecultiveerd, anders houden publieken vanzelf weer op te bestaan.

Design en articulatie

In dit essay richt ik me op articulatie als een specifieke, creatieve manier om engagement met maatschappelijke kwesties publiek te maken. Articulatie heeft als doel bepalende factoren en onderliggende structuren van een kwestie bloot te leggen door elementen – die voorheen als niet verwant werden beschouwd – op nieuwe manieren met elkaar te verbinden. Door articulatie verandert de identiteit van de verwerkte individuele elementen en krijgt het nieuw vormgegeven collectief nieuwe betekenissen en consequenties.

Ik zal hieronder een aantal voorbeelden van articulatie beschrijven waarbij de impact – om dit veel gebruikte woord maar eens concreet te laden – van ontwerpers en kunstenaars dus niet zozeer verbonden is met het *aanspreken van*, maar juist met het *aansluiten bij* publieken. Publieken die bestaan uit individuen die zich engageren met een specifieke kwestie; publieken die bovendien voortdurend nieuwe manieren zoeken om uiting te geven aan hun betrokkenheid. Aansluitend bij deze publieken brengen ontwerpers en kunstenaars hun specifieke (ver)beeldende vaardigheden mee. Vanuit eigen rollen ondersteunen zij publieken

en hun engagement met maatschappelijke kwesties in hun voortbestaan.

Commerciële voorbeelden van articulatie in relatie tot design zijn *Tony's Chocolonely* chocoladerepen en *Fairphone* mobiele telefoons. Deze industrieel vervaardigde producten vervlechten het sociale en het materiële op nieuwe manieren door de – tot dan toe – 'onschuldige' chocoladereep expliciet te verbinden met de 'ver van onschuldige' kwestie moderne slavernij,³ en de smartphone expliciet te verbinden met oorlogsvoering: gewapende conflicten rondom de winning van essentiële grondstoffen voor de productie van smartphonetechnologie.

Dit gebeurt zowel discursief – logo's en merknamen van deze bedrijven maken andere aanbieders potentieel verdacht, en de bedrijven communiceren over problematische omstandigheden binnen de *supply chains* van hun respectievelijke industrieën – als actie-georiënteerd: er worden alternatieven ontwikkeld voor de materialisering, productie, marketing en verkoop van de eigen producten. *Tony's Chocolonely* en *Fairphone* geven – net als talloze andere bedrijven – individuen de mogelijkheid hun engagement met bepaalde kwesties publiek te maken door 'ethisch te consumeren,' maar onderscheiden zich door – middels articulatie – hun producten de controverses rondom specifieke kwesties te laten belichamen. Design wordt binnen deze voorbeelden van articulatie dus zowel discursief (het creëren van 'bewustwording') als actie-georiënteerd (het realiseren van alternatieven) ingezet.

Echter, deze commerciële voorbeelden van articulatie zijn volledig ingebed binnen de structuren en spelregels van de markteconomie: uiteindelijk kiezen organisaties als *Fairphone* en *Tony's Chocolonely* ervoor te opereren binnen een systeem waarin winst moet worden gemaakt om te kunnen overleven. Ook onderschrijven zij de overtuiging dat veranderend consumentengedrag kan leiden tot significante positieve

veranderingen binnen complexe ketens van producenten en toeleveranciers. Hoewel hierbij sprake lijkt te zijn van een bepaalde wederkerigheid qua invloedssfeer, zijn publieken binnen de logica van markt-economisch denken uiteindelijk toch vooral collectieven van *consumenten*.

Ik vervolg dit essay daarom met twee projectvoorbeelden die articulatie óók als strategie hanteren, maar voornamelijk gedijen binnen structuren van culturele subsidies en kleinschalige verkoop: *The Rain Project* en *SerVies*. Beide projecten zetten de ervaarbare consequenties van milieuverontreiniging in als grondstof, als fysiek materiaal om mee te ontwerpen. Beide projecten vervlechten door middel van articulatie het sociale en het materiële op nieuwe manieren om controverses rondom de kwestie milieuvervuiling publiek te maken.

Articulatie: de ondersteuning en activering van publieken

³⁴⁷ Binnen *The Rain Project* zocht de Taiwanese ontwerpstudio Alice Wang Design naar een manier om (lokale verschillen in) milieuverontreiniging voor een groot publiek fysiek ervaarbaar te maken. De ontwerpers reageerden hiermee op een vraag van de Taiwanese overheidsorganisatie The Water Resources Agency om middels een kunstwerk of ontwerp aandacht te vragen voor de rol van water (in zijn vele verschijningsvormen zoals oppervlaktewater, grondwater en regen) als transportmedium binnen de grotere context van milieuverontreiniging. Taiwanese ambtenaren vormden daarmee al een publiek dat betrokken was bij de kwestie milieuvervuiling voordat er bij Alice Wang Design één schets op papier stond. De studio zette vervolgens haar verbeelding, communicatieve vermogens én vastberadenheid in om een project te ontwikkelen dat aanhaakte bij

een Taiwanese gewoonte om op straat gratis voedselsamples uit te delen: inwoners van Taiwanese steden zijn gewend deze aan te nemen en vaak ter plaatse te consumeren.

De ontwerpers stelden aan hun opdrachtgever voor om op verschillende openbare plekken in Taiwan gratis ijslolly's uit te delen aan voorbijgangers. Ongekleurde ijslolly's – die voor de volle honderd procent bestonden uit bevroren, ongefilterd regenwater dat op verschillende plekken op aarde was verzameld. Als vertegenwoordiger van de Taiwanese overheid voorzag de opdrachtgever publieke gezondheidsrisico's, maar de ontwerpers hielden voet bij stuk: het vervuilde regenwater moest zo puur mogelijk worden getransformeerd tot een daadwerkelijk consumeerbaar product. Voorbijgangers zouden zo lokale verschillen in vervuiling kunnen zien, ruiken én proeven.

Na intern beraad besloten ambtenaren van The Water Resources Agency het maximale volume van individuele ijslolly's vast te stellen waarbinnen de gezondheidsrisico's acceptabel waren. Ook schreven zij een verpakking voor waarop te lezen moest zijn dat de ijsjes uit ongefilterd regenwater bestonden. De ambtenaren hielpen hiermee – als 'top-down' publiek, actief betrokken bij de kwestie milieuvervuiling – Alice Wang Design nieuwe manieren te creëren om het publieke engagement met deze kwestie te ondersteunen en mogelijk te vergroten. De ontwerpers verwerkten de ambtelijke parameters door op diverse openbare plekken in Taiwan – gekleed in felblauwe regenpakken – druppelvormige ijslolly's uit te delen die voldeden aan het maximaal toegestane volume, verpakt in een omhulsel dat hun enige ingrediënt vermeldde. De ijsjes vormden een directe aanleiding om actief met voorbijgangers in gesprek te gaan over milieuverontreiniging.⁴

³ 'Ver van onschuldig' is hier uiteraard toegepast als het zwaarst mogelijke understatement.

⁴ Zie voor een verder inzicht in dit project bijvoorbeeld Tharp & Tharp, 2018.

De door Alice Wang Design gecreëerde ijslolly's functioneerden daarmee als *devices of articulation* (DiSalvo, 2012): het voorheen 'onschuldige' ijsje wordt als gebruiksvoorwerp verweven met het vraagstuk milieuvervuiling – op een manier die de kwestie fysiek ervaarbaar maakt. De ijslolly's vervlechten internationale milieuproblematiek met lokale gewoonten en hebben de capaciteit 'to establish linkages among objects, people, and actions to create open, interpretive, and participatory spaces of contest' (DiSalvo, 2012, p. 93).

Vormgeven aan controverses

Ook binnen het project *SerVies* creëren ontwerpers Iris de Kievith en Annemarie Piscaer *devices of articulation* die de kwestie milieuvervuiling voor anderen fysiek ervaarbaar maken. Net als Alice Wang Design vervlechten deze ontwerpers het materiële en het sociale op nieuwe manieren door voorheen niet-gerelateerde elementen met elkaar te verbinden, waardoor 'open, verklarende en participatieve ruimtes voor debat' ontstaan (DiSalvo, 2012). Ook binnen *SerVies* worden de fysieke consequenties van milieuverontreiniging ingezet als basismateriaal voor het creëren van artefacten die het engagement van publieken op een actie-georiënteerde manier kunnen ondersteunen. Meer nog dan bij *The Rain Project* worden deze publieken binnen *SerVies* bovendien betrokken bij het daadwerkelijke creatieproces van *devices of articulation*. De ontwerpers nodigen betrokkenen en geïnteresseerden⁵ namelijk actief uit om samen met hen 'fijnstof'⁶ te verzamelen door dit materiaal van objecten in hun leefomgeving – zoals muren, richels, bruggen en viaducten – te schrapen, te borstelen of te wassen. Dit collectief ver-

zamelde fijnstof wordt vervolgens gebruikt om onderdelen van een plaatsgebonden servies mee te glazuren.

Net als bij *The Rain Project*, spelen binnen *SerVies* verbeeldingskracht, communicatief vermogen en volharding een cruciale rol. Het bleek in eerste instantie lastig om subsidienten warm te maken voor het idee om fijnstof te transformeren in een glazuur, simpelweg omdat onduidelijk was of dit wel mogelijk zou zijn. Het participatieve karakter van het collectief verzamelen van fijnstof – door de ontwerpers 'oogsten' genoemd – heeft de gemeente Rotterdam uiteindelijk overgehaald om het project in zijn experimentele fase te steunen. Toen bleek dat het 'geoogste' stof inderdaad kon worden gebruikt om keramiek mee te glazuren, ontstond in Rotterdam het eerste van een reeks plaatsgebonden serviezen, waarna steden als Den Haag, Amsterdam, Berlijn, Milaan en Beijing zouden volgen. Door de kleur en textuur van de verschillende plaatsgebonden serviezen met elkaar te vergelijken³⁴⁸ worden lokale verschillen in de fysieke consequenties van milieuverontreiniging zichtbaar.

Waar *The Rain Project* een eenmalige project was dat weliswaar op verschillende plekken in Taiwan een groot publiek wist te bereiken – in totaal zijn ongeveer 5000 ijslolly's uitgedeeld (Alice Wang, interview, 7 juli 2020) – is *SerVies* een project dat al enkele jaren loopt, en gedurende zijn ontwikkeling een aantal nieuwe uitwerkingsvormen en implementaties krijgt. Het project wordt bovendien door uiteenlopende publieken opgemerkt, vanuit diverse invalshoeken en om verschillende redenen.

De gebruiksvoorwerpen die binnen *SerVies* gecreëerd worden krijgen in het kader van 'innovatief materiaalgebruik'

verzamelen niet op grootte scheiden is formeel niet vast te stellen of er sprake is van fijnstof (zie, bijvoorbeeld, World Health Organization, 2006). Het is dan ook waarschijnlijker dat het 'geoogste' materiaal een mengsel is van fijn en minder fijn stof.

exposure binnen de designwereld (zie, bijvoorbeeld, Junte, 2018), terwijl juist het participatieve karakter van het 'oogsten' veel aandacht krijgt binnen algemenere nieuws-media (zie, bijvoorbeeld, Berkelder, 2017). Een effect van deze brede media-aandacht is dat bestaande 'bottom-up' publieken die reeds betrokken zijn bij de kwestie milieuvervuiling de gebruiksvoorwerpen van *SerVies* 'ontdekken' als middel om in te zetten binnen hun eigen actie-georiënteerde manifestaties.

Devices of articulation inspireren nieuwe vormen van actie-georiënteerde articulatie

Door de creatie van *devices of articulation* kunnen ontwerpers en kunstenaars bestaande publieken ondersteunen bij het vinden van nieuwe manieren om hun betrokkenheid bij bepaalde kwesties publiek te maken. Ik wil daarom als laatste een voorbeeld geven van een evenement dat zonder de *devices of articulation* van *Servies* – en de brede media-aandacht voor deze gebruiksvoorwerpen – niet zou hebben plaatsgevonden: het Roetontbijt.

Een Amsterdamse documentairemaker – die als activist al jaren betrokken is bij de kwestie 'luchtvervuiling' in haar woonplaats – benaderde na het zien van een televisie-item over *SerVies* De Kievith en Piscaer actief voor een samenwerking. Een samenwerking die zou resulteren in een nieuwe manier om de eigen betrokkenheid bij deze kwestie in een publiek evenement vorm te geven. Het collectieve realisatieproces én de gebruiksfunctie van *Servies' devices of articulation* hadden deze activist namelijk geïnspireerd om in het Amsterdamse gemeentehuis een ontbijt te organiseren waarbij – vlak voor een raadsvergadering over stedelijke luchtkwaliteit – een groep betrokkenen zijn ontbijt

⁷ Een andere bron van inspiratie was 'een vanitas gemaakt door een Belgische kunstenaar' – een lange tafel gedekt met wit servies, 'met een soort stof erop' (Manu Hartsuyker, interview, 18 september 2020).

nuttigde van met-lokaal-'geoogst'-fijnstof-geglazuurde serviesstukken.

Na met een grote groep studenten op strategisch plekken in Amsterdam (zoals de IJ-tunnel en de Nederlandse Bank) fijnstof te hebben verzameld (zie, bijvoorbeeld, Stuij, 2019), vervlechtte dit – mede⁷ door *SerVies* geïnspireerde – evenement het sociale en het materiële op nieuwe manieren om de kwestie luchtvervuiling te adresseren: in het najaar van 2019 werden tijdens het Roetontbijt in het Amsterdamse gemeentehuis koffie, fijnstof, oude kaas en biologische croissants verweven met lokaal activisme en institutionele gemeentepolitiek.⁸

Conclusie

Door hun verbeeldende en communicatieve vermogens kunnen ontwerpers en kunstenaars een rol spelen in de adressering van maatschappelijke vraagstukken. Het is daarbij van belang een conceptueel verschil te maken tussen het oplossen van problemen en het articuleren van kwesties. Ook is het belangrijk publieken – als fysiek of virtuele collectieven van individuen – niet vooral te beschouwen als reactief, maar juist als proactief.

Middels articulatie kunnen kunstenaars en ontwerpers publieken ondersteunen in hun betrokkenheid bij bepaalde kwesties, door binnen actie-georiënteerde projecten het materiële en sociale op nieuwe manieren te vervlechten zodat nieuwe betekenissen en consequenties ontstaan. Menselijke en niet-menselijke betrokkenen kunnen op nieuwe manieren met elkaar worden verbonden zodat de onderliggende aspecten van actuele collectieve kwesties zichtbaar worden gemaakt, en het activisme met betrekking tot maatschappelijke controverses van nieuwe brandstof wordt voorzien.

⁸ Zie voor een inzicht in de verschillende stadia van dit evenement bijvoorbeeld Bolwijn, 2019 en Van Zoelen, 2019.

⁵ M.a.w., 'leden' van een al bestaand publiek: een virtuele gemeenschap rondom de kwestie 'luchtvervuiling' die – door gehoor te geven aan deze oproep – fysiek wordt samengebracht.

⁶ Omdat De Kievith en Piscaer het stof dat ze

Referenties

Berkelder, N. (2017, 24 augustus). Servies van fijnstof uit 010. *Algemeen Dagblad*. <https://www.ad.nl/rotterdam/servies-van-fijnstof-uit-010~a8aa836e/>

Bolwijn, M. (2019, 21 november). Zo ziet fijnstof op je ontbijtbord eruit. Eet smakelijk. *De Volkskrant*. <https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/zo-ziet-fijnstof-op-je-ontbijtbord-eruit-eet-smakelijk~b298a03f/>

Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. New York, NY: Holt.

DiSalvo, C. (2009). Design and the construction of publics. *Design Issues*, 25(1), 48-63.

DiSalvo, C. (2012). *Adversarial design*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (1997). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. Londen, Verenigd Koninkrijk: Sage.

Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: Beautiful strangeness for a sustainable world*. New York, NY: Earthscan.

Junte, J. (2018, 1 september). Het innovatiefste spul. *Volkskrant Magazine*.

Laclau, E., & Mouffe, C. (2001). *Hegemony and socialist strategy*. Londen, Verenigd Koninkrijk: Verso. (Origineel werk gepubliceerd in 1985)

Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network theory*. Oxford, Verenigd Koninkrijk: Oxford University Press.

Mau, B., & Leonard, J. (Eds.) (2004). *Massive change*. Londen, Verenigd Koninkrijk: Phaidon Press.

Marres, N. (2007). The issues deserve more credit: Pragmatist contributions to the study of public involvement in controversy. *Social Studies of Science*, 37(5), 759-780. doi: 10.1177/0306312706077367

Marres, N., & Rogers, R. (2005). Recipe for tracing the fate of issues and their publics on the web. In: Latour, B., & Weibel, P. (Eds.) *Making things public: Atmospheres of democracy*. Cambridge, MA: MIT Press.

Rawsthorn, A. (2020). *Design as an attitude*. Genève, Zwitserland: JRPIEditions.

Stuij, K. (2019, September 5). Modestudenten vegen fijnstof van De Nederlandse Bank. *Hvana*. <https://www.hvana.nl/lees/17799/modestudenten-vegen-fijnstof-van-d>

Tharp, B., & Tharp, S. (2018). *Discursive design: Critical, speculative, and alternative things*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Van Zoelen, B. (2019, 6 augustus). Roet uit de IJtunnel wordt een bordje van fijnstof. *Het Parool*. <https://www.parool.nl/amsterdam/roet-uit-de-ijunnel-wordt-een-bordje-van-fijnstof~b75c6b93/>

Warner, M. (2002). Publics and counterpublics (abbreviated version). *Quarterly Journal of Speech*, 88 (4), 413-425. doi: 10.1080/00335630209384388

World Health Organization. (2006). *Health risks of particulate matter from long-range transboundary air pollution*. https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0006/78657/E88189.pdf

350

351

Laurens Kolks is ontwerper en socioloog. Hij studeerde in 1999 af aan de Design Academy Eindhoven en rondde in 2018 de master Sociologie aan de Erasmus Universiteit af (cum laude). Hij is als docent verbonden aan de TU Delft faculteit Industrieel Ontwerpen en St. Joost School of Art & Design en was gastdocent aan diverse academies in binnen- en buitenland. Laurens onderzoekt als buitenpromovendus bij *Erasmus School of Social and Behavioural Sciences* hoe bepaalde ontwerppraktijken een bijdrage kunnen leveren aan de articulatie van maatschappelijke kwesties.

