

Journal of Social Intervention: Theory and Practice –
2009 – Volume 18, Issue 1, pp. 72–85
URN:NBN:NL:UI:10-1/100029

ISSN: 1876-8830

URL: <http://www.journalsi.org/index.php/pad/article/view/125>

Publisher: Igitur, Utrecht Publishing & Archiving
Services in cooperation with Utrecht University of
Applied Sciences, Faculty of Society and Law

Copyright: this work has been published under a
Creative Commons Attribution-Noncommercial-No
Derivative Works 3.0 Netherlands License

Dr. Floor Basten is eigenaar van onderzoeksbureau
OrléoN, gespecialiseerd in sociaalwetenschappelijk
en linguïstisch onderzoek en het begeleiden
van mensen in het ontwikkelen van hun
onderzoeksvaardigheden in deze disciplines.
Ook is zij programmaleider bij het Huis voor
de Democratie. Een in 2008 verschenen artikel
in *Agora. Tijdschrift voor sociaal-ruimtelijke
vraagstukken*, getiteld 'Zero versus maximum
tolerance', heeft raakvlakken met het onderhavige
artikel. Paddepoelseweg 8 6532 ZH Nijmegen,
Nederland, E-mail: floorbasten@orleon.nl

Received: 15 September 2008

Accepted: 6 February 2009

Review category: Opinion Piece

Theme: Urban and Community Development

HET NEDERLANDSE BELEID VOOR DE CREATIEVE ECONOMIE: TE VEEL VLIEGEN IN ÉÉN KLAP?

FLOOR BASTEN

ABSTRACT

Dutch policy for the creative economy: aiming for too many birds with one stone?

Creative economy is a subject that enjoys a lot of attention from Dutch governments, from local to state. It is assumed that creative economy results in a positive image, safety and money. In the Netherlands, the writings of Richard Florida have become prominent in policy making. Florida

characterises the creative class as value driven. Values are individuality, tolerance, and meritocracy. Cities that score high on Technology, Talent and Tolerance attract the creative class. The Dutch policy for this economy often coincides with urban renewal. Moreover, the Dutch government has a desire to define what successful creativity is. This has some side-effects that might harm the tolerant atmosphere that is essential to the creative class, as it excludes groups of people from the public domain. In this contribution, I present a project that wants to resist the homogenization and zero tolerance policies in the public domain. In the project Maximum Tolerance Zone all parties concerned negotiate the quality of 'their' public sphere and the rules needed to advance this quality. The MTZ-project does not assume a social intervention in which the government imposes norms one has to learn to adapt to, but a social-administrative intervention in which a joint learning process takes place. This is not an easy, but still a necessary assignment for all parties concerned, the government included.

Keywords

Creative economy, city branding, zero tolerance, local government, negotiation

INLEIDING

Gemeenten lijken zichzelf een beetje kwijt te zijn. Waarom anders zouden ze zichzelf toch steeds maar op de kaart willen zetten? Staan ze daar niet al? Ook provincies zijn op zoek naar zichzelf: "Voor de lange termijn gaat het om investeringen die een cultuuromslag teweegbrengen, die steden laten bruisen, waar jonge mensen hun ambities kunnen ontwikkelen en die Limburg op de kaart zetten [sic!] als vernieuwend, lef tonend, en initiatiefrijk", zo lezen we op de tweede pagina van de *Uitvoeringsnotitie 'Creatieve Industrie' in Limburg* (Provincie Limburg, 2005). Niet zo maar op de kaart dus, maar in allerlei positieve bewoordingen. Het gaat mede om imago en een toekomstbeeld – Limburgse steden bruisen nu blijkbaar nog niet. En het rijk? Met de creatieve industrie als sleutelgebied van het Innovatieplatform en als programma van het ministerie van Economische Zaken wil de overheid de economische potentie van cultuur en creativiteit versterken door het creatieve vermogen van het Nederlandse bedrijfsleven een impuls te geven. Naast imago is economie dus van belang. De overheid meet zichzelf daarbij een voortrekkersrol aan. De veronderstelling is dat door de globalisering alle steden, regio's en staten op elkaar gaan lijken en dat deze zich dus moeten zien te onderscheiden van elkaar. Dat doen ze tegenwoordig allemaal met hetzelfde wondermiddel. Dit middel is werkelijk wonderbaarlijk, want, zo luidt een tweede veronderstelling, aantrekkelijkheid geldt niet alleen als onderscheidend

vermogen, maar kan ook als sociale interventie tegen verloedering worden ingezet. De creatieve economie is – met andere woorden – *hot*, want levert een positief imago, geld en veiligheid op. Het is echter maar de vraag of de wijze van toediening, namelijk door het Nederlandse beleid voor de creatieve economie, niet meer schade oplevert dan het wondermiddel aan kwalen zou moeten genezen.

Deze bijdrage is als volgt opgebouwd. Omdat het Nederlandse beleid voor de creatieve economie veelal gestoeld is op het werk van Richard Florida, begin ik met een selectie van bevindingen en conclusies uit zijn werk *The rise of the creative class* (Florida, 2004). Ik vervolg met een korte uiteenzetting van hoe het in Nederland allemaal begon met cultureel ondernemerschap en schets daarna enkele neveneffecten van dit beleid. Deze neveneffecten hebben twee bronnen en daarmee ook twee manifestaties, maar ze hebben wel met elkaar te maken. Het ene neveneffect, ontstaan uit de combinatie van creatieve economie met stedelijke vernieuwing, is uitsluiting en homogenisering van het publieke domein. Het andere, ontstaan uit een verenging van de conclusies van Florida, is de vervanging van 'creativiteit' met 'Creativiteit' en de poging van overheidswege te bepalen wat creativiteit eigenlijk is. Ik vervolg met de introductie van het project Maximale Tolerantie Zone (MTZ), waarin creativiteit (met een kleine letter dus) inherent is aan een leerproces waarin een door alle partijen gedeeld discours over tolerantie kan ontstaan.

FLORIDA

Toen Florida begin dit millennium schreef over de creatieve klasse, voldeed hij duidelijk aan een behoefte. In zeer korte tijd bereikte zijn in de Verenigde Staten succesvolle werk ook Nederland en werd er een bestseller van formaat. Florida ontdekte dat in weerwil van de *communis opinio* van dat moment plaats of locatie er wel degelijk toe doet. Sommige steden doen het in vergelijking met andere economisch gezien stukken beter. De verklarende factor, aldus Florida, is dat deze steden in staat zijn om wat hij noemt de creatieve klasse aan te trekken. Die aantrekkingskracht zorgt ervoor dat grote bedrijven zich daar willen vestigen. Zij volgen dus wat in de volksmond de creatieven zijn gaan heten.

Deze creatieven zijn het onderwerp van de studie van Florida. Wat zijn hun kenmerken? Hun drijfveren? Waar willen ze wonen, werken, recreëren? Geleid door die vragen komt Florida op een profielschets van aantrekkelijke steden of regio's. Deze komen tegemoet aan een drietal samenhangende waarden die creatieven nastreven. Een eerste waarde is individualiteit. Creatieven willen zich niet conformeren aan instituties of organisaties en weerstaan de indeling in meer

traditionele groepen, een indeling die hen in een restcategorie van 'bohemien' of 'alternatief' zou plaatsen. Hun weerstand tegen een dergelijke klassieke indeling betekent echter niet dat ze geheel en al onaangepast zijn. Integendeel: ze hebben een aantal waarden genormaliseerd die voorheen tot het alternatieve domein werden gerekend. Deze ontleent Florida aan het onderzoek van Ray en Anderson naar cultureel creatieven en het is interessant om te zien dat de waarden, die hij op basis daarvan definieert, overlappen met de waarden die uit een onderzoek naar actief burgerschap (Basten & Van der Veen, 2001; Basten, 2002) ook naar voren kwamen: ze zijn sociaal actief in kwesties waar ze zich zorgen over maken (het milieu, emancipatie van homo's, gelijkheid tussen man en vrouw, et cetera), zijn spiritueel georiënteerd maar eerder in het kader van zelfactualisatie dan via een religie, en hebben niet een primair financiële en materialistische houding:

Many Creative Class people I've studied also express a desire to be involved in their communities. This is not so much the result of a 'do-good' mentality, but reflects their desire to both actively establish their own identity in places, and also to contribute to actively building places that reflect and validate that identity. (Florida, 2004, p. 230)

Samenhangend met individualiteit is een tweede waarde tolerantie, die zich uit in een voorkeur voor een open omgeving die toegankelijk is voor een diversiteit aan mensen. Iedereen moet erin kunnen passen en zich erin kunnen bewegen. Dat 'iedereen' gaat, nogmaals, voorbij aan traditionele categorieën als ras, etniciteit, gender, seksuele oriëntatie of uiterlijk. Veel creatieven hebben de ervaring een buitenbeentje te zijn geweest ongeacht deze categorieën; nu is het buitenbeentje gangbaar. Wat voor hen nu telt is de mogelijkheid voor iedereen om zich vrijelijk en met succes in de maatschappij te kunnen bewegen. Dit hangt dan weer samen met de derde belangrijke waarde, namelijk die van meritocratie. Creatieven vinden het belangrijk dat zij vooruit kunnen komen met waar zij goed in zijn en met waar zij intrinsiek voor gemotiveerd zijn.

Deze waarden hebben een relatie met de plek waar creatieven graag zijn. De gebouwde omgeving is daarvoor minder relevant dan de sociale en culturele kenmerken ervan. Om Florida te citeren:

Creative centers provide the integrated eco-system or habitat where all forms of creativity – artistic and cultural, technological and economic – can take root and flourish. ... What [Creative Class people] look for in communities are abundant high-quality amenities and experiences, an openness to diversity of all kinds, and above all else the opportunity to validate their identities as creative people. (Florida, 2004, p. 218)

HET NEDERLANDSE BELEID VOOR DE CREATIEVE ECONOMIE: TE VEEL VLIEGEN IN ÉÉN KLAP?

Steden en regio's die het creatieven mogelijk maken deze waarden in de praktijk te brengen, voldoen aan drie voorwaarden. Florida noemt dit de drie T's van economische ontwikkeling: Technologie, Talent en Tolerantie. Om het creatieve gehalte van steden en regio's te meten, heeft Florida een aantal indicatoren ontwikkeld. Technologie en Talent hangen samen en worden in kaart gebracht met vier meetinstrumenten: de relatieve concentratie van de creatieve klasse in de regio, de Talent Index van die regio (het percentage mensen met een bachelor-diploma op de gehele bevolking), de Innovatie Index (patenten per hoofd van de bevolking) en de High-Tech Index (omvang en concentratie in een regionale economie van groeisectoren als software, elektronica, biomedische producten). Om Tolerantie te inventariseren hanteert hij de Melting Pot Index (een rangorde die de openheid voor immigranten aangeeft), de Homo Index (een rangorde voor de concentratie van homo's en lesbiennes in een regio), de Coolness Index (een rangorde die informeert over de levendigheid van de straat) en de Bohemien Index (het aantal schrijvers, ontwerpers, muzikanten, acteurs, regisseurs, schilders, beeldhouwers, fotografen en dansers in een regio). De Melting Pot Index, High-Tech Index en Bohemien Index tezamen vormen de Samengestelde Diversiteits Index. Op basis van deze indexen komt Florida tot een aantal conclusies en aanbevelingen voor werkgelegenheids- en bevolkingsgroei. Voor bevolkingsgroei zijn de High-Tech Index noch de Talent Index doorslaggevend; de sterkste voorspellers zijn daarentegen de Bohemien Index, de Melting Pot Index en de Samengestelde Diversiteits Index. Ook voor werkgelegenheidsgroei zijn de High-Tech Index en de Talent Index niet relevant, maar de Bohemien Index wel. In grote regio's, met een gemiddelde bevolkingsomvang van 2,2 miljoen inwoners, zijn de Bohemien Index en de Samengestelde Diversiteits Index de enige voorspellers voor bevolkings- en werkgelegenheidsgroei. Deze regio's moeten dus strategieën ontwikkelen die hun openheid voor diversiteit vergroten. Ze moeten ook investeren in de ontwikkeling van levendige, artistieke en culturele lokale gemeenschappen. In kleine en middelgrote regio's is de Melting Pot Index de enige significante voorspeller. Zij zijn gebaat bij strategieën die hen open en aantrekkelijk maken voor immigranten. Samenvattend stelt Florida: "There is much to gain economically from being an open, inclusive and diverse community" (Florida, 2004, p. 266).

Creatieven zijn dus waardengedreven mensen die zich graag begeven op plekken die het hen mogelijk maken deze waarden te realiseren. Dat impliceert een redelijke tot zeer grote mate van zelfbeschikking. Kun je daarvoor beleid maken? In de volgende paragraaf beschrijf ik de Nederlandse poging daartoe.

HOTSPOTS

Het Nederlandse beleid op het gebied van creatieve economie is samen te vatten met *hotspots*. Vroeger waren hotspots gevaarlijke plekken, brandhaarden of netelige situaties. Tegenwoordig zijn het in het jargon van de creatieve economie broedplaatsen waarin creatieven de gelegenheid krijgen hun economische waarde toe te voegen met waar zij goed in zijn en waartoe zij intrinsiek gemotiveerd zijn. Nederlandse overheden, van gemeenten tot rijk, bemoeien zich hiermee. De noodzaak dit van overheidswege te ondersteunen stamt van voor het Florida-tijdperk en komt – vreemd genoeg – voort uit de wens tot meer marktwerking en dus minder overheid in de culturele sector. We vinden de basis ervan in de cultuurnota *Cultuur als confrontatie. Uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001–2004* van toenmalig staatssecretaris Van der Ploeg. Hierin wordt de verschuiving aangekondigd van een subsidiestelsel dat gericht is op een aanbod dat een homogeen, met name hoogopgeleid en goed geïnformeerd publiek van liefhebbers weet te trekken, naar maatregelen om het publieksbereik te vergroten en te verbreden en naar cultureel ondernemerschap. Met dat laatste bedoelt hij:

De ondernemer is, in de betekenis die de econoom Schumpeter eraan gaf, iemand die iets nieuws wil maken, of iets op een nieuwe manier wil doen, routines doorbreekt, ogenschijnlijk onbegaanbare wegen bewandelt. De vernieuwing is geen doel op zichzelf, maar een middel om verbindingen te leggen met andere publieksgroepen, met andere disciplines of andere subculturen. Dat vereist een bepaalde mentaliteit: een duidelijke oriëntatie op succes met een toegankelijke en wervende opstelling voor jongeren en ouderen, met een multiculturele aantrekkingskracht, een inhoudelijk veelzijdig aanbod, een outgoing-houding tegenover de buitenwereld en een effectief en actief gebruik van alle in aanmerking komende kanalen van communicatie en publiciteit. (Van der Ploeg, 2006, p. 12)

De voormalige staatssecretaris heeft het over een subsidieparadox: "het ontbreken van voldoende maatschappelijke vraag maakt overheidssteun noodzakelijk, maar tegelijkertijd twijfelachtig. Immers, waarom iets subsidiëren waar zo weinig vraag naar is?" (Van der Ploeg, 2006, p. 10). Het beleid is komen te rusten op een bouwwerk van instandhoudingssubsidies, terwijl aan de peiler van participatie, de wisselwerking tussen aanbod en publiek, nog zo goed als begonnen moet worden. Zo verwordt het cultuurbeleid tot het behoud van verworven rechten, gegroeide gewoonten en bescherming van gevestigde belangen die vernieuwing en doorstroming belemmeren: "De cultuurnota is dan geen instrument meer voor verandering, maar een toegangkaartje voor het eeuwige leven" (Van der Ploeg, 2006, p. 13–14). Marktwerking in de cultuursector is dus nodig,

HET NEDERLANDSE BELEID VOOR DE CREATIEVE ECONOMIE: TE VEEL VLIEGEN IN ÉÉN KLAP?

waarbij de wisselwerking en botsing tussen aanbod en publiek centraal staat. Door marktwerking moet het publiek beter aan zijn trekken kunnen komen en moet de aanvraagreflex bij onrendabele exploitatie tot het verleden gaan behoren. In het kader van deze nota schrijft Van der Ploeg ook over culturele planologie. Voor steden betekent dit dat karakteristieke monumentale gebouwen en complexen van gebouwen een kwalitatieve meerwaarde aan de ontwikkeling van steden en gebieden kunnen leveren. Monumentale gebouwen op de Kop van Zuid in Rotterdam of de gebouwen op het terrein van de Amsterdamse Westergasfabriek alsook de Rijkswerf te Den Helder of de Strokartonfabriek in Scheemda blijven behouden en krijgen een nieuwe bestemming in de culturele sfeer. In de aldus ontstane nieuwe culturele centra gaan zakelijk verantwoorde exploitatie en vitale artistieke bedrijvigheid hand in hand.

Voorbeelden van de koppeling tussen culturele economie en stedelijke vernieuwing vinden we in een keur van Nederlandse gemeenten, waaronder Amsterdam. In Amsterdam wordt vanaf 2000 met Bureau Broedplaatsen invulling gegeven aan het raadsbesluit om met de stedelijke vernieuwing en het als woongebied ontwikkelen van in onbruik geraakte locaties (oostelijk havengebied, IJ-oevers en andere projecten) de mogelijkheden voor betaalbare alternatieve werk- en leefvormen niet te laten verdwijnen. Deze voorzieningen hebben betekenis voor de stad, onder meer voor de versterking van de sociale infrastructuur. Ze vergroten de kwaliteit, de diversiteit en het imago van een buurt en verrijken de stad door hun cultuurproductie. Er vindt synergie plaats tussen de verschillende culturele ondernemers onderling en met hun omgeving, wat wordt versterkt indien de panden ook worden bewoond. En door het opnemen van buurtfuncties wordt de leefbaarheid van een buurt verhoogd. Naast deze sociale voordelen versterken de voorzieningen ook economie en werkgelegenheid in de stad. Ze bieden de culturele ondernemers een kans om een cultureel/ambachtelijk bedrijf te starten en te continueren. Bovendien wordt de aantrekkelijkheid van de stad voor bezoekers en toeristen verhoogd (Gemeenteraad Amsterdam, 2000).

NEVENEFFECTEN VAN BELEID

Deze in korte tijd ontstane traditie van cultureel ondernemerschap gekoppeld aan stedelijke vernieuwing vormde de voedingsbodem voor het warme onthaal dat Florida ten deel viel toen hij over de creatieve klasse publiceerde. Adviesbureaus werden door gemeenten in de arm genomen om die creatieven op te sporen. Hun advies behelsde meestal een locatie waarin de creatieven

ondergebracht konden worden. Maar welke aanbevelingen van Florida zijn omarmd en welke zijn niet of in veel mindere mate overgenomen?

Florida definieert de creatieve klasse in termen van beroepen; en hoewel sommige beroepen hoge opleidingen als entreebewijs vereisen, schaarst hij er ook secretariaatsmedewerkers en kappers onder. De creatieve klasse is in feite toegankelijk voor iedereen die economische waarde weet toe te voegen met creativiteit. Die definitie is in Nederland verengd tot Creativiteit (met een grote c dus). De medewerker van een gemeente in het westen van Nederland zei in een persoonlijke conversatie in 2008 nog:

Het moet niet zo zijn dat de bewoners zelf aan de slag gaan met creativiteit. We hebben gezien dat ze dat niet kunnen. Het tangofeest dat ze organiseerden moet volgend jaar weg, het daartoe geëigende instituut moet het dansen in de straat voor rekening nemen. Het is wel belangrijk dat ze erbij betrokken zijn, maar we willen in deze straat zelf strak de regie houden op wie hier creatief gaat ondernemen. Dat gaan we dus overnemen en beter doen.

De overheid wil dus kunnen bepalen wat wel en niet creatief is en kiest voor de C-variant (dus voor Creativiteit). Niet helemaal in lijn met de zelfbeschikking en tolerantie waar Florida (2004) over schreef. Hoe zit het met de combinatie van creatieve economie en stedelijke vernieuwing? Een raadslid van een gemeente in het zuiden des lands stelde in een persoonlijke conversatie in 2008:

Het is niet de bedoeling dat de kunstenaars die we er nu in hebben zitten, blijven zitten. Daar moeten woningen komen voor het duurdere marktsegment. Ze zitten ook niet voor niets op deze goedkope plekken. Het zijn gewoon niet de succesvolle kunstenaars. En ze moeten al helemaal geen rechten menen te kunnen ontlenen aan het feit dat ze er nu zitten.

Hotspots of broedplaatsen zijn vaak tijdelijk. Na hun gebruik volgt sloop of een lucratieve verkoop wanneer de regio zo aantrekkelijk is geworden dat de grond- en onroerendgoedprijzen navenant stijgen. In de meeste gevallen wordt de omgeving pas in tweede instantie ingelicht over de gemeentelijke plannen. De pijn van sloop van wijken en buurten die aan vernieuwing toe zijn, wordt – althans volgende sommige critici – verzacht door een cultureel sausje. Als het gaat om een tijdelijke oplossing, dan kan de inbreng van creatieven niet eens gericht zijn op het duurzaam tot stand komen van of bijdragen aan een gemeenschap; hun sociaal activisme is slechts tijdelijk gewenst. We zien dan ook dat de hotspot vooral een instrument is tegen verloedering.

Het Nederlandse beleid wil veel vliegen in één klap slaan. Met de broedplaats kraak tegengaan in projecten van stedelijke vernieuwing, de minder succesvolle creatieven van de straat houden, het imago van een creatieve stad wekken en daarmee succesvolle creatieven lokken. Maar het is duidelijk, en dat blijkt ook uit de mond van het raadslid, dat de creatieve klasse ook een onderkant heeft; het is dus geen homogene groep die probleemloos geïmporteerd kan worden. Daarmee komen we op het punt van de overheid die wil bepalen wie de succesvolle en daarmee gewenste creatieven zijn. Hotspots of broedplaatsen worden ook wel eens vrijplaatsen genoemd. Uit jaarverslagen wordt duidelijk dat gemeenten het niet altijd gemakkelijk vinden de uitkomst ervan te evalueren. Dit betekent dat de gemeentelijke overheid wil bepalen wat wel en niet creatief is en dus ook in vergaande mate bepaalt wie voor goedkope ruimtes in aanmerking komt.

Florida kan wel schrijven dat deze klasse het alternatieve en onaangepaste tot het normale heeft verheven, het is echter nog maar de vraag of dit tot uitdrukking komt in het Nederlandse beleid ten aanzien van de creatieve economie. Het onaangepaste en alternatieve is daarin nog geenszins beleid. Alle gemeenten hanteren in grove lijnen hetzelfde broedplaatsenbeleid en alle gemeenten willen daarmee aantrekkelijk zijn voor de rendabele creatieven. Voor de overigen resten de Wmo¹ en de prachtwijken. Het lijkt alsof Florida's oorzaak (tolerantie, dus aantrekkelijkheid) en gevolg (creatieven) verwisseld worden. Creatieve economie wordt ingezet als sociale interventie. Voor diverse groepen, creatieven en mensen die voor hen plaats moeten maken, is de hotspot dan ook nog steeds een netelige situatie. Al met al een situatie waarin de openheid en diversiteit die Florida adviseerde ver te zoeken is. Kan het ook anders?

MAXIMALE TOLERANTIE ZONE

In 2007 is het Huis voor de Democratie gestart met een project dat Maximale Tolerantie Zone (MTZ) heet. De stellingname van het Huis voor de Democratie is dat democratie in de eerste plaats iets maatschappelijks en pas in de tweede plaats iets statelijks is. Deze vereniging beschouwt democratie dan ook niet alleen binnen de bestaande institutionele kaders (politieke partijen, verkiezingen, et cetera), maar vooral ook daarbuiten. Het onderzoek van het Huis voor de Democratie is dan ook praktisch, actiegericht en multidisciplinair. Doel is bij te dragen aan de manifestatie en bevordering van democratie als levens- en handelingswijze. MTZ als een van de projecten van het Huis voor de Democratie biedt de gelegenheid om zelforganisatie in de straat zichtbaar te maken, waar nodig te ondersteunen en in elk geval ook te onderzoeken. Als

rechtgeaard actieonderzoek is het project gestart, maar weten we nog niet waar het eindigt. MTZ is een doorlopende – en bij vlagen chaotische – interactie tussen wetenschap, kunst, de straat en de gemeente, waarbij resultaten op voorhand niet te voorspellen zijn maar wel door alle partijen gerealiseerd worden.

De start van MTZ is gemaakt in de Dordtse Voorstraat Noord. Deze straat bevindt zich volgens een sterkte-zwakteanalyse van de gemeente op een kantelpunt, waarbij hij neigt naar verloedering. Als strategie om het tij te keren, heeft de gemeente de visie geformuleerd dat de Voorstraat Noord in 2017 een creatief dwaalmilieu is. Parallel aan een debattenreeks is een literatuuronderzoek gestart ter theorievorming. In wat ik hieronder schets, zal duidelijk worden dat de praktijk en theorievorming van het MTZ-onderzoek elkaar wederzijds beïnvloeden, dat wil zeggen: de speurtocht in de literatuur wordt gestuurd door wat we in de praktijk tegenkomen teneinde daaraan betekenis te kunnen geven en in de literatuur vinden we aanknopingspunten om het experiment in de praktijk mee vorm te geven.

Bij de zelforganisatie die we met MTZ voor ogen hebben, staat onderhandeling over de kwaliteit van de openbare ruimte centraal. Het gaat er niet om alle regels af te schaffen (het is geen Totale Tolerantie Zone), maar om gezamenlijk vast te stellen wat wel en niet toelaatbaar is in de openbare ruimte. Het MTZ-project is ontstaan in reactie op het zerotolerancebeleid dat veelal wordt ingezet in wijken en buurten waarin sprake is van verloedering en verval. Vaak worden specifieke groepen uit deze omgevingen geweerd, zoals hangjongeren en verslaafden. Naast creatief moet de stad schoon, heel en veilig zijn. Daartoe wordt geregistreerd wie zich op straat begeeft en worden databases aangelegd met gegevens van burgers, waaruit potentiële daderprofielen worden gedestilleerd op basis waarvan mensen preventief worden geweerd. Anonimiteit lijkt de grootste bedreiging voor gevoelens van veiligheid (Basten, 2008). Begrijpelijk wellicht, maar het weren van specifieke groepen moet zeer wel te verantwoorden zijn en de kans bestaat dat het leidt tot een homogenisering van de groep mensen die zich nog wel legitiem in de openbare ruimte begeeft. Het Huis voor de Democratie wil met het MTZ-project tegenwicht bieden aan de verschraling van de straat die zo kan ontstaan. Want hoe verhouden zich de voor een creatieve economie noodzakelijke openheid en diversiteit tot preventieve uitsluiting van mogelijke risicogroepen? Volgens Florida is juist een levendige straatcultuur aantrekkelijk voor creatieven. Kan dat betekenen dat die straatcultuur aan het begin van het vernieuwingsproces staat? En dus dat de tolerantiewaarden in de openbare ruimte het eerste onderwerp van gesprek moeten zijn? In het MTZ-project gelden de bevestigende antwoorden op deze beide laatste vragen als aanname. MTZ wil de openbare ruimte revitaliseren, in zowel fysieke als sociaal-culturele en ook juridische zin. Het

gesprek over tolerantiewaarden vat het Huis voor de Democratie op als een onderhandeling en het voeren van die onderhandeling als een leerproces.

Dit leerproces is, anders dan in reguliere beleidsplannen van de overheid vaak geïmpliceerd is, niet een leerproces van de ander, de burger – de ondernemer, de consument, de hangjongere, de cliënt – en dus gericht op eenzijdige aanpassing aan een norm, maar een gedeeld proces waaraan systeem- en leefwereld deelnemen en een gezamenlijk discours ontwikkelen. Het leren is dus, in tegenstelling tot in een overdrachtsmodel, gemodelleerd als een sociaal-constructivistisch proces en daarmee een sociaal-bestuurlijke interventie. Dat betekent dat de overheid leert om te gaan met de zelforganisatie die er is, misschien beter zelfs, tolereert dat die er is. Dat is geen eenvoudige opgave. Dat de hierboven geciteerde uitspraken uit persoonlijke conversaties wellicht exemplarisch zijn voor een meer algemeen gevoel van de kant van de overheid wordt ondersteund door Metz in een interview met Hendriks (2008). In Nederland heerst, aldus Metz, de opvatting dat burgers de staat nodig hebben om de samenleving vorm te geven; de Nederlandse overheid is als sturend en invloedrijk orgaan alom aanwezig in het dagelijks leven. De Wmo moet dat veranderen, maar Metz signaleert een knelpunt: Nederland heeft, mede door de rol van de overheid als overbezorgde ouder die de sturing van haar kind niet kan loslaten, eigenlijk geen goed ontwikkelde civil society, het eigen domein voor de vrijwillige associaties van burgers. Het is echter maar de vraag of dat domein ontbreekt; wellicht is het er wel, maar is het ofwel door de lage organisatiegraad onzichtbaar ofwel door de resultaten die eruit voortkomen ongewenst. Het ligt maar net aan de definitie van actief burgerschap die gehanteerd wordt (Basten, 2002). Hoe dan ook, om dat sociaal actieve domein te ondersteunen, moeten we niet alleen een omgeving maken waarin het zich kan manifesteren, we moeten ook experimenteren met het tot stand komen van regels daarin. Experimenten van Asch (geciteerd in Heymann, 2007) tonen aan dat mensen die zeer creatief zijn zich minder conformeren aan normen dan minder creatieve mensen. Een creatieve straat gaat dus anders met regels om. Dat hoeft niet slecht te zijn. Soms zijn regels gewoon onzinnig, zoals ook de Nederlandse overheid is gaan inzien; en soms leiden ze juist tot meer creativiteit, zoals de leden het Parijse Ouvroir de littérature potentielle (Oulipo) aannamen. Het sluit in elk geval aan bij Florida's hoofdstelling dat steden met hoge tolerantiewaarden aantrekkelijker zijn voor creatieven.

Terwijl Florida creativiteit baseert op de zelfbeschikking van waardengedreven mensen, probeert de Nederlandse overheid het tot project te maken en in regels te kaderen zodat het hanteerbaar wordt. MTZ is er daarentegen op gericht dat de straat zelf regels opstelt ten gunste van de manifestatie van zelforganisatie en dus creativiteit. De begrippen zijn veelal hetzelfde,

maar de definities niet. Om tot gedeelde definities te komen is, wanneer we niet uit zijn op disciplineren en overdracht, het verkennen van elkaars identiteit en het delen van macht een begin. We kunnen daartoe gebruikmaken van Heymanns dialogische deconstructie, waarin gesprekspartners hun eigen aannames ter discussie stellen. Heymann (2007) onderscheidt drie aannames in de westerse samenleving die onze gesprekken, vaak impliciet, doordringen. Het *autonome subject* benadrukt de onafhankelijkheid van de mens ten koste van zijn afhankelijkheid van de samenleving. De *verwetenschappelijking van het denken* over mens en samenleving hangt samen met de habermasiaanse scheiding tussen systeem- en leefwereld. Door de *economisering van het bestaan* domineert marktgericht denken. We zien deze aannames terug in gemeentelijke initiatieven in hotspots, ook in Dordrecht: de gemeente, representant van de systeemwereld, initieert en investeert in een nieuwe economie, te ontwikkelen door (nieuwe) ondernemers in de straat en met een groot appèl op de belevingslust van (nieuwe) bezoekers. Gaan dergelijke projecten voorbij aan de leefwereld van bewoners, gebruikers, ondernemers en onroerendgoedeigenaren? Met MTZ worden aannames geëxpliciteerd en vragen gesteld, zodat alle betrokkenen hun visie op de kwaliteit van de openbare ruimte en de plaats van creatieve economie daarin kunnen verwezenlijken. Dit wordt, nogmaals, opgevat als een leerproces. Volgens Heymann moeten we creativiteit niet opvatten als iets van het individu, maar zien in relatie tot omgevingsvoorwaarden. We kunnen een situatie of een omgeving creëren die creativiteit bevordert of mogelijk maakt. Dat is wat MTZ nastreeft. Daarbij sluiten we aan bij het leerpsychologisch principe van de zone van naaste ontwikkeling: het gebied van potentiële ontwikkeling waarin de lerende problemen kan oplossen met behulp van een expert. In deze zone participeren straat en gemeente vanuit hun respectievelijke expertises en zijn zij dus bezig elkaars motieven en logica's te leren kennen. Straat en gemeente worden niet als homogene entiteiten opgevat; daarom leren ze ook over zichzelf. Vandaar dat MTZ een sociaal-bestuurlijke interventie is. Deze interventie is bedoeld om een creatief proces op gang te brengen. Dit proces is mogelijk door wat Heymann het halfgearticuleerde noemt, dat wat zichtbaar lijkt maar nog niet tot uitdrukking is gebracht. MTZ is als zone van naaste ontwikkeling een omgeving waarin alle betrokkenen problemen oplossen in een creatief en meerstemmig proces. En daaraan doen alle betrokken partijen mee om te voorkomen dat de systeemwereld van de gemeente domineert en de leefwereld van de straat de toegankelijkheid van de openbare ruimte aantast. In een parafraze van Van der Laan (geciteerd in Heymann, 2007): het strategische handelen van de gemeente moet steeds gelegitimeerd worden door de straat en andersom moet het handelen van de straat ook telkens gelegitimeerd worden door de gemeente. Hierboven legde ik al een verband tussen de creatieve klasse en hedendaagse vormen van actief burgerschap. Dit verband wordt in MTZ ook gelegd. Een belangrijk aspect van MTZ

is dan ook het kunstzinnige en creatieve. Dat uit zich in de samenwerking met kunstenaars die hun artistieke commentaar op de openbare ruimte geven, in ontwerpateliers waarin mensen een object ontwerpen dat het onderhandelingskarakter van MTZ faciliteert en in de debatten waarvoor betrokkenen mee de agenda bepalen. Wat creatieve economie is of kan betekenen, wordt daarmee een thema in een groter gesprek. De vaagheid en dubbelzinnigheid die het begrip nu omringen lenen zich prima voor het vinden van definities die passen bij deze straat, deze wijk, deze buurt, deze gemeente.

TOT SLOT

Het Huis voor de Democratie is met verschillende gemeenten en particuliere initiatiefnemers in gesprek over de mogelijkheid van het daadwerkelijk in praktijk brengen van een MTZ, bijvoorbeeld door het in kaart brengen van de in de openbare ruimte geldende regels, het organiseren van debatten daarover en het ontwikkelen van een procedure om regels op te schorten. In Dordrecht is al een begin gemaakt met MTZ; daar is een nulmeting uitgevoerd en hebben zes debatten plaatsgehad. In het overleg met gemeenten stuit het Huis voor de Democratie echter op opmerkingen zoals hierboven aangehaald. En nog explicieter: "Voor experimenten met macht en gezag moet je niet bij de huidige gezagsdrager zijn." Deze opmerkingen verwijzen naar de wens creatieve economie als sturingsinstrument te hanteren en daarmee bedoeld of onbedoeld als uitsluitingsmechanisme. Ze onderstrepen dan ook de noodzaak om sociale interventies niet op zichzelf te laten staan, maar te combineren met interventies op bestuurlijk niveau. Om die reden wordt in het MTZ-project het gesprek met de gemeente over hoe om te gaan met zelforganisatie nadrukkelijk ook gevoerd. Zoals eerder vermeld, is dat geen eenvoudige kwestie. De overheid wil kunnen bepalen wat het predikaat "creatief" verdient en wil door creatieve economie in te zetten als instrument voor stedelijke vernieuwing meerdere vliegen in één klap slaan. Het is de vraag of zij er daarmee een weet te raken. Door bovendien allemaal dezelfde koers te varen in het streven naar aantrekkelijkheid, ontstaat het risico van homogenisering. Deze staat juist haaks op de openheid en diversiteit, zowel in bevolkingssamenstelling als in criteria voor creativiteit, die voor creatieven zo aantrekkelijk is.

NOTEN

- 1 Wmo is de afkorting van Wet maatschappelijke ondersteuning. Deze wet is sinds 1 januari 2007 van kracht en wordt door de Nederlandse gemeenten uitgevoerd. Doel is om maatschappelijke participatie van kwetsbare burgers te bevorderen.

LITERATUUR

- Basten, F. (2002). *Discourses of activism*. Written as chapter for the planned book about Education and Training for Governance and Active Citizenship in Europe (ETGACE). Retrieved September 15, 2008, from www.orleon.nl/producten.php.
- Basten, F. (2008). Zero versus Maximum Tolerance. *Agora. Tijdschrift voor sociaal-ruimtelijke vraagstukken*, 24(4), 34–37.
- Basten, F. & Veen, R van der (2001). Life Histories of Active Citizens in the Netherlands. In A. Snick, V. Stroobants & D. Wildemeersch (Eds.), *Learning Citizenship and Governance in Europe: Overall Review and Analysis. Analysis of Life Histories* (pp 116–148). Unit of Social Pedagogy, Catholic University of Leuven, Belgium. Retrieved January 29, 2009, from <http://www.surrey.ac.uk/politics/ETGACE/Lifehistory-chapter4.pdf>.
- Florida, R. (2004). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Gemeenteraad Amsterdam (2000). 'Geen cultuur zonder subcultuur'. *Plan van aanpak Broedplaats*. Vastgesteld door de Gemeenteraad op 21 juni 2000. ['No culture without subculture'. Project plan Hotspot. Accepted by the Municipality on June 20, 2000]. Retrieved September 15, 2008, from http://bureaubroedplaatsen.amsterdam.nl/nl/uploads/plan_van_aanpak_BP_juni_2000.pdf.
- Hendriks, Y. (2008). De civil society kan veel meer betekenen voor de Wmo [The civil society can mean much more to the Act on societal support]. *City Journal*, jul/aug, 20–22.
- Heyman, F. (2007). *Denken en doen in dialoog* [Thinking and doing in dialogue]. Utrecht: Lemma BV (2nd ed.).
- Ploeg, R. van der (2006). *Cultuur als confrontatie. Uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001–2004* [Culture as confrontation. Starting points for the policy on culture 2001–2004]. Retrieved September 15, 2008, from <http://www.minocw.nl/documenten/cultuurconfrontatie.pdf>.
- Provincie Limburg (2005). *Uitvoeringsnotitie 'Creatieve Industrie' in Limburg* [Executive note 'Creative industry' in Limburg]. Retrieved September 15, 2008, from http://portal.prvlimburg.nl/poldigitaal/documenten/6561/Uitvoeringsnotitie_Creatieve_Industrie_in_Limburg_nov_2005.doc.