

Redactioneel: Gerelateerde variëteit

ILLUSTRATIE OMSLAG Ministerie van Infrastructuur en Milieu

FOTOGRAFIE REDACTIONEEL Jesper van Loon

FOTOGRAFIE INHOUDSOPGAVE Marco Bontje

Als ruimtelijke ordenaar kun je niet om Jane Jacobs heen. De Amerikaans-Canadese publiciste heeft diepe invloed gehad in het denken over stedelijke ontwikkeling. De huidige generatie stedenbouwkundigen is doordrongen van haar uitgangspunt: het mengen van functies. Een stad functioneert als een organisch geheel, waarin wonen, werken, consumeren en verplaatsen kriskras door elkaar plaatsvinden. Daarnaast moest planvorming volgens haar vooral uit de buurt komen. 'Bottom up', zoals dat later is gaan heten. En natuurlijk het befaamde idee van 'ogen op de straat'. Beleidsnota's reppen van 'bedrijvigheid in de plinten', want winkeliers zorgen voor sociale controle en leefbaarheid. Rotterdam neemt hierbij de ideeën van Jacobs wel heel letterlijk. Door met graffiti honderden ogen op straat te spuiten rond de ambtelijke torens aan het Marconiplein wordt het thema veiligheid – letterlijk – op de kaart gezet. Op de torens prijken levensgrote ogen. Geen woorden maar daden.



Minder bekend is het werk van Jacobs als ruimtelijk econome. De zogenaamde Jane Jacobs-externaliteiten houden in dat steden met een diverse bedrijfsstructuur het beter doen dan eenzijdig georiënteerde steden. Innovatie komt namelijk tot stand door kruisbestuiving tussen sectoren, niet binnen sectoren. Deze theorie is later aangescherpt met het begrip gerelateerde variëteit. Diversiteit is belangrijk om nieuwe ideeën op te doen, maar moet ook weer niet te groot zijn. Anders praat je simpelweg langs elkaar heen. Een schoenmaker zou bijvoorbeeld prima inspiratie kunnen opdoen bij een kleermaker, maar niet zo snel bij een planoloog. Innovatie ontstaat door de juiste balans tussen verschillen voor inspiratie en overeenkomsten voor communicatie (voor een uitgebreider college zie de recensie van Michiel van Meeteren verderop in deze AGORA).

Het maken van een geslaagde AGORA thema-editie komt eigenlijk op hetzelfde neer; op een begrijpelijke manier vernieuwende ideeën overdragen. Door over de grenzen van je eigen, veilige discipline te kijken kun je als wetenschapper of beleidsmaker tot nieuwe inzichten komen – of heb je gewoon wat te vertellen bij de koffieautomaat. Als redactie balanceren we voortdurend tussen de wens om een thema grondig uit te diepen en tegelijkertijd voor een breder sociaal-ruimtelijk publiek leesbaar en relevant te blijven. Of anders bezien: de inhoud van artikelen moet ver genoeg uit elkaar liggen om per artikel een nieuw perspectief aan te reiken, tevens voldoende gerelateerd om als thema-editie een duidelijke boodschap af te geven. De voorliggende AGORA weerspiegelt dit streven. Hypes zijn voor iedereen herkenbaar, maar tegelijkertijd ongrijpbaar. De artikelen hebben verschillende invalshoeken en onderwerpen, maar tegelijkertijd rijst er geleidelijk aan een beeld op waarin de patronen en mechanismes achter hypes steeds beter zichtbaar worden.

Gerelateerde variëteit is geen hype en zal dit vermoedelijk ook nooit worden. Hoewel kansrijk om de werkelijkheid beter te begrijpen en aan te sturen, is het niet sexy of gemakkelijk in te zetten om bestaand beleid te rechtvaardigen. Een hype staat voor exact het tegenovergestelde: lucht die mijlenver verwijderd is van wat er op straat gebeurt, maar wel invloed heeft in beleid en wetenschap. Misschien moeten we hier Jane Jacobs ook maar eens in een nieuw jasje steken. Voor een goed functionerende ruimtelijke ordening zijn namelijk niet alleen ogen op straat nodig, maar ook een scherpe blik op beleidsnota's.

Peter Pelzer, Hoofdredacteur AGORA