

OVERPEINZING: SOCIAL DESIGN, ONTWERPEN VOOR WONEN

27 oktober, 2011 | door Martin Liebrechts

een serie over social design - 1

Herhaling, maar dan anders

De laatste tijd is het begrip 'Social Design' weer opnieuw ten tonele verschenen. En hiermee is het begrip aan haar derde leven bezig. Het is een terugkerende tendens om de omgeving, en in het bijzonder de gebouwde omgeving, te vermensenlijken door kenmerken als: kleine schaal, lokaal, geëigende techniek, klant-/gebruikersgericht, oog voor context, bottom-up benadering en democratiseren.



En ga zo maar verder. De bewegingen rond 1960 hebben dit geprobeerd in de personen van Jane Jacobs, Lewis Mumford en in Nederland o.a. N. John Habraken (1). In de jaren zeventig van de vorige eeuw is de democratiseringsgolf, die zich sterk aftekent in de stadsvernieuwing, een stimulerende factor (2) (3), en nu, in de eenentwintigste eeuw, staat het voor de derde keer op de agenda. De klant, de gebruiker en maatschappelijk verantwoord opereren krijgen opnieuw een belangrijke rol bij de aanpak en inrichting van de gebouwde omgeving. Hiertoe hoort ook het CPO (Collectief Particulier Opdrachtgeverschap).

Een humanistische ondertoon heeft in de architectuur en stedenbouw altijd wel op papier een rol gespeeld. Maar vaak is ze gepaard gegaan met een paternalistisch sausje. Uiteindelijk weet de deskundige altijd het beste wat goed is voor de mens. Misschien dat de tijden nu structureel gaan veranderen en dat we met z'n allen beter leren kijken, luisteren en voelen wat de opgave vanuit het gebruik is en daar een passend antwoord op weten te vinden. Deze overpeinzing poogt een verkenning te zijn van dit hernieuwde thema 'Social Design'.

Het gebruik centraal

Al meer dan vijftig jaar wordt verkondigd dat bij de bouw, inrichting en beheer van de gebouwde omgeving het gebruik centraal moet staan. En wel zo, dat we er met genoeg willen vertoeven. Want dat is de essentie wat 'wonen' betekent. En waarom kijken we als professionals zo weinig naar de betekenis van het gebruik voordat er iets gemaakt wordt en ook niet achteraf? Want evaluaties zijn nog steeds zeldzame activiteiten. Als iets gebouwd of verbouwd is, zijn we al met het volgende project bezig. En als iets niet past in het gebruik, wordt het niet goed gebruikt. Het was toch duidelijk

omschreven hoe het gebruikt moest worden. Nog vaak gedragen we ons als buitenaardse wezens, die de context van alledag niet volledig kunnen lezen.

Social Design begint dus niet met een hoogstaande ideologie, maar werkt van onderop. Startpunt is gedegen onderzoek naar wat er is, hoe het gebruikt wordt, waar de problemen zich voordoen en welke mogelijke aspiraties er zijn. Juist bij de formulering van nieuwe mogelijkheden ligt een essentiële creatieve fase, die mede gebaseerd is op de analyse van het bestaande. En uiteindelijk is en blijft de praktijk van vandaag en morgen de toetssteen.

In de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw werd dergelijk onderzoek aangeduid met gebruiksevaluaties. Hierbij werd getracht door een combinatie van diverse technieken – enquête, interviews, observaties – begrip te krijgen van de relatie tussen gebouw, gebouwde omgeving en gebruik (4). Elk gebouw, elke buurt of wijk zou in de tijd veel beter onderzocht moeten worden om een juister beeld te krijgen van wat het effect is op het gebruik en de samenleving, van wat gebouwd of verbouwd is. Het moet een uitdaging worden voor alle professionals om terug te kijken en opnieuw te begrijpen wat het idee in werkelijkheid betekent.

En laten we dit niet van bovenaf structureren, maar van onderop op uiteenlopende wijze vormgeven en ontdekken van die evaluaties.



De ontdekking van het gebruik en de verbetering van de mogelijkheden

De uiteindelijke gebruiker of bewoner moet centraal staan. Dat moeten de professional, de eigenaar en de diverse instanties constant op het netvlies houden. Voortdurend moet de simpele vraag beantwoord worden: Zou je het thuis ook zo doen of zou je er zelf willen wonen? We weten allemaal van onszelf dat als we met ons technisch vak bezig zijn, we bijna obsessief kunnen zijn of een eendimensionale benadering de boventoon laten voeren. De ontdekking van het gebruik en de verbetering van de mogelijkheden duiden op een hernieuwde zoektocht. Laten we de vakidoot achter ons.

Als we deze redenering doortrekken naar de bestaande bouw, dan is er niet één oplossing, maar zijn er vele, afhankelijk van de context. Niet de enge techniek of de technische overtuiging (onderhoud, renovatie, nieuwbouw) moeten richting geven, maar de vraag in de praktijk (de verbetering) van de gebruiksmogelijkheden. En dit begint met de ONTDEKKING VAN HET GEBRUIK (in plaats van de hemel). Aardser kan ik het niet maken.

Consument, klant, gebruiker of bewoner

Bij wonen gaat het niet om 'enge' marketing. Wonen is geen mode (5). Het zoeken naar de juiste term voor de bewoner is een voortdurende worsteling. Consument is het niet, want de bewoner verbruikt niet alleen, maar voegt ook iets toe. Gebruiker veronderstelt een tijdelijk verblijf of aanwezigheid,

terwijl wonen gericht is op de lange termijn en op stabiliteit ofwel zekerheid. Klant zegt iets over de relatie van de aanbieder en de vrager. Klant betekent eigenlijk afnemer, die sterk geïnteresseerd is. Misschien moeten we in de toekomst pogen al deze betekenissen te verbinden. De klant als gebruiker, die in eerste instantie bewoner is. De korte en lange termijn, die eigen zijn aan het wonen, worden zo met elkaar verbonden.

Een bewoner heeft nu eenmaal een vaste relatie met de woning en wat erbij hoort. Dit zorgt ervoor dat de 'enge' marketingbenadering er uiteindelijk geen greep op heeft. En om hier werkelijk vorm aan te geven, is een benadering à la SOCIAL DESIGN nodig.



Verleden, heden en toekomst: elke keer een stap verder

Het heden bestaat op grond van het verleden en van de toekomstmogelijkheden. De gebouwde omgeving is daar elke dag een illustratie van. Dit wil niet zeggen dat we niet voortdurend moeten blijven dromen over nieuwe mogelijkheden, want dat geeft mede richting aan de toekomst. Elk mens is een veelkoppig monster: een realist, een futurist, een idealist in een spanningsveld van behouden en vernieuwen. En dit voel je elke dag als je met de aanpassing van de gebouwde omgeving bezig bent. Bij het zoeken moet alles in principe mogelijk zijn, als het gebruik op korte en lange termijn maar centraal staat.

Duurzaamheid wordt bij het hanteren van de benadering van Social Design iets alledaags of gewoons. Het betekent oog hebben voor de continuïteit van het wonen.

Bronnen

1. Lewis Mumford (1895–1990) en Jane Jacobs (1916–2006) waren op zoek naar de vermenselijking van de stedelijke omgeving. De Nederlander N. John Habraken (1928) zocht naar de mogelijkheid het individu meer zeggenschap te geven over zijn woning en omgeving en ruimte te laten voor een pluralistische beeldtaal.
 2. 'Social design, creating buildings with people in mind', Robert Sommer, New Jersey, 1983 Social design is working with people rather than for them; involving people in the planning and management of the spaces around them; educating them to use the environment wisely and creatively to achieve a harmonious balance between the social, physical, and natural environment; to develop an awareness of beauty, a sense of responsibility, to the earth's environment and to other living creatures; to generate, compile, and make available information about the effects of human activities on the biotic and physical environment, including the effects of the built environment upon human beings. Social designers cannot achieve these objectives working by themselves. The goals can be realized only within the structures of larger organizations, which include the people for whom a given project is planned.
 3. 'Volkshuisvesting en de ontwerpkeuze voor wonen', Martin Liebrechts, Eindhoven, 1982
- Dit artikel eindigt met een oproep voor 'ontwerpen voor wonen': De sociale ontwerppraktijk moet dus

gericht zijn op het ontwerpen voor wonen nu en in de toekomst. De bijdrage van de ontwerper is ruimtelijke voorwaarden scheppen ten behoeve van de kwaliteit van het bestaan, individuele zelfontplooiing en participatie. Echter, het moet niet blijven steken in een overtuiging. Technieken en methoden zullen verder ontwikkeld en beproefd moeten worden om hieraan inhoud te geven. De vorm blijft hierbij niet buiten beschouwing, maar zal een bijdrage moeten leveren in het leesbaar maken van de instituties, de relaties en de waarden, die betrekking hebben op het sociale leven. Laat dit een antwoord zijn op de roep naar de formele orde.

4. 'Onderzoek naar gebruikskwaliteit van vier woningbouwprojecten', Martin Liebrechts, Eindhoven 1988

In het kader van het E'novatieprogramma (1988-1992) zijn zeer uitgebreide gebruiksevaluaties uitgevoerd van eenentwintig demonstratieprojecten

5. Woonvraag is niet zomaar een marketingonderwerp Martin Liebrechts, kennisbank bestaandewoningbouw.nl, 7 september 2011