

'Mental mapping' van stedelijke gebieden

AUTEURS WILLEM SULSTERS & LOTTE SCHUBERT

In het tijdperk van mondialisering, waarin lokale identiteiten nivelleren en vervlakken, bestaat juist een sterke behoefte aan authentieke en onderscheidende collectieve betekenissen. In deze 'belevingseconomie' wordt ook de ruimtelijke omgeving niet langer alleen beoordeeld op basis van haar functionele prestaties, maar vooral ook op haar potentiële betekenis. Historiserende stedelijke gebieden, zoals

bureau werkt aan het project 'Identiteit en Branding van gebieden', dat een innovatieve methode onderzoekt voor het opstellen van gebiedsvisies waarbij de identiteit en kernwaarden van het gebied als uitgangspunt worden genomen. Deze opgave van gebiedsprofilering is het meest relevant in de naoorlogse wijken. De kritiek op het vermeende gebrek aan onderscheidend vermogen en de discussie over de culturele

De stad in ons hoofd is 'echter' dan die van stedenbouwkundige analyses, cartografie of stedelijke statistieken.

In 1960 introduceerde Kevin Lynch 'mental mapping': een methode om te achterhalen hoe mensen informatie over hun omgeving verzamelen en representeren. Zijn idee is echter sporadisch toegepast. Dit artikel blaast het instrument nieuw leven in.

de wijk Brandevoort in Helmond, spelen op een directe wijze in op deze behoefte. Maar hebben dergelijke plaatsen naast hun herkenbare esthetische verschijningsvorm enige diepgang, historische houdbaarheid en culturele betekenis? Of is een dergelijke reproductie van stijkenmerken slechts een instrument in de marketing van een geoptimaliseerd maar gemiddeld product? De vraag ligt voor hoe verschillen tussen stedelijke gebieden als positief onderscheidend vermogen in hun ontwikkeling kunnen worden aangewend.

Collectieve herkenbaarheid van gebieden is een essentiële factor in de stedelijke economie en cultuur. Vanuit het oogpunt van stedelijk onderzoek is identiteit als mentale constructie van de stad een fascinerend gegeven. Zeker wanneer dit een rol kan gaan spelen in de bepaling van de uitgangspunten voor stedelijke ontwikkeling en stedenbouwkundige ontwerpen. Ons

waarde van deze wijken valt samen met de aanstaande vernieuwingsopgave. Neem de naoorlogse wijk Mariahoeve in Den Haag. Hoewel hier schijnbaar 'niets aan de hand' is, dwingt de dynamiek op de Haagse woningmarkt tot herpositionering en profilering. Keuzes voor strategische ingrepen vragen daarbij om een helder inzicht in de huidige identiteit van de wijk en de potenties die deze voor de toekomst biedt. Onze fascinatie voor de representatie van de stad als cultureel fenomeen en de opgave de huidige identiteit van Mariahoeve te bepalen gaven aanleiding tot de toepassing van 'mental mapping' als onderzoeksinstrument.

Gebiedsidentiteit

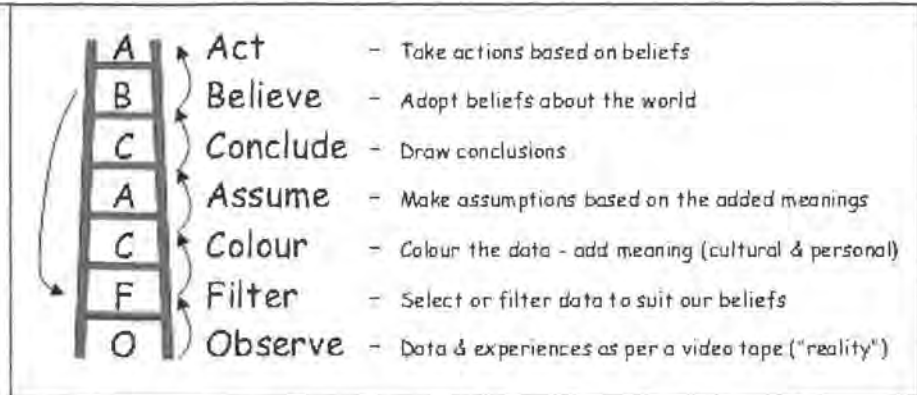
Gebiedsidentiteit ligt besloten in zowel sociaal-maatschappelijke als fysiek-ruimtelijke condities, die zich per definitie trager ontwikkelen. De discussie over de reik-

wijdte van het begrip moet zich richten op deze onderlinge wisselwerking en de invloed hiervan op betekenissen van de stedelijke omgeving. Elk individu neemt waar, interpreteert, verleent betekenis aan de omgeving en identificeert vanuit een persoonlijk interpretatiekader. Hiermee heeft een ruimtelijke omgeving altijd en voor iedereen betekenis en draagt zij per definitie vele mogelijke betekenissen in zich. Het 'lezen' van een stad is afhankelijk van de (culturele) beschouwingwijze en het (individuele) gebruik.

Gebiedsidentiteit impliceert de aanwezigheid van een samenhangende en herkenbare reeks eigenschappen, waarbinnen factoren als plaats en tijd (in de zin van historische datering) een cruciale rol spelen. Verandering treedt permanent op, maar in eerste instantie aan 'het oppervlak'. Identiteiten ontwikkelen zich namelijk langzaam en nieuwe ontwikkelingen hangen niet perse samen met de altijd aanwezige, gelaagde identiteit. De verplaatsing van producten of mensen grijpt bijvoorbeeld direct in op deze dimensies van identiteit, waarmee een vervreemding van oorspronkelijke betekenissen kan optreden. De 'verplaatsing' van een beeld- of stijlkenmerk naar een andere tijdsperiode (retro) of de verplaatsing van mensen naar een andere ruimtelijke context vormen een potentieel identiteitsconflict. Collectieve betekenis bestaat bij de gratie van consistenties en dus herkenbare identiteitsprofielen.

De toenemende aandacht voor segmentatie van bevolkingsgroepen naar leefstijl en waardeoriëntatie in verhouding tot vraagstukken van stedelijke ontwikkeling is hierbij een belangrijke ontwikkeling. Kenmerken op basis van etniciteit, leeftijd en inkomen volstaan niet (meer) om inzicht te verkrijgen in de achterliggende motivaties van woonkeuzes. Met deze ontwikkeling ontstaat de mogelijkheid om de verschillende betekenissen, die in de ruimtelijke omgeving besloten liggen, te beschouwen in samenhang met een dieper inzicht in de karakteristieken van de hedendaagse stedeling.

Inzichten in de wijze waarop stedelingen als 'ervaringsdeskundigen' zich met een gebied identificeren is vooralsnog beperkt. En dit terwijl identiteit en imago steeds sterker herkend worden als primaire sturingsmechanismen in de keuzebepalingen en vestigingsvoorkeuren voor wonen, werken en tijdelijk verblijf als recreatie en toerisme. Als groepen zich met de stedelijke omge-



Figuur 1 - Constructie van 'mental maps' volgens Peter Senge

ving kunnen identificeren dan krijgt een gebied betekenis. Deze betekenis is dan geen abstract begrip meer, maar een maatschappelijk relevant 'werkend fenomeen'. In die zin is inzicht hierin van wezenlijk belang voor het werken aan een maatschappelijk relevante stedelijke ontwikkeling. Het is dan ook hoog tijd voor een beter instrumentarium om de 'gelaagde identiteit' van stedelijk gebied in beeld te krijgen. De stad in ons hoofd is 'echter' en integraler dan die van stedenbouwkundige analyses, de cartografie, stedelijke statistieken, sectorale beleidsdocumenten of logistiek bepaalde postcode indelingen. De persoonlijke mentale werkelijkheid is sturend voor de wijze waarop mensen zich door de stad bewegen, betekenissen verlenen en keuzes maken. 'Mental mapping' is een gericht instrument om die complexe mentale constructies boven water te krijgen.

Mentale stadslandschappen

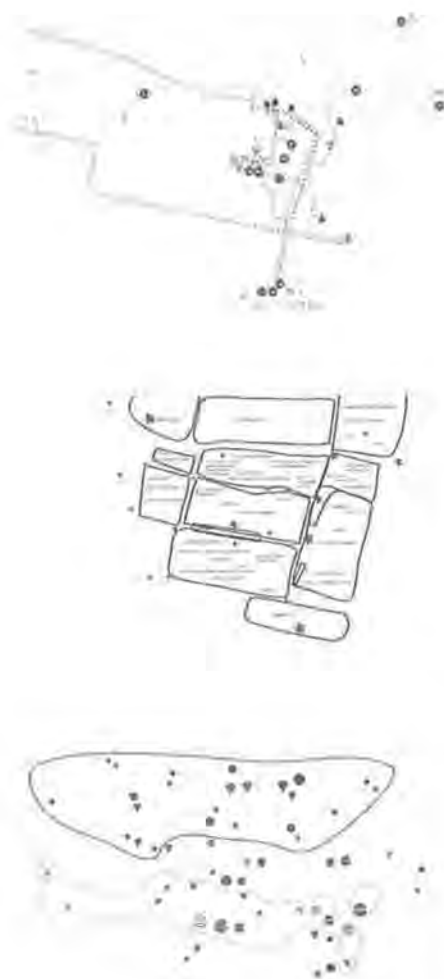
Een 'mental map', of 'mentale kaart', is een individuele, selectieve representatie van de werkelijkheid. Iedereen heeft een andere beleving van de stad en slaat deze op in een eigen 'mentale kaart'. Mentale beelden van de stedelijke omgeving zijn onderling ver-

schillend, maar vinden wel hun oorsprong in dezelfde werkelijkheid. Een persoonlijke mentale kaart is het resultaat van individuele ervaringen van een gebied, waarin gebruiken (routes), belevingen, waarderingen en associaties zijn 'opgeslagen'. Een dergelijke kaart structureert herinneringen aan verschillende aspecten van de ruimtelijke werkelijkheid, of het nu de stad is, een supermarkt of een collectie boeken. Mensen gebruiken hun mentale beeld van de omgeving voor hun oriëntatie en gedrag in een gebied. Wanneer de mentale kaarten van verschillende personen met elkaar vergeleken worden dan zullen zich altijd raakvlakken voordoen met betrekking tot plaats, ervaring of waardering. Deze raakvlakken leveren de ingrediënten voor een collectief mentaal stadslandschap.

Het menselijk brein maakt een eigen versie van de realiteit door een proces van vereenvoudiging, categorisatie, selectie en generalisatie. De rangschikking van bestaande informatie bepaalt de manier waarop nieuwe informatie wordt opgeslagen. Het proces van de opbouw van een mentale kaart is dus afhankelijk van de reeds aanwezige vorm ervan: wat mensen willen zien of denken te zien bepaalt wat ze zien en ervaren. Nieuwe



Figuur 2 - Superpositiekaart beleving / oriëntatie



Figuur 3 - Themakaarten totaal: bewerkingen groepsresultaat

ervaringen moeten in lijn worden gebracht met het bestaande concept van hun eigen identiteit. Hierin ligt het essentiële verschil tussen de uniforme stadsplattegrond en de persoonlijke mentale kaart. De cartografie bedient zich van een uniform afsprakenkader voor programmatische onderdelen met als doel universeel gebruik. De cartografie geeft slechts de fysieke conditie van een gebied weer. Een enkel instrument dient hier universele werking te hebben, terwijl mentale kaarten algemeen toegepast worden maar alle uniek zijn. Wurman zocht in zijn studie 'Making the city observable' naar het snijvlak van de stad als complex maatschappelijk fenomeen en de wijze waarop mensen die waarnemen en interpreteren. Zijn voornaamste doel was de stad via eenduidige informatieve verbeelding inzichtelijk te maken, met name voor de toerist. Dit kan echter alleen werken als zeer spe-

cifieke doelgroepen worden beoogd. Deze verbeelding van de stedelijke werkelijkheid kan worden gezien als een indirecte bron, gericht op leken die de stad willen doorzien en gebruiken.

Mentale kaarten worden complexer naarmate mensen ervaring opdoen via directe en indirecte bronnen. Een 'mental map' kan bij gebrek aan persoonlijke ervaring ook gevoed worden via de media of het imago van een gebied. Op basis van deze informatie vormen mensen dan ook mentale beelden van plekken waar ze nog nooit geweest zijn en die zich mengen met persoonlijk opgebouwde ervaringen.

Stedelijk onderzoeksinstrument

In de jaren zestig en zeventig van de vorige eeuw ontwikkelden verschillende stedelijke planners en onderzoekers 'mental mapping' als instrument voor stedelijk onderzoek. Zo verrichtte Kevin Lynch onderzoek naar de manier waarop mensen beelden van de omgeving structureren en de fysieke stedelijke omgeving van betekenis voorzien. De meest karakteristieke elementen benoemde hij als 'paths, nodes, edges and landmarks'. Innovatief was zijn concept van 'place legibility': het vermogen van stedelijke elementen een sterke, levendige indruk achter te laten. Na Lynch is de methode weinig toegepast, hoewel meerdere bijdragen de immateriële werking van de stad als drager van culturele betekenis benoemen. 'Mental mapping' kan echter de onderlinge relaties tussen de 'harde' fysieke omgeving en 'zachte' aspecten, zoals beleving, in beeld brengen.

De specifieke toepassing van 'mental mapping', zoals wij deze ontwikkeld hebben, gebruikt iconen en andere visualisatiemiddelen om verschillende individuele kaarten op een stadsplattegrond te projecteren. De methode, die ook toegankelijk is voor mensen zonder 'tekenvaardigheid', maakt het mogelijk materiaal te vergelijken en combineren. Een 'mental mapping'-sessie vindt plaats met deelnemers, die een expliciete relatie met het gebied hebben, zoals bewoners, ondernemers en toeristen. Iedere deelnemer maakt zijn of haar persoonlijke kaart van het gebied door met de aangereikte middelen vragen te beantwoorden. De keuze van het soort iconen wordt ingegeven door de opgave. Het staat deelnemers vrij deze iconen te gebruiken en er opmerkingen bij te plaatsen. Combinaties van mentale kaarten met overeenkomstige of juist tegengestelde kenmerken worden ingebracht in een groepsdiscussie met als

doel verschillende onderdelen te verdiepen. Deelnemers reflecteren vervolgens op het ontstane beeldpatroon, een 'instant superpositiekaart', en geven toelichting op de achterliggende motieven van hun 'antwoord', dat in wezen een deel van hun mentale kaart verbeeldt. In een later stadium worden de kaarten gedigitaliseerd en geanalyseerd.

De methode biedt inzicht in drie samenhangende aspecten van een gebiedsidentiteit: gebruik, beleving en oriëntatie en waardering. Deze elementen leggen de essentiële karakteristieken van een gebied bloot naar aard, typerende benaming en vooral betekenis voor de betrokkenen. Door de overeenkomsten en verschillen tussen de individuele mentale kaarten op te sporen kunnen expliciete karakteristieken met een breder gedragen betekenis worden benoemd. Een compilatie van deze karakteristieken maakt het mogelijk de collectieve dragers van een gebiedsidentiteit te benoemen. Het eerste thema is het meest 'functionele' niveau, de andere twee thema's zijn meer verankerd en daardoor ook stabiel.

Het thema gebruik, dat zich richt op de woonplek en de inrichting van het dagelijkse leven, is het meest persoonsafhankelijk. Het is gerelateerd aan leefpatronen en het pragmatische gebruik van de stad als dagelijkse omgeving. De persoonlijke reflectie op de stedelijke omgeving komt aan de orde in het thema beleving en oriëntatie. Individuele ervaringen 'kleuren' indrukken van de omgeving. De ruimtelijke opbouw van het gebied staat hier in verhouding tot de persoonlijke notie van gebiedsidentiteit en de begrenzing daarvan. Het derde thema van de sessie behandelt de waardering en (waarde-)oordelen die deelnemers verbinden aan hun persoonlijke ervaringen met het gebied. Het be vraagt de aanwezigheid van markante dragers van een gebiedsidentiteit, zowel in positieve als negatieve zin. Na de sessie worden de individuele kaarten per thema verwerkt tot een samengesteld beeld: een 'themakaart per groep'. Wanneer dit bij meerdere groepen herhaald wordt ontstaan 'themakaarten totaal'. Aan de hand van deze themakaarten kunnen opvallende gelijkenissen en verschillen binnen een thema benoemd worden en verklaringen gevonden voor de samenhang tussen de verschillende resultaten binnen een specifieke groep respondenten.

Mariahoeve

In Mariahoeve is de sessie uitgevoerd met

24 deelnemers in vier groepen. De oefening maakte onderdeel uit van gesprekken met respondenten van een wijkbrede enquête die in een eerder onderzoeksstadium was uitgezet. De groepen zijn op basis van leefstijl samengesteld. De kaarten rond het thema gebruik bleken sterk individueel bepaald en daardoor zeer divers te zijn. Bij de analyse van deze kaarten is gekozen voor de uitwerking van één groep. De bewegingspatronen zijn gerelateerd aan de actieradius binnen een directe woonomgeving en de bewegingen naar plaatsen in de stad Den Haag, richting Zoetermeer of Leidschendam. Deze gebieden leveren de plekken voor een gericht bezoek aan voorzieningen, relaties of werk. De invloedssfeer rond deze woonomgeving wordt gevormd door de atmosfeer van de wijk met als dragers de kernbegrippen ruimte, rust en groen.

Kenmerkend voor de oorspronkelijke, stedenbouwkundige opzet van Mariahoeve is de ruimtelijke compositie van de buurten binnen de wijk als geheel. De wijk wordt ruimtelijk begrensd door groengebieden en het spoor. De buurt bleek echter in de wisselwerking tussen de woonomgeving en de wijk als sfeer geen directe rol van betekenis te spelen. In plaats van herkenning van een betekenisvol onderscheid tussen buurten tekent zich eerder een zoneringsaf. De zone grenzend aan het Haagse Bos en het landgoed Reigersbergen bijvoorbeeld, waar Paleis Huis ten Bosch staat, wordt door respondenten geassocieerd met de 'welstand' en grote groene ruimten. De strook langs het spoor wordt gekenmerkt door een 'volks' karakter en begrensd door de monofunctionele kantorenzone Schenkstrook. Het onderliggend persoonlijke waardepatroon is sturend in de bepaling van grenzen en de karakterisering van deze zones en gebieden. Persoonlijke waarderingen van een omgeving leveren associaties met sociale identiteit en status en voeden duidelijk de beoordeling van de gebieden.

Hoewel verschillende leefstijlgroepen zijn ondervraagd leveren de uitkomsten een soortgelijk beeld bij de thema's waardering en beleving en oriëntatie. Er bestaan sterke overeenkomsten tussen de waarderingen van specifieke plekken in het gebied. Vooral de groene, publieke ruimten worden veel aangegeven. Tijdens discussies blijkt echter dat de achterliggende motivatie voor waardering per groep verschilt. Voor de een heeft de groene ruimte recreatieve waarde, voor de ander is uitzicht en privacy van belang en voor weer een ander sociale status.

De verschillen in beleving van de zones of gebieden binnen Mariahoeve zijn daarentegen wel groot: 'poepchique' ligt naast 'rommelig en achteruitgang'. Bij bijna alle respondenten levert het gebied van de toekomstige slooplocaties, waar sprake is van achterstallig onderhoud, negatieve associaties op. Het AEGON-hoofdgebouw, het Kleine Loo en het koninklijk paleis blijken belangrijke herkenningpunten in de wijk. De oorspronkelijke, hoge bebouwingsvariatie van de wijk in een ruime, groene setting levert opmerkelijk genoeg geen gebouwen als oriëntatiepunten op. In deze moderne open stad komen juist open publieke ruimtes, zoals verkeerskruisingen, naar voren als 'landmarks'.

Ontwikkelen en gebiedsidentiteit

'Mental mapping' geeft inzicht in ervaringen van de identiteit van een stedelijk gebied. Hiermee tekent zich een relevant mentaal stadslandschap af en worden werkelijke, bestaande betekenislagen van het gebied in kaart gebracht. Het voordeel van de methode ligt in de concretisering van bevindingen op de kaart. De gemarkeerde gebiedsbegrenzingsen leveren inzicht in de ervaring van onderlinge verschillen in het gebied en de motivaties hierachter. Tevens bieden inzichten in de culturele 'werking' van stedelijke vormen informatie over ontwerpaspecten. De analyse en interpretatie van het resultaat biedt aangrijpingspunten voor de ontwikkeling van gebiedsvisies. Met name de collectieve betekenisdragers zijn hierbij richtinggevend. Een positief ervaren, breed herkende collectieve drager vormt een belangrijk element in een gebiedsidentiteit. Dit inzicht kan richting geven aan programmatische interventies en het faciliteren van transformatieprocessen. De methode is, net als 'branding', een innovatie in gebiedsontwikkeling en vraagt verdere uitwerking. Toepassing van 'mental mapping' in meerdere gebieden zal mogelijk verschillen op de mentale kaart te zien geven in de invloed van sociaal-maatschappelijke of fysieke karakteristieken.

De onderlinge concurrentie tussen gebieden kan beter worden aangegaan door benutting van diepere betekenissen en profilering van de werkelijke gebiedsidentiteit dan door het opleggen van een extern ontwikkeld en daarmee in wezen inhoudsloos marketingconcept. Een betere 'match' tussen fysieke vorm en gebruiksvormen, identificaties en waarderingen door verschillende groepen zal leiden tot meer be-

tekenisvolle stedelijke gebieden. Juist dit biedt het aanknopingspunt voor gerichte gebiedsintegere profilering.

Willem Sulsters en Lotte Schubert zijn werkzaam bij het bureau WSA, Procesarchitectuur en management Stedelijke ontwikkeling.

Literatuurselectie

- Alexander, C. (1965) A city is not a tree. In: *Architectural Forum*, 122(1), pp. 58-62 & 122 (2), pp. 58-61.
- Davis, M. (1990) *City of quartz. Excavating the future in Los Angeles*. Londen: New Left Books.
- Downs, R.M. & D. Stea (1973) Cognitive maps and spatial behavior: process and products. In: R.M. Downs & D. Stea, *Image and environment. Cognitive mapping and spatial behavior*, pp. 8-26. Chicago: Aldine Publishing.
- Jackson, P. & R. Kitchin (1998) Applying cognitive mapping research. In: *Journal of environmental psychology* 18, pp. 219-221.
- Lynch, K. (1960) *The image of the city*. Cambridge: MIT Press.
- Matei, S., S. Ball-Rokeach & J. Qiu (2001) Fear and misperception of Los Angeles urban space: a spatial-statistical study of communication-shaped mental maps. *Communication research*, 28(4), pp. 429-463.
- Rowe, C. & F. Koetter (1975) *Cities of the mind*. Architectural review, augustus.
- Senge, P. (1994) How we shape our mental maps. In: *The Change Management Toolbook*, <www.change-management-toolbook.com>. Laatste bezocht: januari 2006.
- Webber, M. (1964) The urban place and non-place urban realm. In: M. Webber et al., *Explorations into urban structure*, pp. 79-153. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Wurman, R.S. (1971) *Making the city observable*. Cambridge: MIT Press.