

## **Verdwaald in het paradijs**

In Nederland droomt men niet van de utopie of het hemelse paradijs, maar is men ervan overtuigd dat de liberale liefdesverklaring van de sociaal-democratie aan de markt, de zogenaamde politiek van de ‘derde weg’, het paradijs op aarde brengt. Voor eenieder die deel uitmaakt van het succes van corporatief [corporate] Nederland, lijkt het aardse paradijs zich inderdaad te openbaren. Echter door de “totale” materieële en mentale vrijheid is de middenklasse verdwaald in het paradijs. De vele recente stedenbouwkundige en architectonische projecten in Nederland zijn hiervan de stille getuigen.

### **Het gedoogparadijs**

Het geheim van dit paradijs is dat alle partijen met tegengestelde belangen te allen tijde bereid zijn te onderhandelen. In plaats van ideologische standpunten tegen elkaar uit te spelen wordt er door de bureaucratische interventie van de overheid consensus tussen de verschillende partijen bereikt. Nadeel hiervan is dat veel netelige kwesties op de lange baan worden geschoven. Publieke verantwoordelijkheden worden zo door het openbaar bestuur afgewenteld; private belangen krijgen alle troeven in handen. Waar de overheid in het verleden als hoeder van het algemeen belang orde wist te bewaren, heerst nu een georganiseerde wanorde waar de markt garen bij spint. Kort samengevat komt het erop neer dat lonen in Nederland structureel laag zijn gehouden ten opzichte van de buurlanden, dat er aantrekkelijke fiscale constructies in het leven zijn geroepen voor (internationale) bedrijven, dat de overheid de infrastructuur betaalt, nutsbedrijven worden geprivatiseerd zonder dat de kopers risico dragen voor minder winstgevende delen, en dat de overheid de controle over de grondpolitiek voor een groot deel uit handen heeft gegeven.<sup>1</sup> De consensuspolitiek is lange tijd – gedurende de verschillende kabinetten Lubbers en Kok – gezien als zaligmakend.

Paradoxalerwijs brengt de consensuscultuur een overdosis aan regelgeving met zich mee, die eerder thuis lijkt te horen in een kafkaëske bureaucratie. Om één voorbeeld aan te halen: volgens het bouwbesluit moet iedere nieuwe woning in Nederland een buitenruimte krijgen. Architecten haten echter de terreur van balkons aan de buitengevel. Om toch te voldoen aan het bouwbesluit plaatsen zij in de woonkamer een glazen serre. Wanneer de bewoner de serrerammen opent en zo buitenlucht in dit deel van de woonkamer binnenlaat is er in juridische zin sprake van een buitenruimte. De bewoners zijn vervolgens natuurlijk slim genoeg om in hun goedgekeurde woning de overbodige glazen binnenwanden te verwijderen. In plaats dat de overheid nadenkt over de betekenis van een buitenruimte, of de verantwoordelijkheid overlaat aan de architect, moeten regels op slinkse wijze omzeild worden.

### **Het consumptieparadijs**

De moderne orde van collectieve waarden, principes van rationaliteit, gelijkheid en democratie, die leidde tot de zo geprezen Nederlandse bouwtraditie, behoort voorgoed tot het verleden. Onder invloed van de voortsnellende commercialisering hebben overheid en politiek hun rol ten dienste van het publieke belang opgegeven. In plaats van op te komen voor collectieve voorzieningen fungeren ze als makelaar voor meer en meer marktwerking. De rol van de nationale staat is teruggebracht tot het ter beschikking

stellen van infrastructuur en publieke middelen die het bedrijfsleven nodig heeft om de winst te maximaliseren. Daarmee is de staat een corporatieve staat geworden. Tegelijkertijd worden politici regelaars die verlangen naar een mediastatus: ze profileren zich in hun gemeente door het initiëren van meesterwerken van spraakmakende architecten.

Het is de victorie van de welvaartstaat: we zijn allemaal klant geworden. Je telt pas mee in deze samenleving wanneer je als burger in staat bent tot consumeren. De Nederlandse middenklasse, met haar kleinburgerlijke utopie, laat zich zonder schaamte ringeloren door het succes van het makkelijk haalbare.<sup>2</sup> Zij etaleert de rijkdom die voortvloeit uit de snelle winsten van de aandeelhoudersdemocratie met een hedonistisch connaisseurschap, getuige de interessen voor bijvoorbeeld mode, exotische restaurants, kunstbeurzen, Taschenuitgaven over avantgardistische architectuur, avontuurlijke wereldreizen, en het bekijken van do-it-yourself televisieprogramma's over koken, tuinieren, en interieurinrichtingen.

Het merendeel van de consumerende burgers in Nederland beschikt over een aardig fortuin, maar weet niet meer hoe dat te besteden. Het is moeilijk dromen over een aards paradijs in een tijd dat de ideologieën zijn doodverklaard. Dit consumptieparadijs floreert terwijl het collectieve engagement verdwijnt. Het verandert het Nederlandse landschap in een geplande chaos van individuele lustoorden. De overdosis aan bureaucratie die daarvoor nodig is maakt de chaos alleen maar absurder. Het landschap bestaat uit een optelling van individuele paradijzen – de publieke sfeer heeft opgehouden te bestaan. Terwijl het private paradijs successen oogst vindt er in de openbare ruimte een algehele uitverkoop plaats<sup>3</sup>. In historische stadscentra wordt het boeiende stedelijke weefsel geannexeerd door de consumptieparadijzen voor het winkelend publiek, de recreant en de toerist. Nieuwe woonwijken krijgen niet de publieke voorzieningen of het openbaar vervoer dat op papier is beloofd.

### **Het imaginaire paradijs**

Onze leefpatronen en waardeoordelen worden steeds meer bepaald door dynamische invloeden. Met name de migratie en de media zijn verantwoordelijk voor deze cultuur van de mobiliteit.<sup>4</sup> Ze creëren een constante stroom van transnationale beelden die zich vermengt met de ervaring van de fysieke ruimte en de directe gemeenschap [immediate community]. Als gevolg interesseren meer en meer marktpartijen zich voor het creëren van belevenissen, voor het scheppen van imaginaire werelden voor de klant. “We need a good story, and we are willing to pay for it”, zegt Rolf Jensen in zijn boek *The Dream Society*<sup>5</sup>, geschreven voor toekomstige projectontwikkelaars. Waar het om draait in de informatiesamenleving is het ontwerpen van belevenissen [experiences].<sup>6</sup> Het leven moet worden opgevat als een theatrale encscenering, die door de ontwerper en de markt in eendrachtige samenwerking is gerealiseerd. Die encscenering moet men geenszins statisch opvatten. Er moet zich een “verhaal” ontvouwen dat leidt tot een unieke ervaring waar de gebruiker actief in participeert. Daartoe moeten permanent keuzemogelijkheden worden aangeboden. Het gaat in het leven immers niet om de dingen, maar om de belevenissen. Wat blijkt uit projecten als het Wilde Wonen van Carel Weeber, het Gewild Wonen in Almere, Villa Arena van Benthem & Crouwel, de woningen van MVRDV in Ypenburg, Bataviastad in Lelystad, is dat het niet zozeer gaat om het absorberen van de belevenis, maar om de uitnodiging aan de klant – of de ‘gast’ zoals men pleegt te zeggen in de

belevingseconomie – om de belevenis binnen te treden die is uitgestippeld door de “imagineers”.

Ook architecten gaan heden ten dage te werk als “imagineers”, zelfs in het geval van monofunctionele woonwijken. Zij geven vorm aan de totale gebruikerservaring. De toekomstige bewoner participeert actief in dit proces zonder daadwerkelijk zijn eigen wereld te scheppen. De diversiteit in het woningaanbod lijkt enorm, maar wat zich voordoet als diversiteit is in feite gelijkvormigheid [sameness disguised as difference]. In veel nieuwe woonwijken kan je kiezen uit patiowoningen met zicht op de nachtelijke sterrenhemel, huizen waarin het woongenot wordt verhoogd door het geluid van de kabbelende beekjes die in het stedenbouwkundig plan zijn opgenomen, of kasteelensembles temidden van, zeg, een golfbanenlandschap. De rol van de architect kan verzoenend genoemd worden: aan de ene kant verhult hij de erbarmelijke prijs-kwaliteitverhouding en aan de andere kant laat hij de bewoner opgaan in het belevingsparadijs. Er worden hypnotiserende illusies geschapen waarachter middelmaat schuil gaat. In het gethematiseerde verhaal, dat de architect in overleg met de markt realiseert, is voorspelbaarheid troef. En in dit imaginaire paradijs is niet alleen het classicistische ontwerp tot ornament geworden, maar ook het modernistische en het conceptuele ontwerp, en zelfs de laatste hardnekkige ‘blob’. We worden opgezadeld met een mediagenieke en populistische marktarchitectuur die Nederland verandert in een middenklasse droomlandschap.

### **Het paradijs van de middenklasse**

In onze corporatieve en globaal georiënteerde samenleving zijn niet alleen de migratie en de media verantwoordelijk voor de veranderende opgave van de architectuur en stedenbouw. Meer en meer willen we als uniek individu ons leven geheel zelf kunnen bepalen. Niet de kerk, noch de staat, noch het kerngezin, noch de politiek mag ons individuele leven inperken. Maar wat houdt dan al die individuen bij elkaar wanneer er over deze zaken niet langer een consensus bestaat? De agenda wordt nu bepaald door het midden van de middenklasse. Ondanks de nadruk op het unieke van ieder individu zien we een enorme standaardisatie en gelijkvormigheid ontstaan. Kennelijk wordt het individu vergaand geïnstitutionaliseerd door het onderwijs, de markt, de media, het design, de vrije tijd, het werk en andersoortige centralistische processen die zich via het individuele leven manifesteren. De Nederlandse middenklasse is voortgekomen uit een typische, van oorsprong kleinburgerlijke kruideniersgeest. Het wieden van het eigen tuintje heeft eerste prioriteit. Karakteristiek voor deze middenklasse is de angst voor het onbekende en een overdreven zorg voor het moeizaam verworven bezit. De middenklasse is vooral uit op eigen belang, veiligheid en bekommert zich minder om de ander. Zij heeft een kortetermijngeheugen en een beperkt langetermijnperspectief.

We kunnen in Nederland twee soorten middenklasseparadijzen onderscheiden: de inmiddels al niet zo meer zo nieuwe “nouveau riche” en de recentere verschijning van de zogenaamde “bourgeois bohémien”.<sup>7</sup> Deze tweede soort wordt niet zozeer gekenmerkt door domme, goed uitziende mensen die snel rijk zijn geworden en een onstilbare honger naar geld hebben, maar door de drang om spirituele en intellectuele identiteit tentoon te stellen, door kwaliteiten te tonen die behoren bij de goed opgeleide elite. Deze *bohémiens* zijn geïnteresseerd in betoverende verschillen, zoals duiken naar parels in een tropische zee, of het hebben van een Japanse tuin. Hun instinct vertelt ze dat ze anti-establishment

moeten zijn, terwijl ze ook door hebben dat ze tot het nieuwe establishment behoren. Het is de wereld van ex-hippie die aandeelhouder is geworden. Deze nieuwe elite hervormt de samenleving niet zozeer door autoriteit als wel door culture interventies. Het is deze “bourgeois bohémien” die ook het culturele met het economische laat versmelten in de bovengenoemde imaginaire paradijzen. Vandaar ook dat er nog nooit zoveel ontwerpers nodig waren als nu.

Een belangrijk aspect van dit paradijs van de middenklasse is het zogenaamde hotellobby-effect. In de lobby van de *bourgeois bohémien* word je met een opgewekt, gastvrij, luxueus en indrukwekkend decorum welkom geheten. Ook de *branding* van de architectuur is een belangrijk onderdeel van deze lobby-cultuur. Het lobby-effect moet het gevoel van luxe, eruditie, succes en welvaart uitstralen. Deze middenmens heeft een enorme behoefte aan het etaleren van welvaren, comfort en individualiteit. Door het *connaissieurschap* van de middenmens is iedere lobby-cultuur anders. De één houdt van een deconstructieve villa van Eisenman, terwijl de ander meer geïnteresseerd is in het roken van Havana-sigaren in een appartement van Krier. Dergelijke belevenissen leggen een sluier over de vele diepere tegenstellingen die het leven rijk is. De reusachtige villa van Jo Coenen, bewoond door slechts een echtpaar, met fabelachtige ruimten en perfecte details, getuigt op alle fronten van de cultuur van de lobby. In het paradijs van de middenklasse is het onmogelijk het innerlijke van wat daarbuiten ligt te onderscheiden; in de lobbycultuur voelt men zich altijd en overal thuis. De ruimte en het design zijn ontdaan van hun politieke dimensie. Zelfs de schok van een subversief ontwerp prikkelt het *connaissieurschap* van de “bourgeois bohémien”.<sup>8</sup> Het onderscheid tussen private en publieke belangen en het recht op avonturen voorbij de lobby gaat voorgoed verloren door de verzoenende pracht van het paradijselijke design.

### **Het designparadijs**

In dit nieuwe paradijs is voor de architect meer werk dan ooit. Alles moet worden ontworpen om een paradijselijke beleving te garanderen. Dit is natuurlijk voor de architect een nieuwe uitdaging – ondanks, of wellicht dankzij, de vele gevaren die dat met zich meebrengt. Wie in de praktijk werkt kan de huidige condities niet negeren. In de praktijk maakt men vuile handen en dat is ook wel zo spannend, want alleen zo kan men ook veranderingen initiëren. Hoe positioneren de verschillende architecten zich? Op het eerste gezicht lijkt het er op dat de architectuur is bevrijd van stijlkwesies en ideologische discussies. De meeste architectenbureaus accepteren en produceren de ruimtelijke voorwaarden voor de status quo. Ondanks hun zeer verschillende strategieën en esthetische vertogen werken hun projecten verzoening in de hand. Ze weigeren zich kritisch te verhouden tot de realiteit. In plaats van tijd in te ruimen voor politieke reflectie wordt alle tijd geïnvesteerd in het vormgeven van de gevraagde paradijselijke omgevingen. We kunnen verschillende resultaten onderscheiden. Er is minimalistische architectuur die functionele, efficiënte, mooie, en technisch bekwaam opgeloste gebouwen oplevert. Ogenschoonlijk is hier sprake van een neutrale architectuur, maar schijn bedriegt. Deze minimale architectuur verschaft de consumptiecultuur een uitstekend alibi om opgeruimd en netjes voor het voetlicht te treden. Dat je je bevindt in een consumptieparadijs valt opeens niet meer op. In die zin is wat er in Villa Arena gebeurt niet anders dan wat Batavia Stad te bieden heeft, alleen wekt het winkelparadijs van Benthem & Crouwel de schijn op dat het winkelen verantwoord is. Een andere

aanpak gelooft heilig in de heilzame en inspirerende werking van de architectuur als object. Deze architectuur – te denken is aan de kapel van Mecanoo in Rotterdam – is op zoek naar de schoonheid van de architectuur als medicijn tegen de geplande chaos. Weer andere architecten zoeken het in een ironisch en vrolijk spel waarmee ze hun ontwerpen van een dubbele bodem voorzien. De absurditeit die voorkomt uit de overdosis aan data die onze samenleving genereert levert MVRDV bijvoorbeeld een oneindige reeks aan alibi's op om steeds weer een andere intelligente oneliner te produceren, die bovendien in de media de aandacht weet te trekken. Door overdrijving worden de vele paradoxale wetmatigheden die in onze samenleving schuil gaan zichtbaar gemaakt. Maar hoewel deze retroactieve manifesten inhaken op actuele thema's, ontwikkelen ze – net zo min als de andere architecten – een progressief alternatief traject. Uiteindelijk werkt ook deze radicaliteit verzoenend.

### **Naar een andersoortig paradijs?**

De verschillende projecten die opgenomen zijn in dit jaarboek getuigen alle van een uitstekende kwalitatieve architectonische meerwaarde. De jaarboekredactie wil echter niet alleen kwalitatieve projecten documenteren. Als Nederland een vooraanstaande rol wil blijven vervullen in de architectuur is het hoogst noodzakelijk dat architecten en critici bereid zijn het debat aan te gaan over de waarden en normen die in projecten en publicaties opgesloten liggen. De Nederlandse architectuur lijkt te lijden onder een pragmatismevirus. De overvolle agenda laat het kennelijk niet toe kritisch te reflecteren op de consequenties van het handelen. Het gevaar dreigt dat architecten en stedenbouwkundigen klakkeloos accepteren dat we leven in een tijd waarin geen plaats meer is voor ideologie<sup>9</sup>. Ten tijde van het Modernisme volgden de architecten blindelings het programma van eisen dat werd gedictieerd door de industriële samenleving. Nu varen architecten blind op de belevingseconomie. Vooral nog kan volgens de redactie worden geconstateerd dat het succes van de architectuur in het Nederlandse poldermodel in de meeste gevallen leidt tot een verzoenende aanpak. Deze architectuur heeft een innovatieve kracht die schuilt in haar acceptatie van en fascinatie voor de veranderende opgave in onze supermoderniteit, maar rekent het helaas niet tot haar taak om ook alternatieven te ontwikkelen.

### Roemer van Toorn

1. Zie ook Noreena Hertz "The Silent Takeover. Global capitalism and the death of democracy", New York, 2001.
2. Zie ook 'De schaamte voorbij', in: Anne Hoogewoning et al. (red.), *Architectuur in Nederland. Jaarboek 2000-2001*, pp. 4-7, NAI Uitgevers, Rotterdam, 2001.
3. Zie ook Paul Scheffer, NRC Handelsblad "De verloren jaren van Wim Kok", zaterdag 2 maart 2002.
4. De permamnete beweging van onze cultuur door de media en migratie wordt door Arjun Appadurai in "Modernity at Large", 1998, Minesota press, uitgebreid behandeld.
5. Rolf Jensen, The Dream Society "A new era is coming, a new battle for the market has begun...", MacGraw-Hill, New York, 1999.
6. B. Joseph Pine II, James H. Gilmore, "The experience economy, work is theatre & every business is a stage", Harvard Business school press, Boston Massachusetts, 1999.
7. David Brook. "BoBos in Paradise. The new upper class and how they got there", Touchstone, new York, 2000.

8. Zie ook Roemer van Toorn, "Fresh Conservatism, Landscapes of normality", in Quaderns Re-actives, Barcelona, 1998.
9. Een hegemonie van het einde der ideologiën.