

# Camera toezicht en design

Hoe mensen zich op straat gedragen wordt deels bepaald door de inrichting van de openbare ruimte. Ook bewakingscamera's en de bijbehorende informatiebordjes hebben effect op ons gedrag. Omdat het gewenste effect per situatie kan verschillen, is het zaak om het ontwerp van bewakingscamera's en bordjes zorgvuldig te kiezen.

De meeste Nederlandse gemeenten die bewakingscamera's ophangen voor de openbare orde en veiligheid doen dat met als doel een veiligere straat en een veiliger gevoel. Daarom hebben de burgemeester, veiligheidsambtenaren en de politie meestal een doorslaggevende stem bij het uitkiezen van de camera's en de informatieborden. Vaak is er ook flink wat haast bij de plaatsing omdat er net een overval of een vechtpartij is geweest. Maar haast is een slechte raadgever.

## Boeven en burgers

Bij de meeste camerasystemen bepalen technisch-functionele overwegingen de vormgeving van de camera's en de informatiebordjes. Maar camera's nemen niet alleen waar, ze zenden ook een boodschap uit. Er zijn vriendelijke camera's ('Geen zorgen: ik hou een oogje in het zeil'), mooie camera's ('Mij zie je niet, ik lijk wel een lantaarnpaal') en strenge camera's ('Let op: ik zie alles!'). Wat de ideale boodschap is hangt af van de plek, van de problemen op die plek en vooral van de verhouding tussen het aantal mogelijke wetsovertreders en de rest van de voorbijgangers. Als 99,9 procent van het winkelende of uitgaande publiek een ongemakkelijk gevoel krijgt van de camera of het bordje, is de vormgeving niet geslaagd en doen de camera's meer kwaad dan goed.

Als camera's en informatiebordjes eenmaal zijn opgehangen vormen ze een integraal onderdeel van de openbare ruimte en hebben ze invloed op gevoel en gedrag van voorbijgangers. Het is zeer twijfelachtig of die boodschap altijd positief is. Sommige camera's passen totaal niet binnen het in een eerder stadium zo

◀ Het vriendelijke 'oogje' van de NS: de Big Brother factor van deze camera is zo klein mogelijk gemaakt.



zorgvuldig vormgegeven stadsgezicht en geven voorbijgangers daardoor een onveilig gevoel. Ze zijn een *cue* voor onveiligheid: 'Ik dacht dat ik in een mooi oud stadscentrum was, maar er zal hier wel veel criminaliteit zijn. Moet je al die camera's zien!'

## Big Brother

Soms is een streng vormgegeven camerasysteem een heel goed idee: als je bij een pinautomaat staat, vind je het niet erg dat er opnames worden gemaakt. Het is fijn als iemand achteraf kan controleren of er een skimmer aan de slag is geweest of dat iemand anders met jouw pinpas geld heeft opgenomen. Dat soort camera's moeten flink opvallen. In het verkeer is het ook logisch om te kiezen voor een opvallende Big Brothercampagne met als boodschap: 'Er is hier trajectcontrole en iedereen die te hard rijdt krijgt automatisch een boete op de deурmat!' De kans op *collateral damage* bij mensen waar de boodschap niet voor is bedoeld, is klein omdat iedereen wel eens te hard rijdt.



▲ De gemeente Amersfoort koos voor humor en richtte zich vooral tot de gewone voorbijganger en niet tot de potentiële wetsovertreder.

## GOUDEN TIPS VOOR CAMERADESIGN

- Camera's nemen niet alleen waar: ze zenden ook altijd een boodschap uit.
- Camera's en informatiebordjes kunnen een *cue* zijn voor veiligheid of onveiligheid.
- Informatiebordjes hebben meer invloed op gedrag dan de camera's zelf.

Zie de bundel 'Camera's en design' (te downloaden via [www.veilig-ontwerp-beheer.nl](http://www.veilig-ontwerp-beheer.nl)) voor meer tips en inzichte.

## 'Wat zit je haar leuk!'

In andere gebieden wil je echter een prettige sfeer creëren en wil je pro-sociaal gedrag bevorderen. Dan is een strenge Big Brother aanpak geen goed idee en sommige gemeenten kiezen dan voor een humoristische aanpak. Dat deden ze bijvoorbeeld in Liverpool waar posters met een grote gele smiley hangen met de tekst: 'Smile! You're on camera!'. Een ander voorbeeld is de gemeente Amersfoort waar stadsbussen rondrijden met posters met de tekst: 'Hallo! Je bent in beeld' of 'Wat zit je haar leuk!'. Een grappige camera of poster heeft echter weer als nadeel dat boeven zich er wellicht minder door voelen aangesproken.

Er is helaas geen perfect design voor camera's en informatiebordjes dat op elke plek werkt: elke plek is uniek (station, park, parkeerplaats, winkelgebied, uitgaansgebied, woonwijk) en elke voorbijganger is uniek (seks, leeftijd, bekendheid met de plek en de 'anderen' op die plek, doel van bezoek, ervaringen met criminaliteit). Idealiter zou je het design van de camera's en informatiebordjes aanpassen voor elke plek en elke voorbijganger en elk moment van de dag. Maar dat kan niet: het is onmogelijk om met één design meerdere boodschappen af te geven. Je moet kiezen. Daarbij zijn er globaal twee knoppen waar bij de vormgeving van camera's aan kan worden gedraaid: opvallen (ja/nee) en sfeer (streng/vriendelijk). De uitdaging is het vinden van het optimum tussen het afschrikken van potentiële daders en het geruststellen van de rest. Onopvallende camerasystemen hebben als voordeel dat ze geen negatieve *side effects* hebben, maar helaas hebben ze ook geen positieve *side effects* zoals een afschrikwekkend effect op raddraaiers of een veiliger gevoel op de rest. ▶

Camera's en informatiebordjes moeten uitstekend worden onderhouden: niets is erger dan een vogelnestje of spinnenweb voor een camera. Ook informatieborden die niet goed worden onderhouden geven onbedoeld de boodschap af: 'Niemand is echt met deze camera bezig – we zien niet eens dat dit bord beschimmd is.' Dat kan er zelfs toe leiden dat mensen hun troep niet meer in de afvalbak gooien, maar op straat: 'Als de gemeente zijn eigen spullen hier niet eens schoonmaakt...'

### Experimenteer

Kies in elk geval nooit een design op basis van uw eigen voorkeuren: wie weet bereikt u wel precies het tegenovergestelde van wat u hoopte. Een voorbeeld vonden we in het openbaar vervoer in Amsterdam waar posters waren ontworpen om het gevoel van veiligheid te verbeteren. Op de posters stonden teksten als: 'Op deze lijn houden we 32 oogjes in het zeil' en: 'Van een afstandje kijken we ook in deze bus'. Het bleek dat de posters geen enkel effect hadden op mensen die vaak met het openbaar vervoer reisden: niet positief en niet negatief. Maar bij mensen die weinig met het openbaar vervoer reisden werkten de posters averechts: zij kregen door de poster een onveilig gevoel. Het was een *cue* voor onveiligheid en niet



▲ Boodschap: Smile!  
You are on CCTV  
Doelgroep: Alle passagiers  
Goed: Positieve sfeer  
Nadeel: Wetsovertreders voelen zich minder aangesproken



▲ Boodschap: Warning  
Doelgroep: Wetsovertreders  
Goed: Stevige boodschap  
Nadeel: Mogelijke trigger voor onveiligheidsgevoel

### OVER HET ONDERZOEK

Dit artikel is gebaseerd op onderzoek dat de auteur heeft uitgevoerd voor de Stichting Veilig Ontwerp en Beheer en voor het ministerie van Veiligheid en Justitie. Aanleiding was de lelijkheid van veel camera's op de openbare weg. Hoe kan het dat in een historisch stadscentrum met sierlijke straatverlichting camera's worden geplaatst op aluminium kantelpalen met inklimkragen? In de loop van het onderzoek verschoof de vraag van esthetiek naar effectiviteit. De centrale vraag luidde: 'Wat is het effect van verschillend design van camera's en informatieborden op gevoel en gedrag van voorbijgangers en criminelen?' De resultaten zijn gepubliceerd in de bundel 'Camera's en design' die essays bevat van tien experts, waaronder een filosoof, een omgevingspsycholoog en een lector veiligheidspercepties. Maar ook de praktijk komt aan bod: gemeente, openbaar vervoer, een verkeershandhaver, een woningcorporatie en een projectontwikkelaar. De bundel wordt afgesloten met een literatuurstudie naar de wetenschappelijke 'state-of-the-art'. Er zijn al twee workshops gehouden over dit onderzoek (één bij de gemeente Almere en één bij het Centrum van Criminaliteitspreventie en Veiligheid) en er volgen er meer.

voor veiligheid. De postercampagne is niet uitgevoerd omdat hij meer kwaad dan goed zou doen. Experimenten in de praktijk kunnen veel pijnlijke missers voorkomen: probeer dus altijd een aantal designs uit voordat u een definitieve keuze maakt en uw bestelling plaatst bij een leverancier.

Design kost tijd en geld, maar het is de investering waard. Het effect van de camera's kan er namelijk aanzienlijk door worden vergroot. En in elk geval voorkomt u dat u precies het tegenovergestelde bereikt van wat u beoogde en weer helemaal van voren af aan moet beginnen. ●

WEBSITES  
www.dsp-groep.nl

