

# De 'missing link' tussen theorie en praktijk

## Het cultuurprofiel als instrument

Kun je sleutelen aan de ruimtelijke identiteit van een gebied? In de loop der jaren zijn vele instrumenten ontwikkeld die dit beogen, maar deze zijn vaak weinig doordacht. Als het begrip identiteit verder wordt uitgewerkt is een betere afstemming tussen theorie en praktijk mogelijk

KEES FORTUIN & PETER VAN DER GRAAF



*Ijsbaan op het stationsplein in Schiedam. (Foto Verwey-Jonker Instituut)*

De identiteit van een gebied: wat voor de één slechts een aardige aanleiding is om in gesprek te raken met diverse partijen, vormt voor de ander een graadmeter voor de economische waarde. Weer een ander beschouwt het als een economisch of sociaal goed dat herverdeeld kan worden onder wijkbewoners. Of als een sociaal-cultureel etiket dat naar believen op gebieden kan worden geplakt en ziet: de verschillende mensen die er wonen zijn met elkaar verbonden. Wat ons opvalt is dat uit al deze opvattingen een maakbaarheids-gedachte spreekt: het is mogelijk om te sleutelen aan de identiteit van mensen en gebieden en daar kun je problemen mee oplossen. Maar hoe reëel is dat in de weerbarstige praktijk van stedelijke vernieuwing?

Wat het beantwoorden van deze vraag lastig maakt, is dat het begrip identiteit ongedefinieerd wordt ingezet. Maar niet alleen dat. De praktijk is vaak losgezongen van de inhoud van het begrip identiteit. Geen wonder dat sommige auteurs daarom het gebruik van identiteit relati-

veren, zoals Stefan Metaal in zijn artikel in dit themanummer. Hij schaaft dit liever onder het kopje 'themativering' waarmee een ongecompliceerd kleur-tje aan een willekeurige lokatie wordt gegeven om potentiële huizenkopers te lokken. We denken dat identiteit wel degelijk een grote rol kan spelen in stedelijke vernieuwing, maar daarvoor is een beter doordacht gebruik van het begrip nodig. Om meer greep te krijgen op identiteit en de mogelijkheden die identiteit biedt voor stedelijke vernieuwing ondernemen we een uitstapje naar de wetenschappelijke literatuur. Vervolgens inventariseren we verschillende methodieken en gaan we na in hoeverre deze aansluiten bij de inhoud van het begrip identiteit. Dit leidt aan het eind van ons artikel tot de suggestie van een methodiek om beter gebruik te maken van de mogelijkheden van het begrip identiteit in stedelijke vernieuwing.

### Wat is identiteit?

Identiteit is een begrip dat gehanteerd wordt in diverse wetenschappelijke

disciplines, variërend van sociale wetenschappen tot communicatiestudies en marketing. De rijkste traditie bestaat binnen de antropologie en wij putten dan ook vooral uit deze discipline. We definiëren identiteit op basis van vier kernbegrippen: constructivistisch, meervoudig, dynamisch en context/ruimtegebonden.

Identiteit is een dimensie van menselijke interactie. Wanneer we met anderen communiceren geven we niet alleen uitdrukking aan wat we willen zeggen (inhoudsaspect) en aan onze relatie tot de ander (betrekkingsaspect), maar ook aan wie we zijn, wat onze identiteit is. Menselijke interactie zet zo als het ware een 'sediment' af in de zin van een gevoel van wie we zijn, bij wie we wel en niet horen, hoe we de dingen doen: identiteit en cultuur. Omdat identiteit in menselijke interactie gevormd en uitgedrukt wordt, is het in de eerste plaats een constructie. In de loop van ons leven bouwen we deze constructie op en gebruiken haar om uit te drukken 'wie we zijn'. Deze constructies ontstaan en veranderen in de dagelijkse interactie, maar ze hebben ook een 'bestendigheid' omdat nieuwe interacties geduid worden in termen van de bestaande betekenisystemen.

Identiteit is ook meervoudig. Identiteit van mensen is niet gebaseerd op één type leefstijl of netwerk, maar op het hele patroon van relaties dat ze onderhouden. Mensen maken niet alleen deel uit van een familie, maar ook van verschillende vriendengroepen, ze onderhouden relaties op het werk, de studie of de sportvereniging. Soms zijn ze zelfs actief binnen hun wijk! Met elke groep deelt een individu ervaringen en op basis daarvan opvattingen en waarden. Identiteit is dus een meervoudig begrip. Het belang van deze meervoudige groepsbindingen neemt toe naarmate

onze wereld beweeglijker wordt. Ries van der Wouden wijst in dit verband in dit themanummer op de relatie tussen identiteit en mondialisering waardoor mensen steeds vaker en steeds sneller van positie en daarmee van identiteit moeten veranderen.

Identiteiten zijn altijd in beweging onder invloed van sociale interacties tussen mensen. Afhankelijk van de mensen die we tegen komen of de context waarin we ons bewegen, accentueren we andere identiteitsaspecten. Verandering van context zorgt niet alleen voor botsingen en verschillen tussen identiteiten, maar ook voor de bijstelling van betekenissen of het ontstaan van nieuwe betekenissen. Betekenisgeving is nooit af, maar herdefinieert en herbevestigt zich voortdurend. Identiteit is met andere woorden een dynamisch proces. Wetenschappers als Cohen spreken daarom liever over identiteitsdynamieken of identiteitsprocessen in plaats van het statische begrip identiteit. De dynamieken waar Cohen over spreekt spelen zich af op allerlei schaalniveaus in de samenleving die elkaar wederzijds beïnvloeden, variërend van de straat en buurt tot steden, regio's en zelfs op internationaal niveau.

De uitwisseling van betekenissen hoeft zich niet te beperken tot personen. Objecten en rituelen kunnen onder invloed van hun plaats in het menselijke handelen betekenis verwerven, ze raken 'geladen' met betekenis. Hetzelfde kan met wijken en buurten gebeuren. Ries van der Wouden verwijst hiernaar met de term 'reïficatie', waarbij menselijke eigenschappen worden toegedicht aan fysieke dingen. Deze ruimtelijke betekenissen worden door groepen mensen gebruikt om aan te geven wie ze zijn en bij wie – of waar – ze horen. Wijken en buurten kunnen dus een symbolische functie hebben. Identiteit is echter niet alleen een passief sediment, slechts een nevenproduct van menselijke interactie. Het is tegelijkertijd een productieve kracht die een plek kan maken en breken. Het is ook een 'nestgeur' of een uitstraling waardoor de plek mogelijkheden heeft die andere niet bieden. Door een plek als het ware te laden met betekenissen waarmee bepaalde groepen mensen zich identificeren en waardoor bepaalde activiteiten gestimuleerd worden, kun je het sociale verkeer op deze plek sturen.

### Methodieken

In hoeverre wordt in stedelijke vernieuwing gebruik gemaakt of rekening gehouden met de hierboven opgesomde kenmerken van identiteit? Om deze vraag te beantwoorden zijn we op zoek gegaan naar verschillende methodieken die in de aanpak van buurten en wijken worden ingezet om te sleutelen aan hun identiteit. Wij maken daarvoor gebruik van een inventariserende studie van Leeke Reinders en vullen deze aan met eigen onderzoekservaringen. Reinders onderscheidt twee stromingen binnen de identiteitshype. De ene stroming kiest het territorium als uitgangspunt, terwijl de andere de mensen die in een gebied wonen centraal stelt.

De eerste stroming dateert uit de periode van stadsvernieuwing in de jaren zeventig. Onder deze stroming vallen termen als woonmilieus, sferen, schetsen en landschappen. Binnen deze gebiedsgerichte benadering wordt de identiteit van ruimtelijke eenheden als wijken en buurten in kaart gebracht op basis van een set meetbare indicatoren variërend van bouwjaar en stijl, geografische lokatie, dichtheid en grootte van de woning tot het inkomen en de opleiding van bewoners en grootstedelijke voorzieningen in het gebied. Lag aanvankelijk de nadruk op harde, kwantificeerbare indicatoren, meer recentelijk worden ook subjectieve dimensies van een wijk of gebied in de analyse meegenomen. Daarin is meer plaats voor de beleving van bewoners, die vaak afwijkt van de bestuurlijke afbakening van wijken. Door bewoners cognitieve

kaarten van gebieden te laten opstellen met plekken die zij belangrijk vinden (zogenaamde 'mental maps') of door hen 'landmarks' en identiteitsdragers aan te laten wijzen, ontstaat een indeling van de ruimte die gebaseerd is op de beleving van haar bewoners.

De tweede stroming is recenter en analyseert niet zozeer de identiteitskenmerken van het gebied, maar van de bewoners. Onder deze stroming vallen de populaire leefstijlbenadering en de 'branding'-methode. In eerste instantie ging het binnen de persoonsgerichte benadering om kenmerken van waarneembaar sociaal gedrag, maar al gauw werd het begrip opgerekt tot een bredere omschrijving, waarmee ook de sociaal-culturele ontwikkelingen binnen een gebied in kaart werden gebracht. Twee bekende voorbeelden zijn het 'Mentality'-model van marketingbureau Motivaction en het 'Brand Strategy Research'-model van SmartAgent. Beide modellen proberen de sociaal-psychologische en culturele drijfveren van woonconsumenten in kaart te brengen door de Nederlandse bevolking op te delen naar verschillende normen en waarden en daaraan gekoppeld verschillende (woon)behoeften. Zowel vanuit de praktijk als uit wetenschappelijke hoek is er kritiek op beide benaderingen. Beide schetsen een statisch beeld van gebieden en kunnen daardoor niet goed omgaan met veranderingen die voortdurend plaatsvinden, zoals verhuisbewegingen, economische omstandigheden of verloedering. Een meer subjectieve indicatie van woonmilieus die uitgaat

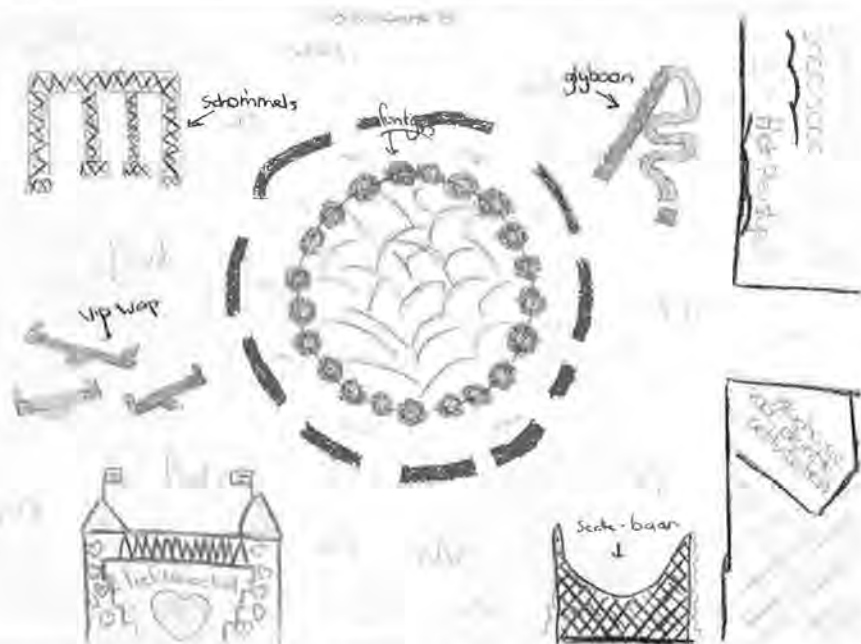




van de beleving van bewoners lost deze problemen niet op, maar creëert zelfs een nieuw probleem: hoe kom je van verschillende belevingen van individuele bewoners tot één typering van het gebied? Tel je ze gewoon op of vormen ze een patroon waarin contrasten en fricties voorkomen? En hoe doe je dat? De persoonsgerichte benadering laat meer ruimte voor verschillen in beleving tussen bewoners, maar geeft geen antwoord op hoe deze verschillen patronen vormen. De nadruk ligt op (makkelijker meetbare) attitudes in plaats van waarneembaar sociaal gedrag, waardoor de vertaalslag naar concrete identiteitsinterventies moeilijk is. Bovendien verdwijnt in deze benadering de fysieke ruimte uit beeld. Nergens wordt de vraag gesteld hoe fysieke ruimte en sociale gedragingen samenhangen, terwijl impliciet deze relatie wel voortdurend gelegd wordt door er van uit te gaan dat betrokkenen zich daadwerkelijk inzetten voor de identiteit die zij voorstaan.

#### Cultuurprofiel als 'missing link'

Het Verwey-Jonker Instituut heeft vanuit deze 'mismatch' de aanzet tot een instrument ontwikkeld dat aan deze kritiek tegemoet komt; het cultuurprofiel. Het cultuurprofiel richt zich in de eerste plaats op het in beeld brengen van de beleving van en sociale verbanden binnen een bepaalde lokatie. Betekenissen kunnen betrekking hebben op een straat, een plein, een wijk of zelfs een hele stad. Niet alleen bewoners kennen betekenissen toe, maar ook buitenstaanders, passanten en tijdelijke gebruikers. Centraal staan de relaties tussen de verschillende betekenissen en de dynamiek die ze oproepen in het gebruik van plekken. Vooral deze laatste toevoeging is cruciaal: vanuit de assumptie dat gedrag en beleving elkaar wederzijds sturen, wordt in het opstellen van een cultuurprofiel ook expliciet gekeken naar het gedrag van bewoners op plekken waaraan zij een speciale betekenis hechten. Bij het opstellen van een cultuurprofiel wordt gebruik gemaakt van diverse onderzoeksmethoden, zoals documentanalyse, observaties, interviews en 'mental mapping'. Ervaring is onder andere opgedaan rond de ontwikkeling van de Wilhelminapier (Kop van Zuid), bij het Rotterdamse Singelplan en bij de ontwikkeling van de toekomstvisie



Een resultaat van een ontwerpessie met bewoners en kinderen. (Illustratie Verwey-Jonker Instituut)

voor het veenkoloniaal gebied van de gemeenten Borger-Osdoorn en Stadskaanaal. In een sociale verkenning van het Singelplan bijvoorbeeld, de opknappoperatie van de Rotterdamse singels, bleek de reikwijdte van de singels veel groter dan het water en de groenvoorziening daar omheen. Als aderen die delen van de stad verbinden zijn ze deel van veel grotere sociale processen. Bestuurders zien ze als beeldmerk voor de stad of willen de doorgaande routes aanwenden voor een fietspadennetwerk. Singels verbinden niet alleen, zij grenzen ook af en als zodanig vormen zij een grensgebied waar ontmoeting tussen bewoners van soms zeer heterogene wijken plaatsvindt. De ontmoeting van verschillende werelden geeft een eigen dynamiek aan het gebied. Claims die groepen leggen op het gebied staan vaak op gespannen voet met elkaar. Bewoners beschouwen het gebied als hun voortuin, de jeugd uit omliggende wijken gebruikt het als hang- en ontmoetingsplek, kinderen spelen er, hondenbezitters willen er hun hond uitlaten en soms leggen prostituees, verslaafden en daklozen 's avonds beslag op de singelzones. Ook de vraag van wie de singel is, maakt deel uit van het 'stromenballet' van de stad. De beelden van het cultuurprofiel positioneren het gebied in zijn omgeving. Omgeving is niet uitsluitend in ruimtelijke zin op te vatten, maar ook in symbolische zin, in de vorm van verschillende culturele contexten. Als er eendjes gevoerd worden dan kan dat voor autochtone bevolkingsgroepen verwijzen naar jeugd-

herinneringen waarin de relatie van kleine kinderen met dieren bijvoorbeeld belangrijk is. Voor moslims kan het verwijzen naar het religieus geïnspireerde verbod om eten weg te gooien. Dezelfde handeling kan dus verschillende betekenissen hebben. De beelden laten zien welke sociale groepen zich in het gebied bewegen, hoe de interactie tussen deze groepen verloopt en welke betekenis zij eraan toekennen. De beelden vormen een 'verhaal' van het gebied, plaatsen het in het kader van historische ontwikkelingen en in een toekomstbeeld.

#### Een stap verder...

In Schiedam zijn wij nog een stap verder gegaan. Via diepte-interviews met bewoners, tekeningen, opstellen en foto-reportages van schoolkinderen, gesprekken met passanten en documentenstudie hebben we een beeld opgebouwd van het Schiedamse Stationsplein in de ogen van verschillende groepen betrokkenen. Maar we hebben niet alleen betekenissen geïnventariseerd en geaccentueerd, we proberen deze sociale beelden ook te activeren. Via een programma van activiteiten wordt geprobeerd de ontwikkelde beelden te laten landen in het alledaagse sociale verkeer. Wij proberen zo een beleving te creëren die een binding met het gebied oproept. Deze binding is vervolgens een hulpbron waar je in de ontwikkeling gebruik van kunt maken. In onze visie is het gebruik van de ruimte de sleutel om een gewenst sociaal klimaat te realiseren. Wanneer de ruimte constructief

gebruikt wordt, spelen er zich geschiedenissen af die later herinneringen worden. Ze versterken de binding aan de plek, deze krijgt een positieve 'nestgeur', wat weer een succesvoorwaarde is voor verder gebruik, en zo verder. Zoals eerder gezegd is de identiteit van een gebied niet maakbaar zoals een gebouw dat is. Waar de architect of stedenbouwkundige zich met succes als de ontwerper van kwaliteit kan opwerpen, is de sociaal architect nooit meer dan een regisseur of, bescheidener nog, een animator van het sociale leven. Onvoorspelbaarheid, onzekerheid en voorlopigheid is eigen aan ieder sociaal beeld. Een sociaal beeld wordt van dag tot dag opnieuw gerealiseerd via het gedrag van mensen. Toewerken naar het beeld heeft een proceskarakter. Je kunt niet van de ene op de andere dag, per decreet als het ware, een hechte relatie tussen een nieuwbouwwijk en de omgeving poneren. Daar moet je naartoe werken en terwijl je dat doet zal ook het beeld veranderen, als een horizon waar je naartoe loopt. Het vergt competenties om mee te bewegen met het maatschappelijke proces. Dat komt dan dicht in de buurt van samenlevingsopbouw, waarin je ook sociale activiteiten gebruikt om een sociale structuur tot ontwikkeling te brengen.

#### De geleefde identiteit

Cultuurprofielen vormen een aanzet tot een andere benadering van identiteit in relatie tot de ontwikkeling van stedelijke gebieden. Het is echter nog maar een begin. De ervaring is beperkt. Cultuur is een open begrip en je moet niet de illusie hebben dat je het ultieme cultuurprofiel kunt schrijven. Uit fragmentarische informatie probeer je een beeld op te bouwen dat aanknopingspunten biedt voor gerichte activiteiten. Ook als het gaat om het ontwikkelen van interventies die de interactie in het gebied koppelen aan de ontwikkeling van de identiteit staan we nog maar aan het begin. Maar de investering in dat soort activiteiten vergt van allerlei partijen een omslag in denken en handelen die nog maar nauwelijks zichtbaar is. Sociale interventie is nog teveel 'wat leuke dingen doen' en past nog te weinig in een systematische aanpak. Bovendien bestaan er geen budgetten of beleidskaders van waaruit ze gefinancierd kunnen worden en de professionals die ze

goed kunnen uitvoeren moeten met een lantaarntje gezocht worden.

De methodiek van cultuurprofielen probeert een meer doordachte link te leggen tussen de theorie over identiteit en het gebruik ervan in de praktijk. In de praktijk wordt vaak een statische invulling gegeven aan het begrip, waarbij aandacht ontbreekt voor het gedrag van mensen en betekenisverlening in relatie tot de ruimtelijke context waarin ze zich bevinden. Daardoor is de vertaling naar concrete interventiestrategieën moeilijk. Vanuit de assumptie dat beleving gedrag stuurt, wordt in het opstellen van een cultuurprofiel juist expliciet gekeken naar het gedrag van zoveel mogelijk categorieën burgers op plekken waar aan zij een speciale betekenis hechten. Cruciaal is het concept van identiteit dat we hanteren. Identiteit en beleving van een gebied zijn niet volgens een vooraf gemaakt ontwerp te produceren, maar worden gevormd in een dynamisch en onvoorspelbaar sociaal proces, waarin je voortdurend betrokken moet zijn. De fysieke identiteit wordt 'beleefd', de sociale identiteit wordt 'geleefd'. Zij ligt vast in de praktijken die zich van dag tot dag ontvouwen. De fysieke ruimte biedt daarvoor de context en speelt als zodanig mee. In zo'n concept staat niet zozeer de fysieke ruimte als wel het stedelijke samenleven en processen van betekenisverlening centraal. Dat maakt stedelijke vernieuwing complexer, maar ook vitaler en voldoende flexibel om in te kunnen springen op veranderende omstandigheden.

**Kees Fortuin en Peter van der Graaf werken als onderzoekers bij het Verwey-Jonker Instituut in Utrecht. Kees Fortuin is daarnaast als sociaal supervisor betrokken bij projecten in Schiedam en Zaanstad. Peter van der Graaf was als gastredacteur bij de totstandkoming van dit themanummer betrokken.**

#### Literatuurselectie

- Cohen, A.P. (ed.) (2000) *Signifying Identities: anthropological perspectives on boundaries and contested values*. London/New York: Routledge.
- Fortuin, K., Huygen, A. & M. Wentink (2003) *Betekenisprofiel stationsplein zuidzijde station Schiedam Centrum*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
- Fortuin, K., Graaf, P. van der & K. van Vliet (2002) 'Eendjes voeren.' *Verkenning sociale component Singelplan*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
- Fortuin, K. & J.W. Duyvendak (2000) *De kop van Zuid: meer dan stenen*. Rotterdam: Vesteda, consultatie Wilheminaapier.
- Huygen, A. & F. Spierings (2002) *Mozaiek van het veen: waar kun je nog zover kijken!* Cultuurprofiel van het veenkoloniale gebied van de gemeenten Borger-Odoorn en Stads kanaal. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
- Reinders, L. (2004) *Merkwaardige wijken. De rol van identiteit bij de transformatie van stadswijken: een terreinverkenning*. Gouda: Habiforum.