

Identiteit onder constructie

Projectontwikkelaars prijzen woningen aan als 'eigenzinnig' en 'authentiek'. Architecten azen op opdrachten voor beeldbepalende gebouwen. Gemeentebesturen willen de identiteit van hun stad versterken om de aantrekkingskracht op bedrijven te vergroten. Burgers vrezen dat het eigen karakter van hun omgeving verdwijnt en lopen massaal warm voor historiserende nieuwbouw. Als nooit tevoren wordt de identiteit in de ruimtelijke omgeving gezocht. Waar komt die trend vandaan? Hoe moet ze worden gewaardeerd? En waarom is het thema van identiteit nauwelijks in de 'Nota Ruimte' terug te vinden?

RIES VAN DER WOUDEN

Twijfel aan de eigen identiteit slaat doorgaans toe in tijden van snelle verandering. Iedereen heeft tijdens zijn puberteit of 'midlife crisis' wel eens voor de spiegel gestaan met de vraag: wie ben ik eigenlijk? Dat geldt niet alleen voor het individu, maar ook voor organisaties. De oratie 'Identiteit in Discussie' van socioloog Laeyendecker uit 1974 biedt zicht op een periode van uitvoerige debatten over de identiteit van organisaties na de verzuiling. Het begrip 'identiteitscrisis' zong rond en de katholieke vakbond NKV had zelfs een 'Bestuurder Identiteit' aangesteld om het denken over de positionering van een katholieke vakbond in de ontzuilde maatschappij te stimuleren. Veel heeft het niet geholpen, want het NKV zou in 1976 opgaan in de FNV.

Daarna werd het wat stiller rond dit thema totdat begin jaren negentig naar aanleiding van de Europese integratie een debat over de nationale identiteit ontstond. Dat debat heeft zich geleidelijk uitgebreid naar ruimtelijke entiteiten op allerlei schaalniveaus: steden, landschappen, wijken. Er heerst de angst dat historische identiteiten onder de moderniseringsdruk bezwijken. Er is tegelijkertijd een verhoogd bewustzijn dat de eigen stad, wijk of woning door middel van een sterke identiteit beter aan de man gebracht kan worden. Karaktervolle landschappen dienen te worden beschermd en steden en



Nederlandse ruimtelijke identiteit gezien vanaf de snelweg (Foto Tineke Lupi)

wijken worden onder de aandacht van burgers en bedrijven gebracht door ze als herkenbaar 'merk' te profileren. Een mengsel van defensieve en offensieve motieven derhalve, die ook nog eens door elkaar lopen doordat bij de marktprofileringen van steden en wijken niet zelden wordt teruggegrepen naar historische identiteiten, zoals bij de herleving van de Hanzesteden.

In zijn oratie gaf Laeyendecker aan dat bij het begrip 'identiteit' in feite twee vragen een rol spelen: de vraag naar het eigene en onderscheidende van iets of iemand en de vraag naar de continuïteit in verandering. Beide aspecten zijn ook bij de connectie tussen identiteit en ruimte aan de orde. De zoektocht naar de identiteit van ruimten is te zien als een reactie op grote veranderingen waarin zowel onderscheid en eigenheid als het spanningsveld tussen historische continuïteit en transformatie een rol spelen. Dit artikel wil een aanzet geven tot een analyse van de aard en aanleiding van die zoektocht. Maar daaraan gaat een vraag vooraf waarop eerst kort wordt ingegaan. Mag het begrip 'identiteit' zomaar worden verplaatst van personen naar fysieke ruimten?

Identiteit van ruimten?

De relatie tussen ruimte en identiteit is op zich niet nieuw. Eeuwenlang hebben mensen identiteit of status ontleend aan hun huis, straat, woonbuurt of stad. Nog steeds wordt een adres in de Amsterdamse Concertgebouwuurt of het Haagse Statenkwartier met enige

trots naar voren gebracht. En ook al woon je op een krappe woning in de Dapperbuurt, tegenover provincialen kun je tenminste duidelijk maken dat je deel uitmaakt van het kosmopolitische Amsterdam. Die bindingen zijn verrassend sterk, zoals bestuurders tot hun schrik merkten bij de referenda in 1995 in Amsterdam en Rotterdam. Een overgrote meerderheid van de burgers weigerde 'hun' stad te laten verdwijnen in gezichtsloze stadsprovincies. Bindingen zijn er niet alleen met woonplekken, maar ook met werkplekken: het is beter om in de binnenstad te werken dan op een bedrijventerrein buiten de stad. En er is natuurlijk de nationale trots, waarbij het lidmaatschap van een natie de koppeling vormt tussen de persoonlijke identiteit en het nationale landschap. De recente trend om aan ruimtelijke entiteiten als steden, regio's en wijken zelf een identiteit toe te kennen gaat echter een stap verder dan het ontlener van identiteit aan de verbondenheid met een plek. De identiteit wordt verplaatst van de persoon naar de ruimtelijke entiteit zelf. Dat is in feite een vorm van reïficatie: het toekennen van een menselijke eigenschap aan een fysiek ding. Zoals Simon Schama in zijn monumentale 'Landschap en Herinnering' laat zien, kan die reïficatie op een lange traditie bogen. De bezielde en mythische landschappen kregen in de negentiende eeuw een nieuwe impuls door het romantische verlangen naar het pastorale leven en de positionering van landschappen in het erfgoed van het

groeïend nationaal bewustzijn. En nu, in een tijd van afnemend belang van de natiestaat en de afdaling van het eens zo glorieuze ideaal van het 'wereldburgerschap' in de grimmige migrantenwijk, beleeft de ruimtelijke reïficatie van identiteit opnieuw hoogtijdagen. Identiteiten worden gezocht én gevonden in Hollandse landschappen en historiserende woningbouw.

Hoe waarachtig zijn die ruimtelijke identiteiten? Zoals we zagen is de vraag naar de identiteit tegelijkertijd een vraag naar de continuïteit van iets of iemand en naar dat wat iets of iemand van zijn omgeving onderscheidt. Een sluitend antwoord op die vraag vereist een toetssteen, maar die is er niet. De gemakkelijkste uitweg lijkt in eerste instantie het geven van een biografie, of het nu gaat om een persoon of om een stad of landschap. Maar dat antwoord is op alle vlakken onbevredigend, want de biografie loopt door, ook als iemand gaat dementeren. Maar is een demente persoon nog dezelfde? En zou Voorne-Putten nog zichzelf zijn gebleven als het omgevormd zou zijn tot industrieterrein van Rotterdam, zoals ooit het plan was? De levensloop van het landschap gaat verder, maar een antwoord op de vraag naar de identiteit ervan geeft hij niet. De identiteit van ruimten is daarom een construct in dubbele zin. De

identiteit zélf is een construct, slechts bestaand in taal en beeld en altijd voorlopig en betwistbaar. Bovendien is het een vorm van reïficatie, het toekennen van een menselijke eigenschap aan fysieke ruimten. Niettemin is het analyseren van deze constructen, deze ogenschijnlijke hersenschimmen, van groot belang. Identiteiten zijn bepalend voor hoe mensen zich in de wereld en de ruimte positioneren en daar naar handelen. De eerder gestelde vraag of je 'identiteit' mag toepassen op de ruimte kan dus slechts indirect beantwoord worden met de constatering dat identiteit kennelijk een onmisbaar maatschappelijk construct is dat als zodanig door de sociale wetenschappen serieus genomen moet worden. Discussies over ruimtelijke identiteiten geven aan dat maatschappelijke groepen reageren op veranderingen en hun posities in de ruimte aan het herdefiniëren zijn. Waar mensen eerder identiteiten zochten in religie of politieke oriëntatie, doen ze dat nu in de ruimtelijke omgeving. Over dat proces gaat de rest van dit artikel. De belangrijkste maatschappelijke verandering is de versnelde mondialisering en het verhevigde zoeken naar identiteit is daar een reactie op.

Mondialisering

Mondialisering en het zoeken naar identiteit hebben alles met elkaar te maken en dat inzicht wint ook terrein in het debat over ruimtelijke ontwikkelingen. Niet voor niets liet Manuel Castells zijn boek over de netwerksamenleving 'The Rise of the Network Society' volgen door een deel met de titel 'The Power of Identity'. Mondialisering en identiteitsvorming zijn te beschouwen als de keerzijden van één proces. Het zoeken naar identiteit is een reactie op het proces van mondialisering. Daarbij worden soms nieuwe culturele identiteiten geschapen, maar vaker nog oude identiteiten herontdekt. Zie bijvoorbeeld de multinationale staten uit het voormalige Oostblok, zoals de Sovjet-Unie en Joegoslavië. Toen deze staten uit elkaar vielen, werd teruggegrepen op de nationale identiteiten van voor de Russische revolutie. Elders maakten islamitisch en christelijk fundamentalisme een bloeiperiode door.

Het zoeken naar identiteit is niet alleen op het macroniveau van de wereldpolitiek en de wereldeconomie terug te vinden. Ook op andere ruimtelijke schaalniveaus is die trend er. Stedelijke regio's proberen zich te profileren in een steeds internationaler economisch veld. Vele nieuwe stedelijke plekken krijgen een identiteitsbepalende vorm, zoals die van de zeer populaire jaren dertig. Op individueel niveau neemt het belang van 'leefstijl' als vormgever van identiteit toe.

Na de crisis van de industriële economieën in het Westen van de jaren zeventig is een sterke mondiale economische vlechteling ontstaan die zich steeds minder laat kanaliseren binnen nationale grenzen. Sectoren als de zakelijke dienstverlening en de informatietechnologie liepen voorop. Vele auteurs benadrukten het 'footloose'-karakter van deze mondialisering. De grotere bewegingsvrijheid betekent echter niet dat plaatsen niet meer van belang zijn. Het tegendeel is eerder het geval: de verminderde vestigingsdwang van bedrijven betekent juist dat vestigingsplaatsen zich beter moeten 'verkopen' aan potentiële klanten. Dat doen ze vooral door hun identiteit als wereldstad, als cultuurcentrum, als ICT-stad of als uitgaansstad te benadrukken. Het is de verdienste van Saskia Sassen geweest erop te wijzen dat hierdoor de brandpunten van de economische mon-

Nieuwbouwwoningen in jaren dertig stijl te Nieuw-Vennep. (Foto Marlies de Stijger)



dialisering sterk geconcentreerd zijn in specifieke plaatsen: de 'global cities' New York, Londen en Tokyo. Zij vormen de top van het internationale zakelijk verkeer, de belangrijkste knopen in het wereldomspannende stedelijke netwerk. Andere steden nemen op deelreinen een topositie in of profileren zich als centra in hun regio.

Ook in Nederland herstelden sommige steden zich van de klappen van de deïndustrialisatie. De sterkst ontwikkelde postindustriële agglomeraties aan de noord- en oostvleugel van de Randstad groeiden beduidend sneller dan gemiddeld. Het lijkt erop dat deze agglomeraties zich een eigen economische positie - een eigen 'economische identiteit' - hebben verworven binnen de internationale economische netwerken. Die identiteit is soms gebaseerd op oude specialisaties, zoals de financiële sector in Amsterdam. Ook in een mondiale economie speelt de historische padafhankelijkheid nog een rol. Een oude economische identiteit trekt nieuwe activiteiten aan die daarop voortbouwen. Een groter probleem hebben de grootstedelijke gebieden die voorheen sterk op de industrie leunden, zoals de Rijnmond. Deze gebieden zijn nog op zoek naar een nieuwe positie in de mondiale economie en naar een eigen identiteit. Twee zaken vallen op aan deze herpositionering van stedelijke en regionale identiteiten. Grootstedelijke gebieden zijn ten eerste geneigd een zelfde specialisatie te zoeken: 'brainports', ICT, recreatie. Waar diversiteit tussen steden met de mond wordt beleden, is een zekere uniformiteit het gevolg. Ten tweede vindt het debat over de eigen grootstedelijke identiteit nog weinig plaats op Europees niveau. Wat betekenen de agglomeraties in de Randstad binnen Europa? Of is het verstandiger de Randstad als geheel te positioneren? In dit opzicht is het opvallend dat in de 'Nota Ruimte' de ambitie van de Delta-metropool is losgelaten en er weer over Randstad wordt gesproken. Misschien is dat terecht. In ieder geval zou een debat over de nieuwe grootstedelijke economische ambities en de bijbehorende schaalniveaus hier wel op zijn plaats zijn.

'Generic city'

Wie de oogst aan fotoboeken over internationale stedelijke ontwikkelingen van

de laatste jaren bekijkt, kan maar tot één conclusie komen: nieuwe stedelijke plekken hebben nauwelijks een eigen identiteit. Of het nu gaat om Tokyo, Frankfurt, Londen of São Paulo, de nieuwe kantoren, vliegvelden, knooppunten en woonblokken lijken allemaal op elkaar. Het lijkt de stelling van Koolhaas te bevestigen dat de 'generic city': de stad, of liever gezegd het stedelijk veld zonder eigen identiteit en geschiedenis, daadwerkelijk in opkomst is. In reactie hierop zijn stadsbestuurders, projectontwikkelaars en consumenten veel bewuster bezig een identiteit voor stedelijke gebieden te zoeken en te construeren. Overal in het stedelijke gebied verschijnen bijvoorbeeld beeldbepalende gebouwen die de identiteit van dat gebied moeten versterken. Projectontwikkelaars en gemeentebestuurders proberen woonwijken een sterker eigen gezicht te geven om ze voor kopers aantrekkelijker te maken. Hiertoe worden vaak de 'grote namen' uit de architectenwereld gecontracteerd. Van hen wordt immers verwacht dat zij door hun eigen stijl een sterke identiteit voor een stedelijk gebied kunnen creëren. Maar ook in deze reacties dreigt een zeker gevaar van uniformiteit. De lokale identiteiten, die gevormd worden in reactie op de 'identiteitsloze' mondialisering, lijken vaak erg op elkaar. Denk aan het versterken van de historische identiteit van binnensteden en de alomtegenwoordige binnenstadfestivals, denk aan de nieuwe jaren dertig wijken en denk ook aan de vele monumentale nieuwe kantoorgebouwen.

Het gecombineerde effect van de mondialisering en het toegenomen belang van identiteit is overigens ook voelbaar op een geheel ander vlak, namelijk in de discussie over achterstandswijken. Waar de autochtone bewoners van achterstandswijken zich vroeger deel voelden van een stad waar ze trots op waren, zijn ze nu ongewild deel van een achterstandsgroep. Zij krijgen de negatieve identiteit van achterblijver opgeplakt. Zij zijn er immers niet in geslaagd weg te komen uit de voormalige arbeiderswijk, die nu in een immigrantenwijk is veranderd. De emotionele weerstand tegen die ongewenste identificatie is groot en een factor die in het debat over wonen in achterstandswijken niet ongestraft kan worden verwaarloosd.



'Global city' Frankfurt am Main met op de voorgrond het gereconstrueerde geboortehuis van Goethe. (Foto Peter van Yperen)

Persoonlijke identiteit

Ook op individueel niveau is het belang van identiteit toegenomen. Was in de industriële samenleving de sociaal-economische status belangrijk voor de identiteit van een persoon, nu lijkt de identiteit vooral in de vrije tijd en door verschillen in consumptiepatronen te worden opgebouwd. Identiteiten worden bewuster gezocht en tot een leefstijl geconstrueerd. De Duitse socioloog Gerhard Schulze spreekt in dit opzicht zelfs van een 'Erlebnisgesellschaft': een maatschappij waarin de sociale posities van individuen kunnen worden gedefinieerd in termen van smaak, leefstijl en consumptiepatronen. Deze ontwikkelingen zijn de afgelopen decennia geïntensiveerd, vooral door de groei van het media- en internetgebruik. De 'informatisering' van het dagelijkse bestaan heeft een nieuwe dimensie toegevoegd aan de vrijetijdsbesteding en de vormgeving van de individuele identiteit. Het individu kan nu zijn identiteit ontlenuen aan contacten op mondiaal

niveau. Voorheen werd deze vermaaks- en informatiestroom gefilterd door de nationaal georganiseerde omroepen en nieuwsmedia en waren de directe internationale contacten voorbehouden aan de elite en de kortegolfradio-enthousiast. Nu ontstaat het gedifferentieerde beeld van het 'voor elk wat wils'-wereldburgerschap. De immigrant uit Pakistan onderhoudt de traditionele familiebanden met het land van herkomst, de Elvis-fan onderhoudt via het internet contacten met andere fans en bij gebeurtenissen zoals de oorlog in Irak en de Olympische Spelen zijn overal ter wereld mensen aan de televisie gekluisterd. Deze 'wereldoriëntaties' zijn geen vervanging van de dagelijkse contacten op een klein ruimtelijk schaalniveau. Ze komen erbij. In het dagelijkse bestaan wordt frequent van schaal gewisseld: er wordt gemaïld met collega's aan de andere kant van de wereld, vervolgens worden boodschappen gedaan in de eigen straat en in het weekeinde worden uitgaansgelegenheden buiten de woonplaats bezocht. Zo ontstaan per individu verschillende 'pakketten' van bindingen op allerlei schaalniveaus. Meer dan voorheen is de persoonlijke identiteit een proces van permanente constructie en reconstructie geworden. Gaf het idee van de ziel aan de gelovige ooit de illusie van een onveranderlijke persoonlijke kern, tegenwoordig is de westerse gesecculariseerde bevolking zich ervan bewust dat de persoonlijkheid gemaakt en gemanipuleerd moet worden en steeds opnieuw aandacht vereist. De persoonlijke identiteit moet voortdurend worden gespiegeld en getoetst aan de omgeving. De constatering van Richard Sennett dat de modernisering een muur heeft opgetrokken tussen de private binnenwereld van mensen en de publieke stedelijke omgeving, is daarom allang niet meer adequaat. In de postmoderne samenleving is er geen sprake van gescheiden identiteiten voor binnenshuis en het publieke leven. Integendeel, mensen brengen hun privéleven naar buiten en de publieke wereld naar binnen en construeren zo hun identiteit. Die ontstaat uit een amalgaam van psychische, culturele én ruimtelijke beleving.

Ruimtelijk beleid

Anders dan de 'paarse' voorgangers lijkt het Kabinet-Balkenende meer aandacht te hebben voor de schaduwzijden van

de mondialisering in de vorm van het verlies aan eigenheid van de natie en van gemeenschappen. Denken over identiteit zou nu zeker in het politieke klimaat passen naast thema's als sociale cohesie en normen en waarden. Het is daarom des te opmerkelijker dat in de 'Nota Ruimte', met uitzondering van een verwijzing naar enkele regionale landschappen, elke doordenking van dit thema ontbreekt. Er is geen analyse van het maatschappelijke onbehagen over bedreigde en nieuwe identiteiten, zoals onder meer uit het toch wel heftige segregatie- en integratiedebat blijkt. Het besef dat het hier óók om een belangrijk ruimtelijk vraagstuk gaat, klinkt in elk geval niet door. Evenmin wordt aandacht besteed aan de identiteit van de Nederlandse ruimte in Europa. Wat draagt het nationale landschap bij aan de Nederlandse identiteit en hoe kan die door ontwerp worden versterkt en een plaats verwerven in een grenzeloos Europa? Hoe kan de Nederlandse traditie van de burgerlijke stad een nieuwe vorm krijgen in een mondiale samenleving? Wat betekent de schaalessprong van stad naar grootstedelijke netwerken voor de vooralsnog erg identiteitsloze Randstad dan wel Deltametropool? Op welke wijze kan het in de nota beleden streven naar decentralisatie beter aansluiten bij regionale en lokale identiteiten? Niet dat de 'Nota Ruimte' op deze punten het definitieve antwoord had moeten geven, maar het begin van een debat was toch wel aardig geweest. Op dit punt is er echter in de Nederlandse ruimtelijke ordening sprake van een grote leegte. Hoe het ook zij, de trend van een verminderde binding van bedrijven en burgers aan één specifieke ruimte zal doorzetten en het ruimtelijke beleid zal daarvan op alle schaalniveaus de consequenties ondervinden. Niet alleen Philips verplaatst activiteiten naar China, ook burgers verruilen de ene woonplek gemakkelijker voor de andere en bewegen zich steeds meer op verschillende schaalniveaus. Projectontwikkelaars reageren hierop door woonomgevingen van gewenste identiteiten te voorzien en ook gemeenten lijken gevoeliger voor het belang van identiteit als kwaliteit van hun 'lokatie'. Ongewenst gevolg hiervan is, zoals we zagen, een zekere neiging tot uniformiteit. Een nationale visie op de diversiteit aan ruimtelijke identiteiten in Nederland zou daaraan een zeker tegenwicht kunnen bieden. Bovendien

zou het het besef vergroten dat die diversiteit aan ruimtelijke identiteiten wellicht één van de essentiële eigenschappen is van de lokatie Nederland en van de identiteit van de Nederlandse delta als geheel.

Ries van der Wouden is sectordirecteur bij het Ruimtelijk Planbureau. Hij is tevens hoofdredacteur van het tijdschrift voor stedenbouw en ruimtelijke ordening S&RO.

Literatuurselectie

- Castells, M. (1996) *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (1997) *The power of identity*. Oxford: Blackwell.
- Laeyendecker, L. (1974) *Identiteit in discussie*. Meppel: Boom.
- Sassen, S. (1991) *The global city*. New York, London, Tokyo. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Schama, S. (1995) *Landschap en herinnering*. Amsterdam en Antwerpen: Contact.
- Schulze, G. (1992) *Die Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt en New York: Campus.
- Schuyt, K. & E. Taverne (2000) *1950. Welvaart in zwart-wit. Nederlandse cultuur in Europese context*. Den Haag: Sdu-Uitgevers.
- Sennett, R. (1992) *The conscience of the eye. The design and social life of cities*. New York: Norton.
- Wouden, R. van der (2003) *Sensitivity in the age of the internet and the shopping mall*. In: R. Sennett (red.) *Megacities and the welfare state*, pp. 93-95. Amsterdam: Megacities Foundation.
- Wouden, R. van der & E. de Bruijne (2001) *De stad in de omtrek*. Den Haag: SCP.