

De profilering van Utrecht als culturele metropool

De stadsidentiteit van Utrecht aan de hand van Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis



Masterscriptie

Student: Marco Aartsen

Studentnummer: 5511267

Studierichting: MA Cultuurgeschiedenis van modern Europa

Eerste lezer: Dr. Gertjan Plets

Tweede lezer: Dr. Dirk van Miert

Aantal woorden: 21.776

Datum: 1 Augustus 2017



Sint Maarten UTRECHT

Abstract

The main focus of this research is the way in which Utrecht constructs an identity using the initiatives Utrecht 2018, the feast of Saint Martin and the Via Trajectensis. Once a year two member states of the European Union present a city of their own, for the title: European Capital of Culture. Candidates have to submit a bidbook, which will be evaluated on two important elements, namely the European dimension and the city and civilians dimension. Utrecht participated the bid for 2018, but unfortunately they did not make it through the pre-selection. In the bidbook called: *Trust the Future, Create your City* the organizers used the tangible and intangible heritage of Saint Martin of Tours to construct an identity. During the early medieval period Saint Martin became patron saint of Utrecht, and much of his legacy nowadays can be seen in the Domchurch. The saint is known for its cure values sharing and solidarity. Because of this, The Saint Martin Association in Utrecht coordinates the Saint Martin feast and the Via Trajectensis, with the intention to highlight the concept of: 'the sharing citizen'. These three initiatives are analyzed on discourses and hidden agendas, so its clear to see the identity constructions.

Key concepts: heritage, identity, city identity, city image, city branding, place branding, memory, Utrecht, Treaty of Utrecht, discourse-analysis, European Capital of Culture, Saint Martin Feast, Via Trajectensis, Saint Martin of Tours Route, Cultural Routes of the Council of Europe, Council of Europa, European Union, European Commission.

Begrippenlijst

RvE: Raad van Europa

EC: Europese Commissie

ER: Europese Raad

AHD: Authorized Heritage Discourse

KDA: Kritische Discoursanalyse

KIEN: Kenniscentrum voor Immaterieel Erfgoed Nederland

Inhoudsopgave

ABSTRACT	2
BEGRIPPENLIJST	3
INLEIDING	5
DE STADSIDENTITEIT VAN UTRECHT AAN DE HAND VAN CULTURELE INITIATIEVEN	5
ERFGOEDSTUDIES.....	8
ONDERZOEKSVRAAG	9
VALORISATIE.....	11
METHODOLOGIE	12
OPBOUW VAN HET ONDERZOEK	13
1. THEORETISCH KADER	14
1.1 ERFGOED, GEHEUGEN, IDENTITEIT EN CITY-REGIOMARKETING	14
1.2 ERFGOED	16
1.3 GEHEUGEN	20
1.4 SOCIALE EN ETNISCHE IDENTITEIT	22
1.5. STADSIDENTITEIT EN STADSIMAGO	25
1.6. 'PLACE BRANDING' EN 'CITY BRANDING'	28
1.7 DEELCONCLUSIE.....	30
2. UTRECHT ALS KANDIDAAT VOOR DE CULTURELE HOOFDSTAD VAN EUROPA 2018	31
2.1 ALLES IN HET TEKEN VAN DE CULTURELE HOOFDSTAD	31
2.2 CULTUURPOLITIEK VAN DE EUROPESE UNIE.....	32
2.3 CULTURELE HOOFDSTAD VAN EUROPA.....	35
2.4 UTRECHT 2018	38
2.5 DE VREDE VAN UTRECHT	41
2.6 DEELCONCLUSIE.....	44
3. DE BESCHERMHEILIGE VAN UTRECHT	45
3.1 UTRECHTSE STADSIDENTITEIT	45
3.2 SINT MAARTEN EN UTRECHT	45
3.3 DE SINT MAARTENVIERING	48
3.4. DE RAAD VAN EUROPA	51
3.5 CULTURELE ROUTES VAN DE RAAD VAN EUROPA	53
3.6 DEELCONCLUSIE.....	55
4. ANALYSE EN VERGELIJKINGEN VAN CULTURELE INITIATIEVEN	56
4.1 UTRECHT 2018, DE SINT MAARTENVIERING EN DE VIA TRAJECTENSIS.....	56
4.2 DISCOURSANALYSE NOMINATIEDOSSIER UTRECHT 2018.....	57
4.2.1 <i>Multiculturaliteit</i>	58
4.2.2 <i>Erfgoedtoerisme en economische groei</i>	59
4.2.3 <i>Imago en 'city branding'</i>	61
4.2.4 <i>Europese Integratie</i>	62
4.3 DISCOURSANALYSE SINT MAARTENVIERING EN VIA TRAJECTENSIS.....	63
4.3.1 <i>Imago</i>	64
4.3.2 <i>Erfgoedtoerisme en economische groei</i>	65
4.3.3 <i>Politieke lading</i>	66
4.4 EEN VERGELIJKING VAN DE VERBORGEN AGENDA'S.....	67
4.5 EEN VERGELIJKING VAN DE EUROPESE INTIATIEVEN ALS ZODANIG.....	68
4.6 DEELCONCLUSIE.....	70
CONCLUSIE	71
LITERATUURLIJST	76

Inleiding

De stadsidentiteit van Utrecht aan de hand van culturele initiatieven

In 2013 werd het 100-jarig bestaan van de Vrede van Utrecht uitbundig gevierd. Omdat dit vredesverdrag onder niet-academische historici relatief onbekend is, brachten verschillende historici, waaronder Dr. Renger de Bruin, het boek: *In Vredesnaam* uit. In dit boek wordt verteld dat de Vrede van Utrecht onderdeel uitmaakte van een reeks bilaterale verdragen tussen Europese mogendheden.¹ Deze maakten een einde aan de toenmalige godsdienstoorlogen tussen protestanten en katholieken enerzijds en militaire oorlogen tussen de Habsburgers en Lodewijk XIV anderzijds. Het Centraal Museum verzorgde in 2013 een tentoonstelling over de Vrede van Utrecht in samenwerking met het Wehrgeschichtliches Museum in Ratstatt, het Historisches Museum in Baden en later het Fundación Carlos de Amberes in Madrid.² Deze tentoonstelling was opgedeeld in een vertellijn die begon met de godsdienstoorlogen, vervolgens de Westfaalse Vrede, het beleid van Lodewijk XIV met bijbehorende oppositie, de Spaanse successieoorlogen en eindigend bij de Vrede van Utrecht.³

De Vrede van Utrecht was het geschiedkundige kroonjuweel uit het nominatiedossier Culturele Hoofdstad van Europa. Dit dossier wordt in het vervolg aangeduid als Utrecht 2018. De keuze voor de Vrede van Utrecht is voornamelijk gebaseerd op de eenvoudige vertaalslag die naar hedendaagse bilaterale verdragen gemaakt kan worden. Halverwege de jaren tachtig werd de Culturele Hoofdstad van Europa, dat toen nog 'European City of Culture' heette, op initiatief van de Griekse minister van cultuur Melina Mercouri in het leven geroepen. De Europese Unie (EU) was volgens critici te veel een economische unie waar weinig mensen zich mee konden identificeren. 'Who can fall in love with an inner-market?', aldus de socialistische politicus Jacques Delors.⁴ Europese steden die meedoen aan dit project krijgen de opdracht om een grootscheeps cultureel plan op te zetten. Dit plan moet worden

¹ Renger de Bruin en Maarten Brinkman (red.), *In Vredesnaam. De Vrede van Utrecht, Rastatt en Baden. 1713-1714.* (Utrecht 2013) 12.

² De Bruin en Brinkman (red), *In Vredesnaam*, 13.

³ *Ibidem*, 14.

⁴ Nicole L. Immler en Hans Sakkers, '(Re)Programming Europe: European Capitals of Culture: rethinking the role of culture', *Journal of European Studies* 44 (2014) 1, 3-29, 4.

gebundeld in een nominatiedossier en gepresenteerd worden aan een jury. Deze jury kijkt of de Europese dimensie en Stad en Burgers dimensie duidelijk in het plan terugkomen.

De Vrede van Utrecht als pronkstuk in het nominatiedossier van de Utrechtse initiatiefnemers is een schoolvoorbeeld van de Europese dimensie die het project voor ogen heeft.⁵ Het doel van dit project is om Europese integratie te verwezenlijken, maar ook om steden meer naamsbekendheid te geven en het imago te verbeteren. Wanneer de inwoners van Europa zich bewust zijn van hun collectieve Europese geschiedenis, zullen zij zich eerder Europeaan voelen. Dit creëert meer draagvlak voor de EU.⁶ De stad die uiteindelijk wordt uitgeroepen tot Culturele Hoofdstad van Europa krijgt een geldbedrag van 1.5 miljoen euro en veel positieve media-aandacht.⁷ Na een langdurig voorbereidingsproces kregen de initiatiefnemers van het Utrechtse nominatiedossier te horen dat zij niet door de voorselectie waren gekomen. Leeuwarden, Maastricht en Eindhoven waren overgebleven uit deze selectie. Een van de redenen die werden genoemd was dat de organisatoren geen oog hadden voor initiatieven over culturele diversiteit.⁸

De gemeente Utrecht steunde het project Culturele Hoofdstad van Europa toentertijd. Dit zeg ik er expliciet bij omdat ik mijn masterstage bij deze gemeente heb volbracht. De erfgoedafdeling van de gemeente richt zich voornamelijk op de historische binnenstad als cultuurhistorisch thema. Het onderzoek dat ik hier heb uitgevoerd richtte zich op de historische ontwikkeling van de werven. Dit onderzoek van de gemeente heeft raakvlakken met stadsidentiteit, wat tevens het hoofdthema van dit onderzoek is, omdat de omvang van de werven uniek zijn en daarom deel uitmaken van de Utrechtse stadsidentiteit. De thematiek van de gemeente wilde ik verbinden aan dit onderzoek en daarom heb ik ervoor gekozen om een erfgoedstudie te doen over Utrecht aan de hand van het initiatief Culturele Hoofdstad van Europa. De tweede casus

⁵ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidboek 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (7 juni 2017) 49.

⁶ Immler en Sakkers, 'European Capitals of Culture', 4.

⁷ European Capital of Culture 'Prize and initiatives' https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (7 juni 2017).

⁸ Europ Pre-selection report 'Nomination of the European Capital of Culture 2018 in the Netherlands' https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (11 juni 2017) 5.

die ik voor dit onderzoek heb gebruikt is Sint Maarten, omdat er zowel materieel als immaterieel erfgoed in Utrecht over de heilige bestaat.

Het materiele erfgoed van Sint Maarten bevindt zich op talloze plekken in de stad. Sint Maarten wordt afgebeeld op de windvaan van de Domkerk, er bestaat een ruitersstandbeeld van de heilige en in het Pandhof bevinden reliëfs over de levensverhalen van Sint Maarten.⁹ Daarnaast staat de Sint Maartenviering in Utrecht op de Nationale Inventaris voor Immaterieel Erfgoed en is de heilige sinds 695 n. Chr. schutspatroon van de stad.¹⁰ Het stadswapen van de stad bestaat voor de ene helft uit een wit vlak en voor de andere helft uit een rood vlak. Dit verwijst naar de overlevering dat Sint Maarten als Romeinse soldaat zijn rode mantel in tweeën sneed om aan een bedelaar te geven. De beschermheilige wordt daarom ook vaak in verband gebracht met barmhartigheid, solidariteit en medemenselijkheid.¹¹ Sint Maarten heeft tijdens zijn leven rond de vierde eeuw n. Chr. in verschillende Europese steden gewoond en maakt sindsdien onderdeel uit van het collectieve Europese geheugen.¹² Ook wordt er momenteel gewerkt aan een Sint Maarten route tussen Tours en Utrecht.¹³

Over de achtergrond van de Raad van Europa (RvE) en het daaraan verbonden programma Culturele Routes, zal meer worden verteld in hoofdstuk 2. Een belangrijk element in dit onderzoek is dat er een analyse wordt gedaan naar de manier waarop erfgoed in de hierboven genoemde initiatieven wordt gebruikt om Utrecht een identiteit te geven. De gemeente, marketingbureaus, toeristenbureaus, musea, ondernemers en bedrijven zijn actoren in het speelveld van dit profileringsproces en hebben allemaal hun eigen agenda als het gaat om Utrecht internationaal op de kaart te zetten. Steden zijn onderling verweekeld in een concurrentiestrijd en degenen die zich het best kunnen onderscheiden op de markt zullen het meeste profiteren van culturele verrijking, kapitaalvergroting, naamsbekendheid en sociale ontwikkeling. Doormiddel van

⁹ Chris van Deventer en René de Kam, *In het voetspoor van Sint-Maarten. Een bijzondere rondwandeling door de Utrechtse binnenstad* (Utrecht 2013) 2-23.

¹⁰ Kenniscentrum voor Immaterieel erfgoed, 'Sint Maarten viering Utrecht' <http://immaterieelerfgoed.nl/tradities/details/sint-maarten-viering-utrecht/7> (20 april 2017).

¹¹ Van Deventer en de Kam, *In het voetspoor van Sint-Maarten* (Utrecht 2014) 5.

¹² The Council of Europe Cultural Routes, 'European Institute for Cultural Routes Roll-Ups' (2013), 3.

¹³ Sint Maarten Utrecht, 'Via Trajectensis' <http://sintmaartenutrecht.nl/internationaal/via-trajectensis> (21 april 2017).

discoursanalyses heeft dit onderzoek kunnen aantonen wat de verborgen agenda's van deze actoren zijn.

Erfgoedstudies

Erfgoed is een veel bestudeerd concept binnen de cultuurwetenschappen en erfgoedstudies zijn daar het product van. Academici die langdurig het erfgoeddebat hebben bepaald zijn Sharon MacDonald, Laurajane Smith, David Lowenthal en Andrew Graan. Voor de lezers niet bekend zijn met erfgoedstudies biedt de paragraaf een overzicht van de meta-discussies die binnen de discipline gevoerd worden. Het is van belang om op te merken dat erfgoedstudies niet zijn ontstaan vanuit één academische discipline, maar uit een scala van disciplines. Geschiedschrijvers, toerisme-deskundigen, bouwhistorici, architecten, antropologen en sociologen kijken vanuit hun eigen specialisatie naar het fenomeen erfgoed.¹⁴ Wel zijn er bepaalde tendensen in de tijd te constateren dat sommige disciplines de boventoon voerden. De eerste erfgoedstudies richtten zich vooral op de objecten van erfgoed, waardoor de nadruk van dit onderzoek dus uitsluitend op erfgoedbewaring lag.¹⁵ Restauraties, onderhoud en cultuurhistorische waarden vormen de kernthema's van erfgoedbewaring.

Vanaf de jaren tachtig zijn de sociale en culturele context de boventoon gaan voeren binnen het veld.¹⁶ Deze tonen aan hoe het verleden in het heden kan worden gebruikt. David C. Harvey wijst bijvoorbeeld op het presentisme van erfgoed. Hiermee bedoelt hij dat erfgoed een verleden kan creëren, die voldoening vindt binnen een hedendaagse context.¹⁷ Dit verleden kan helpen om een identiteit te creëren. De Britse academische literatuur uit de jaren tachtig vormt de leidraad van deze erfgoedstudies, omdat erfgoed in deze literatuur werd bediscussieerd als industrieel fenomeen dat een nationaal verleden construeert. De ideologische achtergrond van erfgoed speelt binnen deze nieuwe invulling van erfgoedstudies dus een prominentere rol.¹⁸ Smith en het

¹⁴ Rodney Harrison, *Heritage: critical approaches* (New York 2013) 8.

¹⁵ Emma Waterton & Steve Watson 'Framing theory: towards a critical imagination in heritage studies' *International Journal of Heritage Studies* 19 (2013) 6, 546-561, aldaar 548.

¹⁶ Waterton & Watson 'Framing theory', 550.

¹⁷ David C. Harvey 'Heritage Pasts and Heritage Presents: temporality, meaning and the scope of heritage studies' *International Journal of Heritage Studies* 7 (2001) 4, 319-338, aldaar 324-325.

¹⁸ Waterton & Watson 'Framing theory', 550.

Authorized Heritage Discourse (AHD), waarover later meer, kan ook binnen deze stroming van kritische erfgoedstudies worden geplaatst.

Het postmodernisme, poststructuralisme, postkolonialisme en het neomarxisme zijn verantwoordelijk geweest voor de invulling van dit nieuwe onderzoeksgebied, omdat deze toentertijd een dominante positie innamen binnen de academische wereld.¹⁹ Dit zijn filosofische stromingen die zich richten op maatschappijkritiek en dat is precies de reden waarom niet langer erfgoedbewaring, maar de impact van erfgoed op de maatschappij de focus begon te krijgen. Met andere woorden: wat zijn de gevolgen van het kenmerken en uitsluiten van erfgoed voor bevolkingsgroepen? Dankzij de laatste paradigmawisseling binnen de erfgoedstudies richt de focus zich nu op het alledaagse van erfgoed. Daarvoor zijn verschillende concepten en theorieën ontleent uit ander disciplines.

De afgelopen decennia is behoefte ontstaan om verklaringsmodellen uit andere disciplines te gebruiken, zodat nieuwe vragen beantwoord konden worden die betrekking hadden op de rol van het alledaagse, persoonlijke en normale binnen de ruimte van erfgoed. De literatuur die zich bezighoudt met deze vorm van erfgoedstudies richt zich niet op representatie van erfgoed, maar op de verbintenis van mensen met erfgoed die boven tekstuele en visuele waarnemingen uitstijgen.²⁰ Een bekende theorie binnen dit nieuwe onderzoeksgebied is de 'actor-network theory' van Bruno Latour. Volgens Latour hebben objecten, waaronder dus ook erfgoed, even veel invloed op de ontwikkeling van een nieuwe werkelijkheid als mensen.²¹ Nu een overzicht van erfgoedstudies is gegeven kan de overstap worden gemaakt naar de onderzoeksvraag in dit werk.

Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag heeft zowel een beschrijvend als analytisch karakter. Ten eerste omdat de stadsidentiteit beschreven moet worden en ten tweede omdat in kaart moet worden gebracht hoe de identiteitsconstructies zich tot elkaar verhouden. Zoals gezegd worden de identiteitsconstructies bepaald aan de hand van de Culturele Hoofdstad van

¹⁹ Waterton & Watson 'Framing theory', 550.

²⁰ Bruno Latour 'On actor-network theory. A few clarifications plus more than a few complications' *Soziale welt* 25 (1996) 3, 47-64, aldaar 379.

²¹ Latour 'Actor-network', 374.

Europa, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. De onderzoeksvraag luidt: *Welke stadsidentiteit probeert Utrecht uit te dragen aan de hand van het project Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis en hoe verhouden deze identiteitsconstructies zich tot elkaar?* Met behulp van een analyse naar deze culturele initiatieven zal de vraag kunnen worden beantwoord. Het doel van de analyse is om te achterhalen op welke manier erfgoed door Utrecht wordt gebruikt om zich te profileren. Deze methode staat bekend als de discoursanalyse, waarover in de volgende paragraaf meer.

De onderzoeksvraag kan worden opgedeeld in een aantal subvragen, die relevant zijn voor de beantwoording. Voor een analyse naar de hierboven genoemde initiatieven is het van belang om te weten wat de programma's precies inhouden. Vandaar de vraag: *Hoe zien de programma's Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis eruit?* In het verlengde hiervan kan de achtergrond van de Europese Commissie (EC) en de RvE verder worden toegelicht. De tweede subvraag die kan worden gesteld gaat over de stadsidentiteit van Utrecht: *Wat is kenmerkend voor de historische binnenstad van Utrecht ten opzichte van andere steden?* Daarvoor richt het onderzoek zich op materieel en immaterieel erfgoed zoals de Vrede van Utrecht en Sint Maarten, maar ook op zaken die wat zeggen over demografie, sociale klasse, werkgelegenheid en imago.

De derde subvraag die geformuleerd kan worden richt zich op wetenschappelijke theorieën en concepten: *Welke theoretische concepten naast identiteit kunnen worden afgeleid uit de onderzoeksvraag en hoe verhouden deze zich tot elkaar?* Een niet te missen concept dat minstens evenveel aandacht verdient als identiteit is erfgoed. Dit onderzoek is namelijk een erfgoedstudie, dus het is zaak hier de nodige aandacht aan te besteden. Naast erfgoed en identiteit verhouden 'city branding', 'place branding', imagomanagement en geheugen zich ook tot de onderzoeksvraag. De culturele initiatieven die binnen Utrecht worden georganiseerd kunnen namelijk worden beschouwd als promotiestukken, die indirect veel gunstige economische voordelen kunnen opleveren. Dit bevordert de economische groei van een stad of regio en daar zullen alle actoren van profiteren. In het eerste hoofdstuk van dit onderzoek,

het theoretisch kader, zal meer aandacht worden besteed aan de wetenschappelijke context.

Valorisatie

De relevantie van dit onderzoek kan worden toegeschreven aan de beantwoording van hedendaagse identiteitsvraagstukken, waar EU-beleidsmakers en andere instanties mee te maken hebben. Al vanaf de negentiende eeuw wordt erfgoed structureel gebruikt om inheemse stammen, volkeren, etniciteiten en nationaliteiten te legitimeren. Deze trend breidt zich in de twintigste en eenentwintigste eeuw uit naar de legitimering van multinationals en supranationale staten als de EU. Een probleem waar beleidsmaker van de EU tegenaan lopen is dat mensen zich te weinig kunnen identificeren met de EU, een ontwikkeling die volgens hen moet worden bestreden. In plaats daarvan stellen zij dat de EU meer bevoegdheden moet krijgen, zodat Europa efficiënter kan worden bestuurd. Dit onderzoek laat zien hoe de cultuurpolitiek van de EU en de daaruit voortkomende strategieën functioneren. Deze worden namelijk in de praktijk toegepast om een identiteit te versterken. Daarmee is het onderzoek gelijktijdig relevant voor niet-politiek gerelateerde instanties die in een identiteitscrisis verkeren.

Vanuit wetenschappelijk oogpunt draagt dit onderzoek bij aan de debatten in cultuurwetenschappen en planologiestudies. Het debat waar bijvoorbeeld naar gerefereerd wordt in dit onderzoek is de discussie over de perceptie van cultuur. Deze wordt gevoerd door de sociaal constructivisten, die beweren dat cultuur onderhevig is aan verandering en essentialisten, die een onveranderlijke kern toeschrijven aan cultuur. Het tweede debat waar dit onderzoek een bijdrage aan levert is tussen primordialisten en instrumentalisten. De eerste zien etniciteit als een biologische categorie en de tweede als een sociale constructie. Het heeft lang geduurd voordat ras en etniciteit niet meer werden gezien als biologische categorieën. Verder wordt in het onderzoek aandacht besteed aan het debat over cognitieve en affectieve elementen, die het imago van een stad bepalen. Kortom, het werk is wetenschappelijk relevant omdat er debatten besproken worden uit verschillende disciplines, die het werkveld van de academie in kaart brengen.

Terugkomend op de sociale relevantie kunnen marketing en toeristenbureaus dit werk goed gebruiken. Voornamelijk de Culturele Hoofdstad van Europa, maar in

zeker zin ook de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis, zijn initiatieven die Utrecht op internationaal niveau willen profileren. In het onderzoek wordt namelijk beschreven wat de neveneffecten zijn van de projecten voor de stad en regio. Ook het verhaal van Utrecht 2018 komt in dit onderzoek naar voren. Dit is bruikbaar voor beleidsmedewerkers, die een stad meer naamsbekendheid willen geven of het imago proberen te versterken. Wat het nog meer relevant maakt is dat de gevolgen van UNESCO nominaties voor cultuurtoerisme besproken worden. Voor toeristenbureaus die weinig kennis hebben op dit vlak biedt het onderzoek een uitkomst, omdat het wetenschappelijk is aangetoond dat cultuurtoeristen de keuze voor hun bestemmingen laten afhangen van internationale erfgoederkenningen. Dit gezegd hebbende is het zaak om de aandacht te verplaatsen naar de methode die in dit onderzoek gebruikt wordt.

Methodologie

Aan de hand van een discoursanalyse zullen in dit onderzoek de aanvragen en beleidstukken van Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Trajectensis worden geanalyseerd. Discoursen oefenen macht uit, bevatten waarheidsclaims en zijn normatief.²² Een discoursanalyse is een manier om discoursen uit een tekst te halen en daarbij wordt gelet op paradoxen, tegenstrijdigheden en dilemma's.²³ Om precies te zijn zal de Kritische Discoursanalyse (KDA), waar Norman Fairclough de bedenker van is, worden toegepast. De KDA van Fairclough bestaat uit een drieledig raamwerk, te weten beschrijving, interpretatie en verklaring. Daarbij zal uitsluitend naar de beschrijvende dimensie gekeken, wat inhoudt dat zal worden gelet op vocabulaire, grammatica en tekststructuren. In het geval van vocabulaire betekent dit dat de aandacht uitgaat naar synoniemen en hyponiemen, bij grammatica wordt gekeken naar actieve en passieve zinnen en bij structuren naar de tekst in zijn geheel.

De analyseobjecten in dit onderzoek bestaan uit het nominatiedossier Utrecht 2018, erfgoedzorgplan van de Sint Maartenviering en beleidstukken van het Sint Maartenberaad over de Via Trajectensis. Daarnaast zijn in dit onderzoek beleidstukken geraadpleegd die in kaart brengen wat de regels en procedures zijn van de culturele

²² Martin Reisigl en Ruth Wodak 'The discourse-historical approach (DHA)', in: Ruth Wodak en Michael Meyer (red), *Methods of critical discours analysis* (Londen 2015) 23-61, aldaar 89.

²³ Reisigl en Wodak 'The discourse-historical approach (DHA)', 88.

initiatieven.²⁴ De teksten zijn in alle 24 talen van de Europese Lidstaten beschikbaar gemaakt. Op de website van de RvE zijn ook dossiers aanwezig die het beleid van de Culturele Routes in kaart brengen. Uit een van de recente wetswijzigingen in 2013 werd bijvoorbeeld expliciet gezegd dat het doel van het project is om eenheid onder burgers te creëren.²⁵ De overige secundaire literatuur is geraadpleegd via het digitale zoekstelsel van de Universiteit Utrecht met behulp van digitale tijdschriften en Google Scholar.²⁶

Opbouw van het onderzoek

In hoofdstuk één van dit onderzoek worden alle concepten en theorie die relevant zijn voor de onderzoeksvraag in het theoretisch kader besproken. Deze afbakening is nodig omdat er voor elk onderzoek een select aantal concepten en theorieën besproken kunnen worden. Daarnaast geeft het theoretisch kader het onderzoek een wetenschappelijk dimensie en onderscheidt zich daarmee van een alledaags onderzoek. Voor de theorieën en concepten die met erfgoed en identiteit te maken hebben wordt onder anderen verwezen naar de literatuur van Macdonald, Smith, Rodney Harrison en Brian Graham. Dit zijn momenteel belangrijke schakels in het hedendaagse erfgoeddebat. Voor de marketing gerelateerde concepten richt dit onderzoek zich op de literatuur van Elise van Dijk Bettenhausen en Michalis Kavaratzis. Binnen de marketingdiscipline bestaan enerzijds concepten met overeenkomsten en anderzijds met kleine nuanceverschillen.

In hoofdstuk twee van dit onderzoek worden de Europese initiatieven Culturele Hoofdstad van Europa en de Culturele Routes van de RvE van Europa uitgebreid besproken. Ook de daarmee samenhangende organen als EU, EC, RvE, verdienen daarbij de nodige aandacht. Vervolgens wordt de Vrede van Utrecht, het geschiedkundige kroonjuweel uit het nominatiedossier, in het aparte paragraaf besproken. In hoofdstuk drie zal de aandacht zich verplaatsen naar Sint Maarten, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. De waarden die de heilige uitdraagt zal een belangrijk onderwerp

²⁴ European Commission, 'European Capitals of Culture' https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (21 april 2017).

²⁵ Council of Europe, 'Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes' <http://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/cultural-routes> (21 april 2017).

²⁶ Universiteit Utrecht 'zoeksystemen' <http://bibe.library.uu.nl/zoek/biblio/index.php> (geraadpleegd op 21 april 2017).

vormen in dit hoofdstuk. Na de inhoudelijke context van deze thema's zal in hoofdstuk vier een discoursanalyse plaatsvinden, die de verborgen agenda binnen de aanvragen zal blootleggen. Daarvoor worden de aanvragen van de Culturele Hoofdstad van Europa, Sint Maartenvering en de Via Trajectensis geraadpleegd. Deze discourses zullen vervolgens met elkaar vergeleken worden zodat kan worden aangetoond hoe de identiteiten zijn geconstrueerd.

Een discoursanalyse als methode wordt gebruikt om te achterhalen welke politieke gelaagdheid de teksten bevatten, zoals besproken bij de methodologie. Het is bekend dat de EU met behulp van culturele initiatieven probeert om Europese integratie te realiseren. Cultuur is namelijk bij uitstek een verbindend fenomeen tussen groepen mensen. Wanneer inwoners van de EU zich bewust worden van hun collectieve Europese verleden zal er meer draagvlak voor het Europese project ontstaan. Hierdoor wordt erfgoed als politiek instrument ingezet. Naast de politieke geladenheid is het de bedoeling dat de discoursanalyse de verborgen agenda's van de actoren boven tafel zal krijgen. Het volgende hoofdstuk van dit onderzoek richt zich op het theoretisch kader en de bijbehorende kernconcepten erfgoed, identiteit en city-regiomarketing.

1. Theoretisch kader

1.1 Erfgoed, geheugen, identiteit en city-regiomarketing

Erfgoed is een concept dat onderhevig is aan verandering en heeft door de jaren heen verschillende betekenissen gehad.²⁷ Daarom wordt ook wel over 'heritageisation' als proces gesproken.²⁸ Vanaf het einde van de negentiende eeuw werd het concept binnen de sociale wetenschappen en geesteswetenschappen uitvoerig bestudeerd. De disciplines die zich met erfgoed hebben beziggehouden zijn museologie, archeologie, geschiedschrijving, cultuurstudies, antropologie en psychologie. In paragraaf 1.2 zullen verschillende definities worden gegeven van het concept erfgoed, zodat het duidelijk wordt dat er brede en specifieke opvattingen in omloop zijn. Vervolgens zullen verschillende betekenissen van erfgoed worden gegeven. Hierop aansluitend zal de

²⁷ Tolina Loulanski 'Revising the Concept for Cultural Heritage: The Argument for a Functional Approach' *International Journal of Cultural Property* 13 (2006) 13 (2006) 2, 207-233, aldaar 210-211.

²⁸ Harvey 'Heritage Pasts', 320.

ontwikkeling van erfgoed binnen de academische wereld in kaart worden gebracht. Paragraaf 1.3 staat in teken van het concept geheugen. Waar beleidsmakers in het onderzoek op aansturen is het aantonen van een collectief Europees geheugen. Verschillende academici beweren dat dit een arbitrair concept is zonder een vaststaande betekenis.

In paragraaf 1.4 zal aandacht worden besteed aan de concepten sociale en etnische identiteit, omdat deze nauw verbonden zijn met erfgoed. Sociale identiteit kijkt naar de mate waarin individuen zich bewustzijn zijn van het horen bij een groep, terwijl etnische identiteit mensen categoriseert op basis van cultuur. Ook identiteit is een concept dat uitvoerig bestudeerd is binnen de sociale wetenschappen en geesteswetenschappen.²⁹ Historici raakten gedurende de jaren zeventig en tachtig betrokken bij sociale bewegingen die opkwamen voor homoseksuelen, vrouwenrechten en minderheden. Zij werden door deze groeperingen beïnvloed. De mate waarin zij door deze bewegingen werden beïnvloed, namen zij bewust, dan wel onbewust, mee in hun werk als academici. Dankzij de antropologie en onderzoek naar het nationalisme, kwam er steeds meer aandacht voor de geschiedenis van identiteitsontwikkeling.

In paragraaf 1.5 zal de overstap worden gemaakt naar stadsidentiteit en stadsimago. Identiteit wordt binnen marketingdisciplines uitvoerig besproken. Traditioneel is marketing een discipline binnen de economische wetenschappen, die zich bezighoudt met de manier waarop producten aan consumenten worden verkocht. Het verkopen van producten gebeurt bijvoorbeeld aan de hand van reclamecampagnes, slogans en andere promotiemiddelen.³⁰ Tegenwoordig kent marketing een bredere definitie, omdat het van toepassing is op uiteenlopende dienstenorganisaties.³¹ De traditionele opvatting van marketing is dus achterhaald en dient genegeerd te worden wanneer er naar 'place branding' en 'city branding' wordt gekeken. Deze concepten komen in paragraaf 1.6 aan bod en richten zich op het creëren van een identiteit voor een stad. Zoals in paragraaf 1.5 zal blijken, hebben verschillende actoren belang bij het creëren van een identiteit voor een stad.

²⁹ Simon Gunn, *History and cultural theory* (Edinburgh 2006), 131.

³⁰ Elise van Dijk-Bettenhaussen *Handboek City- en Regiomarketing* (Groningen 2011) 12.

³¹ Van Dijk-Bettenhaussen, *City- en regiomarketing*, 13.

1.2 Erfgoed

Binnen de academische wereld bestaat er geen sluitende definitie voor erfgoed. Sommige deskundigen kiezen er bewust voor om de definitie zo breed mogelijk te laten, terwijl anderen specifiekere definities hanteren. Volgens Johnson & Thomas omvat erfgoed alles dat de intentie heeft om een verleden te creëren. Of dit verleden juist of onjuist is doet er verder niet toe: 'virtually anything by which some kind of link, however tenuous or false, may be forged with the past'.³² Volgens David Lowenthal heeft erfgoed te maken met bewaring en doorgeven: 'that which a past generation has preserved and handed on to present and which a significant group of population wished to hand on to the future'.³³ Daarmee heeft erfgoed te maken met zaken die dermate waardevol zijn dat ze moeten worden bewaard en doorgegeven. Dit is al een specifiekere definitie dan de definitie van Johnson & Thomas. Een voorbeeld van een brede definitie van erfgoed is afkomstig van Peter Larkham, die stelt dat erfgoed alle dingen zijn die tot mensen behoren: 'all things to all people'.³⁴

In dit onderzoek is gekozen voor een passende definitie die als leidraad voor de lezers zal dienen en is afkomstig van Brian Graham. Erfgoed wordt volgens Graham beschouwd als een geheel van ideeën die belangrijk zijn voor een hedendaagse samenleving: 'heritage can be seen as an aggregation of myths, values and inheritances determined and defined by the needs societies in the present'.³⁵ Erfgoed wordt dus gebruikt om culturele, politieke of economische belangen te behartigen. In dit onderzoek zal aandacht worden besteed aan politieke en economische behoeftes, namelijk hoe een Europees initiatief als de Culturele Hoofdstad van Europa erfgoed gebruikt om Europese integratie te verwezenlijken en hoe verschillende actoren erfgoed gebruiken om te 'branden'. Over 'branding' zal meer worden verteld in paragraaf 1.5. Voor nu zal naar de geschiedkundige ontwikkeling van het erfgoedconcept worden gekeken.

³² Peter Johnson & Barry Thomas, 'Heritage as business', in: D.T. Herbert (ed) *Heritage, tourism and society*, 1995, aldaar 94..

³³ David Lowenthal, *The Heritage Crusade and the spoil of history* (Cambridge 1998) 16.

³⁴ P.J. Larkham, 'Heritage as planned and conserved', in: D.T. Herbert (ed.) *Heritage, tourism and society*, 1995, aldaar 85.

³⁵ Brian Graham en Peter Howard, *Heritage and identity* (Hampshire 2008) 37.

In de Europese geschiedenis gaat erfgoed terug naar de Egyptische en Griekse oudheid. In ouwenoude handleidingen als de *Architectura* werd beschreven wat architecten moesten weten van het verleden. Onlangs heeft onderzoek aangetoond dat herdenkingen en vereringen een belangrijke rol speelden in het dagelijks leven van Egyptische en Griekse samenlevingen.³⁶ Erfgoed heeft echter binnen elke historische periode een andere betekenis. In dit onderzoek zullen achtereenvolgens vier fases worden besproken, die zich volgens Harrison richten op de achttiende/negentiende eeuw, twintigste eeuw, de periode rondom de oprichting van UNESCO en de 'heritage boom' die doorloopt tot nu.³⁷ In de achttiende/negentiende eeuw hield erfgoed verband met landgoederen en eigendommen van grootgrondbezitters. Gaandeweg werd het begrip gebruikt als 'invented tradition', geïntroduceerd door Eric Hobsbawn, die de identiteit van naties als Groot-Brittannië en Frankrijk legitimeerden. Daarnaast kwamen private erfgoedeigendommen in handen van openbare instellingen als musea en in de twintigste eeuw veranderde deze betekenis van erfgoed.³⁸

Erfgoed kan aan het begin van de twintigste eeuw gedefinieerd worden als het geheel van staatsgeïnitieerde projecten, die als doel hebben om standaardisering te bewerkstelligen. Met standaardisering wordt bedoeld dat de overheid probeerde om het dagelijks leven op cultureel, economisch en politiek gebied te controleren. Een concreet voorbeeld hiervan is de 'Antiquities Act' uit 1906 in Amerika, die de toenmalige president Woodrow Wilson het recht gaf om historische landschappen, objecten en gebouwen te benoemen tot monumenten.³⁹ In de derde fase van de ontwikkeling van erfgoed breekt een nieuw tijdperk aan waarin een belangrijke rol voor UNESCO is weggelegd. De universele waarden die door UNESCO werden uitgedragen zijn kenmerkend voor deze fase. Dankzij UNESCO werd erfgoed niet maar als 'ding' gezien, maar als cultuur, traditie en andere immateriële zaken.⁴⁰ Bovendien werd niet alleen de bescherming van nationaal , maar ook van internationaal erfgoed van belang geacht.

³⁶ Tim Winter 'Heritage studies and the privileging of theory' *International Journal of Heritage Studies* 20 (2014) 5, 556-572, aldaar 557.

³⁷ Rodney Harrison, *Heritage: critical approaches* (New York 2013) 8.

³⁸ Harrison, *Heritage*, 44.

³⁹ *Ibidem*, 47.

⁴⁰ *Ibidem*, 69.

Als reactie op UNESCO en andere professionele erfgoedorganisaties ontstonden kritische erfgoedstudies die worden vertegenwoordigd door Laurajane Smith, Lynn Meskell, Emma Waterton, Yannis Hamilakis en nog vele anderen.⁴¹ Zij kijken niet naar het conserveringsproces, maar naar de keuzes die worden gemaakt om iets te kenmerken als erfgoed en wat de gevolgen daarvan zijn.⁴² Dit is bijvoorbeeld het geval geweest bij het Macedonische renovatieproject 'Skopje 2014, waarover meer in paragraaf 1.5. Het AHD van Smith is de moeite waard om nader toe te lichten, omdat het een veel besproken concept is binnen de erfgoedstudies. Zij stelt dat de manier waarop deskundigen over erfgoed praten bepaalt hoe over erfgoed wordt gedacht.⁴³ Volgens deze deskundigen moet erfgoed 'veiliggesteld' worden en dat kan alleen als zij bij dit proces betrokken zijn.⁴⁴ De manier waarop deskundigen over erfgoed praten en de macht die het uitoefent is volgens Smith de essentie van het AHD. Omdat het macht uitoefent sluit het subalterne ideeën over erfgoed uit en daarom zou een slavernijverleden bijvoorbeeld irrelevant worden.⁴⁵

Kenmerkend voor de laatste fase in de twintigste eeuw is de 'heritage boom'. In deze periode groeide het aantal museumbezoekers in het Verenigd Koninkrijk, Europa en Amerika aanzienlijk en dat gold ook voor de nominaties van werelderfgoed sites.⁴⁶ De enorme groei aan musea, museumbezoekers en werelderfgoed nominaties is voor een belangrijk deel te verklaren door globalisering. Dit fenomeen heeft betrekking op wereldwijde ontwikkelingen die hebben geleid tot politieke, economische en culturele integratie. Deze ontwikkelingen worden in gang gezet door de komst van nieuwe communicatiemiddelen, de groei van toerisme, meer vrijetijdsbesteding en de komst van multinationals.⁴⁷ Een ander gevolg hiervan is dat mensen bang zijn om hun identiteit te verliezen en zich daardoor meer met het verleden gaan bezighouden.

De daadwerkelijke bedoeling van werelderfgoed nominaties richten zich volgens Meskell al lang niet meer op de bewaring van erfgoed met 'uitzonderlijke waarden',

⁴¹ Tim Winter, 'Clarifying the critical in critical heritage studies' *International Journal of Heritage Studies* 19 (2013) 6, 532-545, aldaar 532 en 533.

⁴² Sharon MacDonald, *Memorylands Heritage and Identity in Europe Today* (New York 2013) 17.

⁴³ Laurajane Smith, 'The discourse of heritage', in: Laurajane Smith (ed.), *Uses of heritage* (London 2006) 11-43, aldaar 13.

⁴⁴ Smith, 'Discourse', 29.

⁴⁵ Ibidem, 35.

⁴⁶ Harvey, 'Heritage Pasts', 327.

⁴⁷ Harrison, *Heritage*, 74.

zoals die in de UNESCO conventie van 1972 werden geformuleerd.⁴⁸ In plaats daarvan trachten lidstaten werelderfgoed nominaties te bemachtigen, omdat het toerisme aantrekt en naamsbekendheid creëert. Cultuurtoeristen beschouwen UNESCO als keurmerk. De meeste cultuurtoeristen vertrouwen op dit keurmerk omdat zij geen erfgoeddeskundigen zijn.⁴⁹ Volgens Meskell is dit niet de enige functie van UNESCO. Werelderfgoed nominaties worden ook gebruikt als politiek instrument en dat laat de nominatie van de erfgoedsite Bolgar in Rusland zien. Deze erfgoedsite is gelegen in de autonome republiek Tatarije en heeft sinds 2014 een officiële werelderfgoed status.⁵⁰ De site bestaat uit een moskee, kerk, minaret, mausoleum, badhuizen en diverse heiligdommen. Deze objecten zijn resten van de verschillende beschavingen, waaronder de Wolga-Bulgaren, Mongolen en de Russische Staat.⁵¹

In 2012 werd de nominatie afgekeurd vanwege plannen voor een kerncentrale in de buurt en de bouw van een minaret.⁵² De plaatsing van deze minaret was geschiedvervalsing volgens de beoordelingscommissie van UNESCO, omdat er geen moment in de geschiedenis van Bolgar is geweest dat een kerk en moskee naast elkaar stonden.⁵³ In diverse topvergaderingen van UNESCO heeft de Russische delegatie toen met islamitische afgevaardigden gelobbyd om de afkeuring van Bolgar ongedaan te maken. Uiteindelijk kreeg de site in 2014 alsnog een werelderfgoed status, tot ongenoegen van Estland. Wat dit voorbeeld duidelijk maakt is dat cultuur en erfgoed worden gebruikt als 'soft power' instrument om de onafhankelijke republiek Tatarije binnen de invloedsferen van Rusland te krijgen.⁵⁴ 'Soft power' is een slinkse manier om iemand te overtuigen zodat individuen doen wat je wilt, in tegenstelling tot

⁴⁸ Lynn Meskell 'Transacting UNESCO World Heritage: gifts and exchanges on a global stage' *Social Anthropology* 23 (2015)1, 3-21, aldaar 6.

⁴⁹ Jason Ryan en Sari Silvano, 'The World Heritage List: The making and management of a brand' *Place Branding and Public Diplomacy* 5, 2009, 4, 290-300, aldaar 292.

⁵⁰ Lynn Meskell e.a., 'Multilateralism and UNESCO World Heritage: decision-making, States Parties and political processes' *International Journal of Heritage Studies* 21 (2015) 5, 423-440, aldaar 435.

⁵¹ UNESCO 'Bolgar Historical and Archaeological Complex' <http://whc.unesco.org/en/list/981> (22 juni 2017).

⁵² Meskell e.a., 'Multilateralism', 433.

⁵³ Ibidem, 433.

⁵⁴ Ibidem, 434.

onderdrukken.⁵⁵ Het tweede concept dat in dit theoretisch kader zal worden besproken is geheugen, omdat het kan verband houdt met de onderzoeksvraag.

1.3 Geheugen

Net als de hierboven geschetste 'heritage boom' is er ook een zogenaamde 'memory mania' op te merken aan het einde van de twintigste eeuw. Kenmerkend voor de 'memory mania' is dat er meer interesse kwam voor het verleden, geheugen en bewaren.⁵⁶ Deze trend loopt door tot aan de eenentwintigste eeuw en uitte zich onder andere in landelijke debatten over canonvorming, wat wel en niet tot erfgoed kon worden gerekend en televisieprogramma's die zich bekommerden over wat zij over het verleden wilden uitzenden.⁵⁷ Voor de betekenis van het concept geheugen richt het onderzoek zich in eerste instantie op het academische discours, die geheugen beschrijft in relatie tot geschiedenis. Geschiedenis vertegenwoordigt een op feiten gebaseerd verhaal over het verleden, dat wordt vormgegeven door academische-historici, terwijl het geheugen vloeibaar is en daarom ongeschikt is volgens traditionele geschiedschrijvers.⁵⁸ Wat Sharon Macdonald aan het discours toevoegt, maar zelf niet zozeer achter staat, is dat geschiedenis vertelt wat er daadwerkelijk is gebeurd, terwijl geheugen subjectief en feilbaar zijn.⁵⁹

Pierre Nora weet een andere draai aan geheugen te geven en beschouwt het als onderdeel van het leven waar mensen deel van uitmaken. Het concept is volgens hem onderhevig aan permanente verandering, het staat open voor de wisselwerking tussen onthouden en vergeten en het is vatbaar om langdurig in slaapt te worden gehouden.⁶⁰ Geschiedenis daarentegen is volgens Nora een reconstructie en kampt altijd met het probleem van incompleet zijn. Omdat het een wetenschappelijke discipline is wordt het snel in verband gebracht met kritische noden, terwijl geheugen juist een verenigend karakter heeft dat mensen verbindt met het heden.⁶¹ De verbindende factor tussen

⁵⁵ Ernest J. Wilson III 'Hard power, soft power, smart power' *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (2008)1, 110-124, aldaar 114.

⁵⁶ MacDonald, *Memoryland*, 3.

⁵⁷ Ibidem, 4.

⁵⁸ Geoffrey Cubitt, *Historical Approaches: History and memory* (Manchester 2007) 28 en 29.

⁵⁹ MacDonald, *Memoryland*, 13.

⁶⁰ Pierre Nora, 'Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire' *Representation* 26 (1989) 7-8, aldaar 8.

⁶¹ Nora, 'Memory', 8.

geschiedenis en geheugen is publieksgeschiedenis, een discipline die tracht om deskundige kennis over te brengen aan een breed publiek.⁶² In: *Remembering War* maakt historicus Jay Winter onderscheid tussen het individuele geheugen en het collectieve geheugen.

De conclusies die hier hieraan verbindt is dat het collectieve geheugen niet gaat over het geheugen van grote groepen, maar over het proces waarbij verschillende groepen herdenkingshandelingen verrichten.⁶³ Winters gebruikt deze term liever niet binnen de academische wereld en daarbuiten, omdat het geen vaste betekenis heeft. Collectief herdenken daarentegen is een specifiekere term volgens Winter omdat het verwijst naar een tijd, plaats en bewijst waarom mensen een concrete gebeurtenis herdenken.⁶⁴ In sommige gevallen is er wel sprake van een collectief geheugen, namelijk als de gebeurtenis zo ingrijpend was dat velen zich nog konden herinneren waar hij of zij was op die dag waren. Bijvoorbeeld de moordaanslag op J.F. Kennedy in de jaren zestig, maar ook de terroristische aanslag op de Twin Towers in New York. Het idee dat een collectief geheugen niet bestaat wordt ook bevestigd door Susan Sontag, die namelijk beweert dat herinneren alleen individueel kan plaatsvinden: 'all memory is individual, unreproducible—it dies with each person'.⁶⁵

Volgens Aleida Assmann bestaat het collectief geheugen uit een samenvoeging van semantische en episodische herinneringen.⁶⁶ De eerste richt zich op collectieve informatie die onderhevig is aan een doorlopend veranderingsproces. Deze kennis verbindt ons als individuen aan de omgeving. Een voorbeeld van collectieve informatie is de Nederlandse canon. Episodisch geheugen daarentegen richt zich op persoonlijke ervaringen en kunnen alleen overgedragen worden als de inhoud ervan wordt veranderd.⁶⁷ De reden dat het collectief geheugen uit beide componenten bestaat is omdat het via een gemeenschappelijk leerproces moet worden toegeëigd, maar door

⁶² Jay Winter, *Remembering War, The Great War Between Historical Memory and History in the Twentieth Century* (Boston 2014) 202.

⁶³ Winter, *Remembering*, 36.

⁶⁴ *Ibidem*, 5.

⁶⁵ Aleida Assmann 'Transformation between History and Memory' *Social Research: An International Quarterly* 75 (2008) 1, 49-72, 49.

⁶⁶ Assmann, 'Memory', 51.

⁶⁷ *Ibidem*, 51.

individuele gebruiken wordt verworven.⁶⁸ Margaret Atwood legt het proces van collectief geheugen uit aan de hand van een concreet voorbeeld.⁶⁹ Een man uit Canada vertelde Atwood een verhaal in de wij-vorm over zijn voorvaderen. Het feit dat deze man zestig jaar na dato was geboren en 'wij' gebruikte, terwijl hij niet bij de gebeurtenis aanwezig was, geeft aan welke invloed de geschiedenis heeft op het collectief geheugen.

Het laatste punt dat in dit onderzoek over geheugen naar voren zal worden gebracht is het 'memory complex' van Macdonald. In plaats van geheugencomplex zou ook verwezen kunnen worden naar het 'memory-heritage-identity-complex', omdat al deze elementen met elkaar verbonden zijn. 'Memory complex' heeft betrekking op de assemblage van gebruiken, fysieke dingen en invloeden.⁷⁰ Bijvoorbeeld nostalgie, herdenkingsdiensten en historische artefacten.⁷¹ Volgens Macdonald moeten algemene termen als erfgoed en geheugen niet als vanzelfsprekend worden geacht, maar concreter worden gedefinieerd. Er moet dus niet gesproken worden over erfgoed, maar over erfgoed musea, of erfgoed sites.⁷² Deze formulering zorgt ervoor dat generalisaties worden vermeden en de verschillende elementen van het 'memory complex' kunnen worden blootgelegd. In hoeverre kan er bijvoorbeeld gesproken worden van menselijke of niet-menselijke bijdrage aan het 'memory complex' en is er sprake van wel of geen materialiteit. Nu het concept identiteit in zeker zin al is geïntroduceerd zal in de volgende paragraaf dieper op sociale en etnische identiteit worden ingegaan.

1.4 Sociale en etnische identiteit

Het concept identiteit heeft meerdere betekenissen binnen de academische context. Het wordt doorgaans gebruikt om de cultuur van een groep aan te duiden, het refereert naar sociale groepen en sociale categorieën en het zegt iets over de gedragsrollen van individuen.⁷³ In eerste instantie zal een beschrijving worden gegeven van sociale identiteit en vervolgens zal de aandacht zich richten op etnische identiteit. Sociale identiteit is een concept dat afkomstig is uit de sociale wetenschappen. Disciplines die

⁶⁸ Assmann, 'Memory', 52.

⁶⁹ Margaret Atwood 'In Search of Alias Grace: On Writing Canadian Historical Fiction' *The American Historical Review* 103 (1998) 5, 503-1516, aldaar 1505.

⁷⁰ Macdonald, *Heritage*, 6.

⁷¹ *Ibidem*, 6.

⁷² *Ibidem*, 6.

⁷³ Sheldon Stryker en Peter J Burke 'The Past, Present, and Future of an Identity Theory' *Social Psychology Quarterly* 63 (2000) 4, 284-297, aldaar 284.

tot de sociale wetenschappen behoren zijn bestuurskunde, communicatie, sociologie en antropologie. Volgens psycholoog Jan Stets en historicus Peter Burke heeft sociale identiteit betrekking op de mate waarin een individu zich bewust is van het horen bij een groep.⁷⁴ Een sociale groep bestaat uit een aantal individuen die zichzelf beschouwen als lid van dezelfde groep. Identiteit daarentegen zegt iets over het gedrag van individuen en waarom dit gedrag uniek is en daarmee afwijkt van de norm.⁷⁵

Erfgoed kan worden gebruikt als instrument om identiteitsvorming te beïnvloeden, namelijk door een voorbeeld te zijn voor gewenst burgergedrag. Dit concludeert John Bodnar in zijn onderzoek naar herdenkingsactiviteiten van politieke leiders in de Verenigde Staten.⁷⁶ Het idee dat erfgoed een voorbeeld kan zijn voor gewenst burgergedrag is een maatregel die top-down wordt opgelegd om identiteitsvorming te beïnvloeden. Dit gaat eerder tegenstaan, omdat actoren handelingsvrijheid om zich te plaatsen in sociale categorieën die vastliggen in een gestructureerde samenleving.⁷⁷ Deze ontwikkeling wordt idealiter bottom-up gestuurd, maar wanneer een overheid zich met zaken als identiteitsvorming gaat bezighouden, wordt dit een van bovenaf gestuurd plan. In de volgende alinea's zal de aandacht zich verplaatsen naar het concept etnische identiteit en de daarbij horende relatie met erfgoed.

Voor de beschrijving van het concept etnische identiteit is het eerst van belang om stil te staan bij de term etniciteit. De term verschijnt in 1972 voor het eerst in de *Oxford English Dictionary* en is voor algemeen gebruik dus relatief nieuw. Het concept etnisch daarentegen is een stuk ouder en is afgeleid van het Griekse woord 'ethnos' wat heidens betekent.⁷⁸ Halverwege de twintigste eeuw gebruiken Amerikanen het om minderheden als joden, Italianen en Ieren aan te duiden.⁷⁹ In de jaren zestig hebben de concepten etnische groeperingen en etniciteit hun plek gevonden binnen de sociale antropologie. Hoewel er uiteenlopende definities bestaan over het concept, is er toch consensus over de bewering dat etniciteit te maken heeft met classificering en

⁷⁴ Jan E. Stets en Peter J. Burke 'Identity Theory and Social Identity Theory' *Social Psychology Quarterly* 63 (2000) 224-237, aldaar 225.

⁷⁵ Stets en Burke 'Identity Theory', 225.

⁷⁶ Graham en Howard, *Heritage*, 44.

⁷⁷ Stets en Burke 'Identity Theory', 225.

⁷⁸ Thomas Hylland Eriksen, *Ethnicity and Nationalism* (Londen 2002) 4.

⁷⁹ Hylland Eriksen, *Ethnicity*, 4.

groepsrelaties.⁸⁰ Daarmee heeft etnische identiteit te maken met de mate waarin individuen zichzelf, of door buitenstaanders, op cultureel vlak tot een groep rekenen.

De relatie tussen etniciteit en cultuur is echter ingewikkelder dan vaak wordt gedacht. Deze relatie wordt bemoeilijkt door het debat tussen essentialisten en sociaal constructivisten. Het debat tussen deze twee gaat over de essentie van cultuur. Volgens essentialisten bevat iedere cultuur een onveranderlijk gegeven kern, terwijl sociaal constructivisten deze kern toeschrijven aan het creatieproces van mensen.⁸¹ Dit leidt ertoe dat essentialisten beweren dat etniciteitsstudies horen te gaan over het onderscheid tussen 'objectieve' gegevens van cultuur zoals taal, religie en socialisatieprocessen, terwijl sociaal constructivisten beweren dat etniciteitsstudies gaan over de perceptie die individuen over hun eigen cultuur hebben.⁸² Etnische identiteit gaat dus over de uniciteit van een groep individuen met eenzelfde cultuur, of de perceptie die zij hebben over hun cultuur.

Volgens sociaal-anthropoloog Frederik Barth is culturele inhoud niet de juiste graadmeter voor het indelen van groepen en daar heeft hij twee redenen voor.⁸³ Ten omdat het veronderstelt dat culturen vanuit een geïsoleerd vacuüm zijn ontstaan, zonder daarbij beïnvloed te zijn door andere factoren. Daarmee wordt de suggestie gewekt dat bepaalde culturen een primordiaal karakter hebben. Volgens primordalistes is etniciteit een natuurlijk fenomeen dat biologisch wordt bepaald, terwijl instrumentalistes beweren dat etniciteit een sociale constructie is die zelf door actoren kan worden vormgegeven.⁸⁴ Het tweede punt dat Barth noemt is dat bij een gedeelde cultuur wordt verondersteld dat etnische scheidslijnen ondoordringbaar zijn, terwijl deze juist fluïde zijn. Abner Cohen beticht Barth echter wel van primordalisme, omdat hij etnische kenmerken beschrijft als categorieën en daardoor verwijst naar de natuurlijke basis van de mens, oftewel de biologische bepaaldheid.⁸⁵ Erfgoed wordt ook regelmatig gebruikt voor de legitimering van naties.

⁸⁰ Hylland Eriksen, *Ethnicity*, 5.

⁸¹ Jan Ifversen 'Europe and European culture – a conceptual analysis' *European Societies* 4 (2002) 1, 1-26, aldaar 6 en 7.

⁸² Hylland Eriksen, *Ethnicity*, 67.

⁸³ *Ibidem*, 44.

⁸⁴ Timothy Baumann, 'Defining ethnicity' *The SAA archaeological record* 4 (2004) 4, 12-14, aldaar 13.

⁸⁵ Abner Cohen, *Urban ethnicity*, (New York 2014) 18.

Antropoloog Michael Dietler legt in zijn artikel: 'Our Ancestors the Gauls' uit hoe erfgoed kan worden gebruikt om een nationale identiteit te legitimeren. Als casus gebruikt hij hiervoor het standbeeld van Vercingetorix, een Keltische krijger die een opstand begon tegen het Romeinse leger. In 1865 gaf Napoleon III de opdracht om een standbeeld van de Keltische krijger te laten bouwen en bijna een eeuw later, in 1985, gaf president François Mitterrand bij dit beeld een speech. Mitterrand benadrukte tijdens deze speech dat Vercingetorix de grondlegger was van de Franse geschiedenis.⁸⁶ Erfgoed werd hiermee dus gebruikt om de Franse identiteit te versterken in een samenleving die steeds verder globaliseert en daarmee afziet van tradities en culturen.⁸⁷ Met andere woorden: erfgoed wordt gepolitiseerd om de Franse bevolking opnieuw met de natie te laten identificeren.

1.5. Stadsidentiteit en stadsimago

Het idee dat mensen zich identificeren met een stad wordt stadsidentiteit genoemd en vloeit voort uit sociale identiteit. Er zijn verschillende definities van dit concept in omloop. Volgens planoloog Kevin Lynch heeft stadsidentiteit betrekking op het bewustzijn van mensen. 'the extent to which a person can recognize or recall a place as being distinct from other places'.⁸⁸ Om precies te zijn richt stadsidentiteit zich volgens Lynch op de mate waarin een persoon kan aangeven, of herinneren, waarom de ene stad anders is van de ander. De definitie van hoogleraar sociale geografie Gert-Jan Hospers gaat nog verder: 'de zelfpresentatie van de stad of regio, uitgerukt in visuele en niet-visuele middelen om zich te profileren naar alle relevante doelgroepen'.⁸⁹ Hospers voegt de aspecten visueel en niet-visueel aan de definitie toe. Een belangrijk verschil tussen de identiteit van organisaties en steden is dat de laatstgenoemde is gebaseerd op beleving.⁹⁰

Stadsidentiteit heeft dus te maken met de eigenheid van een stad ten opzichte van andere steden. Het kan bijdragen aan loyaliteit, trots en binding onder de eigen

⁸⁶ Michael Dietler 'Our Ancestors the Gauls' *American Anthropologist* 96 (1994) 3, 584-605, aldaar 596.

⁸⁷ Dietler, 'Gauls', 595-596.

⁸⁸ Müge Riza, 'Naciye Doratli en Mukaddes Fasli 'Citybranding and Identity' *Social and Behavioral Sciences* 35 (2012), 293 – 300, aldaar 294.

⁸⁹ Elise van Dijk-Bettenhaussen *Handboek City-en Regiomarketing* (Groningen 2011) 70.

⁹⁰ Van Dijk-Bettenhaussen, *City-en Regiomarketing*, 70.

inwoners en omwonenden.⁹¹ Belangrijk om te vermelden is dat de identiteit van een stad of regio drie pijlers kent, namelijk sociaaleconomische waarden, fysieke-ruimtelijke waarden en creatieve waarden.⁹² De sociaaleconomische en creatieve waarden worden vormgegeven door dagelijkse gebruikers, oftewel de inwoners. De fysiek-ruimtelijke waarden door beleidsmakers en stadsingenieurs. Dankzij de definitie van Hospers, die zich richt op visuele en niet-visuele middelen, wordt de relatie tussen stadsidentiteit en erfgoed inzichtelijker. Erfgoed kan namelijk ook onderverdeeld worden in materieel erfgoed, dat zichtbaarheid krijgt in de vorm van monumenten, en immaterieel erfgoed, dat bestaat aan de hand van tradities en gebruiken. Een ander concept dat onlosmakelijk met stadsidentiteit verbonden is, maar beduidend een andere betekenis heeft, is stadsimago. Dit kan namelijk ver afwijken van de gewenste stadsidentiteit.

Stadsimago is zowel terug te zien binnen de stadsidentiteit als in 'city branding' en bevindt zich op het snijvlak tussen deze twee concepten.⁹³ Het dominante imago van een stad wordt namelijk bepaald aan de hand van fysiek-ruimtelijke factoren als monumentale gebouwen, publieke ruimtes en bekende organisaties.⁹⁴ In het geval van 'branding' worden deze elementen gebruikt in een marketingproces, waarbij steden een identificeerbaar imago proberen te creëren.⁹⁵ De vraag is echter wat imago precies betekent? De definitie in dit onderzoek richt zich op die van Henry Assael: The term image generally refers to 'a compilation of beliefs, and impressions based on information processing from a variety of sources over time, resulting in an internally accepted mental construct.'⁹⁶ Daarmee richt de definitie zich op een verzameling van overtuigingen en impressies uit verschillende bronnen die een eigen mentale representatie ontwikkelen. Bij imago-studies van steden en andere regio's wordt zowel

⁹¹ Van Dijk-Bettenhausen, *City-en Regiomarketing*, 70.

⁹² Ibidem, 70.

⁹³ Riza, Doratli en Fasli 'Identity', 293.

⁹⁴ Andre Jansson 'The Negotiated City Image: Symbolic Reproduction and Change through Urban Consumption' *Urban Studies* 40 (2003) 3, 463-479, aldaar 465.

⁹⁵ Riza, Doratli en Fasli 'Identity', 294.

⁹⁶ Kelly J. MacKay en Daniel R. Fesenmaier 'Pictorial element of destination in image formation' *Annals of tourism research* 24 (1997)3, 537-565, aldaar 538.

gekeken naar cognitieve als affectieve elementen, oftewel naar de persoonlijke interpretatie van iemand en wat diegenen van binnen voelt.⁹⁷

De affectieve elementen sluiten aan bij het door planoloog Clinton Andrews gedefinieerde concept 'kwaliteit van een plaats'. Zelf beschrijft hij de 'kwaliteit van een plaats' als: 'a feeling of well-being, fulfilment or satisfaction on the part of residents or visitors to that place'.⁹⁸ Daarmee richt het zich dus op het welbevinden van mensen in een bepaalde omgeving. De cognitieve en affectieve invalshoeken vormen dichotomieën van elkaar binnen de academische literatuur.⁹⁹ Seyhmus Balogu stelt dat er momenteel veel onderzoek wordt gedaan naar de invloed die bekendheid heeft voor het imago van een stad. Imago-variaties worden volgens deze studies veroorzaakt door verschil in bekendheid. De kans is groter dat het imago van een bestemming kan veranderen, wanneer het vaker door mensen is bezocht. Momenteel wordt er onderzoek gedaan naar deze uitkomsten.

Het staat vast de grootscheepse culturele evenementen van invloed zijn op het imago van een stad. Dit heeft Glasgow tijdens de benoeming van de Culturele Hoofdstad van Europa ondervonden. Meer details over het titeljaar in Glasgow zullen aan bod komen in hoofdstuk 2. Voor nu richt het onderzoek zich op de imago-campagnes die de stad heeft ondernomen en ook van toepassing zijn op andere steden. De eerste campagnes van Glasgow waren gericht om het imago van de stad überhaupt op de kaart te zetten, omdat het in eerste instantie geen stad was die internationaal bekend was. In de aanloop van het titeljaar werd getracht om het imago zo om te buigen dat het negatieve industriële karakter van de stad zou plaatsmaken voor een stad met cultureel uiterlijk. Onderzoek van Ronan Paddison wijst echter uit dat imago-campagnes niet per definitie hoeven te leiden tot economische voordelen.¹⁰⁰

⁹⁷Greg Richards en Julie Wilson, 'The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001' *Urban Studies*, 41 (2004) 10, 1931-1951, aldaar 1934.

⁹⁸Clinton J. Andrews 'Analyzing quality-of-place' *Environment and Planning B: Planning and Design* 28 (2001) 2, 201-217, aldaar 201.

⁹⁹Richards en Wilson, 'The Impact', 1934.

¹⁰⁰Ronan Paddison 'City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration' *Urban Studies*, 30 (1993) 2, 339-350, aldaar 348.

1.6. 'Place branding' en 'city branding'

Als onderdeel van 'placemarketing' richt 'place branding' zich op het toepassen van branding-technieken om economische, politieke en culturele ontwikkeling te stimuleren in steden, regio's en landen.¹⁰¹ 'city branding' is daar een onderdeel van, omdat dit concept zich uitsluitend richt op het 'branden' van steden. Voor de verheldering van de begrippen 'brand' en 'branding' zullen nu eerst verschillende definities worden gegeven. Volgens marketingdeskundige Peter Bennet vertegenwoordigt een 'brand', oftewel een merk, goederen en diensten: 'In this regard, a brand is defined as a term that identifies goods and services to differentiate them from competitors.'¹⁰² 'Brands' worden door ontwikkelaars toegepast om goederen en diensten van anderen te onderscheiden en daarmee een gunstigere marktpositie te creëren. Andere definities richten zich meer op organisaties dan op steden en stellen dat 'brands' symbolische waarden vertegenwoordigen die organisaties willen uitstralen.¹⁰³ Oftewel, een 'brand' staat voor de identiteit van een organisatie.

Brands zijn daarnaast ook van toepassing op plaatsen en regio's.¹⁰⁴ Dit wordt 'place branding' en werd voor het eerste in de jaren negentig gebruikt, waardoor het relatief nieuw concept is. De kern van 'place branding' is dat de markt het referentiepunt voor regio's ging vormen. Hierdoor raakten zij betrokken in een concurrentiestrijd met andere actoren om zoveel mogelijk toeristen, winkeliers en ondernemers aan te trekken. Dan is het nog zaak om een heldere definitie van de term 'branding' te geven. 'Branding' is het toekennen van een identiteit aan een product, stad of organisatie.¹⁰⁵ 'Branding' is dus een manier om naamsbekendheid te creëren. Steden maken vaak gebruik van erfgoed om zich te profileren. Cultuurhistorische objecten spreken tot de verbeelding en roepen snel associaties bij mensen op.

Het renovatieproject genaamd 'Skopje 2014' is een duidelijk voorbeeld van de manier waarop erfgoed kan worden gebruikt als brandingsinstrument. Met steun van

¹⁰¹ Elyria Kemp, Carla Y. Childers en Kim H. Williams 'Place branding: creating self-brand connections and brand advocacy' *Journal of Product & Brand Management* 21 (2012) 7, 508-515, aldaar 508.

¹⁰² Mar Gómezea ea., 'City branding in European capitals: An analysis from the visitor perspective' *Journal of Destination Marketing & Management* 11 (2016) 1, 1-12, aldaar 2.

¹⁰³ Gómezea ea., 'City branding' 2.

¹⁰⁴ Ibidem, 2.

¹⁰⁵ Mihalis Kacaratzis en Gregory Ashworth 'From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands' *Place Branding and Public Diplomacy* 1 (2004) 1, 58-73, aldaar 510.

de Macedonische overheid werd er in 2014 een grootscheeps renovatieproject gestart in de hoofdstad Skopje. De stad kreeg er verschillende nieuwe gebouwen bij, waaronder een nationaal theater, drie overheidsgebouwen, een zakencentrum, een kerk, drie musea, twee hotels, een triomfboog en meer dan twintig nieuwe bronzen en marmeren beelden.¹⁰⁶ Al deze gebouwen zijn gebaseerd op het neoclassicisme en barok. Dit wekte bij veel inwoners argwaan, omdat het communistische tijdperk uit de Macedonische geschiedenis niet in het erfgoed was opgenomen.¹⁰⁷ Dit gold ook voor de geschiedenis van de Albanen en moslims die compleet in het renovatieproject achterwege werden gelaten. In plaats daarvan werden alleen standbeelden van westerse figuren in de stad geïnstalleerd, zodat de stad een westerse identiteit kreeg die veel toeristen moest aanspreken.

Nu de concepten 'brand' en 'branding' aan bod zijn gekomen, zal dieper op het kernconcept 'city branding' worden ingegaan. Dit concept focust zich op drie kernpunten, namelijk imago, uniciteit en authenticiteit.¹⁰⁸ Deze vertonen raakvlakken op een aantal punten, maar behelzen ook nuanceverschillen. Imago is de positieve of negatieve benadering van hoe een plaats wordt gezien door individuen, uniciteit richt zich op wat exclusief toebehoort aan een dorp of stad en authenticiteit richt zich op het oorspronkelijke. Het doel van 'city branding' is om de merknaam van de stad te vergroten op nationaal en internationaal vlak. 'city branding' is op twee niveaus van elkaar te onderscheiden, namelijk in ruime en enge zin.¹⁰⁹ Het eerste niveau richt zich op vrijwel alle associaties die het merk zou moeten oproepen en staat dus gelijk aan identiteit. Het tweede richt zich op het uitwerken en ontwikkelen van nieuwe onderdelen zoals logo's, motto's en promotiecampagnes.

In het voorafgaande is beschreven dat 'city branding' in ruime zin alle associaties van een stad vertegenwoordigt. Erfgoed roept bij veel mensen associaties op, dus dit is een instrument dat wordt gebruikt om de merknaam van een stad te vergroten. Nu is het de vraag wat de meest geschikte definitie van 'city branding' is voor dit onderzoek. Daarvoor is gekozen om de definitie van Li Zhang en Simon Xiaobin Zhao aan te houden.

¹⁰⁶ Andrew Graan, 'Counterfeiting the Nation? Skopje 2014 and the Politics of Nation Branding in Macedonia' *Cultural Anthropology* 28 (2013) 1, 161-179, aldaar 161.

¹⁰⁷ Graan, 'Counterfeiting', 161.

¹⁰⁸ Van Dijk-BettenHaussen *City-en Regiomarketing*, 106.

¹⁰⁹ Ibidem, 107.

Simon en Zhao omschrijven 'city branding' als het totaalpakket van geschiedenis, erfgoed, architectuur, cultuur, economische en sociale groei die worden genoemd om aan mensen te verkopen.

City branding has to be concerned with how culture and history, economic growth and social development, infrastructure and architecture, landscape and environment, among other things, can be combined into a saleable identity that is acceptable to all people.¹¹⁰

Ook hier weer is dat zien dat 'city branding' nauw verbonden is met stadsidentiteit, omdat geschiedenis, cultuur en architectuur de identiteit van een stad bepalen.

1.7 Deelconclusie

Het hoofdstuk heeft duidelijk proberen te maken dat de concepten erfgoed, identiteit en city-regiomarketing allemaal met elkaar verweven zijn. Erfgoed kan namelijk worden gebruikt als instrument om naties, culturen, of etniciteiten te legitimeren, terwijl marktstrategen erfgoed in het brandingsproces gebruiken om een identiteit te creëren. De legitimering van naties, culturen of etniciteiten vindt meestal plaats om politieke keuzes te verantwoorden, of om te verwijzen naar tradities die al lang zouden bestaan, wat ook wel 'uitgevonden tradities' worden genoemd. Het gebruiken van erfgoed als marketinginstrument wordt gedaan om naamsbekendheid te vergroten en daardoor toeristen, studenten, bedrijven, ondernemers en andere sociale actoren aan te trekken. Het aantonen van deze onderlinge verwevenheid is het voornaamste doel geweest van dit theoretisch kader.

Wat dit theoretisch kader nog meer duidelijk heeft proberen te maken, is dat er in de academische wereld vaak geen sluitende definitie bestaat voor complexe concepten. Dit heeft het concept erfgoed duidelijk gemaakt. Sommige theoretici kiezen voor een brede, terwijl anderen weer een specifieke definitie kiezen. Het probleem bij brede definities is dat deze te abstract worden en vrijwel alles kunnen omvatten. Specifieke definities kunnen op hun beurt juist weer een aantal relevante zaken uitsluiten, die bij een brede definitie wel worden opgenomen. De definitie voor dit

¹¹⁰Li Zhang & Simon Xiaobin Zhao 'City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing' *Cities* 26(2009) 5, 245-254, aldaar 246.

onderzoek sluit logischerwijs ook aan bij het type onderzoek en richt zich op de rol die erfgoed speelt in het behartigen van hedendaagse politieke, economische en culturele behoeftes.

Tot slot is het van belang om kort stil te staan bij datgene wat in het volgende hoofdstuk aan de orde zal komen. Nu de theoretische concepten in hoofdstuk 1 aan de orde zijn gekomen, zal in hoofdstuk 2 aandacht worden besteed aan de casus Culturele Hoofdstad van Europa. In de culturele initiatieven van Utrecht noemen de initiatiefnemers erfgoed dat onlosmakelijk is verbonden met de stad. Een concreet voorbeeld hiervan is de Sint Maartentraditie, Nijntje of de Utrechtse Caravaggisten. Meer achtergrond informatie over de desbetreffende culturele initiatieven zullen in hoofdstuk twee en hoofdstuk drie aan de orde komen.

2. Utrecht als kandidaat voor de Culturele Hoofdstad van Europa 2018

2.1 Alles in het teken van de culturele hoofdstad

In hoofdstuk 2 wordt aandacht besteed aan het eerste culturele initiatief van de onderzoeksvraag, namelijk Culturele Hoofdstad van Europa. Om te beginnen wordt in paragraaf 2.2 een beschrijving gegeven van de cultuurpolitiek van de EU. Het startpunt van deze beschrijving vormt het Verdrag van Maastricht uit 1991 en eindigt met hedendaagse erfgoedpolitiek. Met erfgoedpolitiek in deze zin worden de strategieën bedoeld die beleidsmakers hanteren om bijvoorbeeld het Europese identiteitsbesef te vergroten. Uit de beschrijving zal blijken dat deze strategieën voornamelijk bottom-up zijn vormgegeven. Daarnaast wordt in deze paragraaf een definitie gegeven van cultuur, want ook dit concept kent verschillende definities. De definitie die in dit onderzoek zal worden gebruikt heeft een hegemoniaal karakter, omdat het zich richt op hoe autoriteiten zoals de media, politici en sommige academici cultuur zien.

Vervolgens zal in paragraaf 2.3 dieper worden ingegaan op geschiedkundige context van het project Culturele Hoofdstad van Europa. Allereerst zal het ontstaan van het Europese initiatief aan de orde komen en de relatie die het heeft met erfgoed. Dit is een essentieel onderdeel, aangezien dit onderzoek het karakter heeft van een erfgoedstudie. Wat deze beschrijving nog meer duidelijk zal maken is dat de manier

waarop het project door steden werden ingevuld niet altijd voldeden aan de verwachtingen van de EU. Vervolgens zal de aanstelling van Glasgow worden besproken, omdat het de eerste niet-culturele stad was met een nominatie. Daarmee raakte de Europese dimensie meer op de achtergrond. In de jaren negentig ontstond hier een trend van, die gedetailleerde aan bod zal komen in de desbetreffende paragraaf. Ten slotte zullen in deze paragraaf de spelregels en beoordelingscriteria worden besproken, die door de EC zijn vastgesteld.

In paragraaf 2.4 zal de inhoud van het nominatiedossier Utrecht 2018 aan bod komen. Elke stad die zich kandidaat stelt voor het project dient een nominatiedossier te ontwikkelen en een presentatie te geven die door een commissie wordt beoordeeld. Het nominatiedossier van Utrecht genaamd: *Trust your Future, Create your City* werd gesteund door de provincie Utrecht, gemeente Utrecht en Stichting Vrede van Utrecht 300 jaar. Zoals de naam doet vermoeden speelde het dossier in op een positieve toekomst, met een sterke rol voor de EU. In paragraaf 2.5 zal blijken dat de Vrede van Utrecht centrale rol inneemt binnen het nominatiedossier Utrecht 2018.

2.2 Cultuurpolitiek van de Europese Unie

Dankzij de ondertekening van het Verdrag van Maastricht in 1991 evolueerde de Europese Gemeenschappen in de huidige EU. Volgens de ondertekenaars van het verdrag zou een nieuwe fase zijn bereikt in het creëren van een unie tussen mensen en Europa. Dit uitte zich onder anderen in een beleid dat zich meer zou toespitsen op het bevorderen van culturele bloei. Dit wordt verduidelijkt aan de hand van beleidsartikel 151 (ex Article 128): 'De Gemeenschap draagt bij tot de ontplooiing van de culturen van de lidstaten onder eerbiediging van de nationale en regionale verscheidenheid van die culturen, maar tegelijk ook de nadruk leggend op het gemeenschappelijk cultureel erfgoed'.¹¹¹ Door culturele bloei te bevorderen hoopt de EU het unificatieproces onder lidstaten te kunnen versnellen. De voorlopers van de EU probeerden dit te realiseren door de economische groei van lidstaten te verbeteren.¹¹²

¹¹¹ EUR-Lex, 'Verdrag tot oprichting van de Europeese Gemeenschap' <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1496836140601&uri=CELEX:12002E151> (7 juni 2017).

¹¹² Chris Shore, *Building Europe: The cultural politics of European integration* (Londen 2013).

Beleidsartikel 151 is het fundament geweest van het concept: ‘in verscheidenheid verenigd’, dat sinds 2000 officieel het motto van de EU is.¹¹³ De betekenis van dit concept is dat de lidstaten van de EU toewerken naar eenheid, zonder daarbij de culturele diversiteit van de natiestaten te verwaarlozen. Met dit concept probeert de EU aan te tonen dat de cultuurpolitiek van onderop is gevormd, terwijl het in feite nog altijd van bovenaf wordt opgelegd. De vraag die nu onbeantwoord blijft is wat er precies wordt bedoeld met cultuur als EU-leden deze term gebruiken? Cultuur in deze paragraaf richt zich onder anderen op kunst, theater, opera, literatuur en erfgoed.¹¹⁴ Hoewel definities over cultuur veel breder getrokken kunnen worden, wordt dit hegemoniale discours door EU-leden gebruikt om Europese bewustwording te kweken. Naast de EU wordt deze definitie ook door autoriteiten als de media, nationale politici en sommige academici gebruikt.¹¹⁵

Door bewustwording te kweken hopen EU-leden het proces van Europese integratie te vergemakkelijken. De drijfkracht achter het bewustwordingsproces zijn volgens Chris Shore de: ‘Agents of Consciousness’.¹¹⁶ Zij omvatten alle objecten en krachten die Europa vertegenwoordigen. Hierbij kan gedacht worden aan de vrije markt, EU-wetten, EU-symbolen, de Euro, maar bijvoorbeeld ook het metriekstelsel dat tijdens het bewind van Napoleon werd ingevoerd. Deze voorbeelden proberen duidelijk te maken dat het hier kan gaan om zowel materiele als immateriële zaken. Als onderdeel van cultuurpolitiek is het nu interessante om te kijken welke strategieën de EU hanteert op gebied van erfgoedpolitiek. Daarvoor richt het onderzoek zich op het artikel: ‘The EU’S explicit and implicit heritage politics’. Tuuli Lähdesmäki beschrijft hierin vijf verschillende beleidsterreinen, die gestimuleerd kunnen worden aan de hand van erfgoed. Dit zijn: Europese integratie, beeldvorming, educatie, governmentality en de economie.¹¹⁷

De EU tracht Europese integratie te verwezenlijken door transnationaal erfgoed te creëren waar alle inwoners van de lidstaten zich mee kunnen identificeren. Daarmee

¹¹³ Europese Unie, ‘Het motto van de EU’ (versie: 7 juni 2017) https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/motto_nl (7 juni 2017).

¹¹⁴ Shore, *Europe*, 20.

¹¹⁵ Ibidem, 23.

¹¹⁶ Ibidem, 26.

¹¹⁷ Tuuli Lähdesmäki ‘The EU’S Explicit and Implicit Heritage Politics’ *European Societies* 16 (2014) 3, 401–421, aldaar 407.

hoopt de EU om het 'Europagevoel' op de eerste plaats te krijgen boven een nationaalgevoel.¹¹⁸ De culturele diversiteit wordt in de beleidstukken van de EU voorgeteld als een probleem dat opgelost dient te worden. Dit probeert de EU te doen door de nationale, regionale en lokale geschiedenis van erfgoed te Europeaniseren, oftewel door er een Europese dimensie aan toe te voegen.¹¹⁹ Vertegenwoordigers van de EU vinden het zorgwekkend als er te veel aandacht uitgaat naar nationale geschiedenis. Dit kan namelijk leiden tot nationalistische sentimenten en dat kan worden voorkomen door de Europeanisering van erfgoed.

Het is bekend dat erfgoedsites over het algemeen positieve herinneringen en associaties opbrengen. Daar speelt de EU op in door erfgoed te creëren, die het imago van de EU versterken. Om dit voor elkaar te krijgen worden symbolen van de EU aangebracht op erfgoedsites en communicatiemiddelen, zodat bezoekers weten dat de EU er een aandeel in heeft.¹²⁰ Educatie richt zich op het onderwijzen van jonge mensen als waardevolle Europese burgers. Onderwijzers dienen onderwerpen aan te snijden over erfgoed, collectief geheugen en geschiedenis, die raakvlakken hebben met hedendaagse ervaringen over de EU. Governmentality richt zich op machtsrelaties en wordt binnen de erfgoedpolitiek het duidelijkst zichtbaar door structuren van onderaf.¹²¹ Het idee creëren dat iets bottom-up lijkt leidt ertoe dat betrokken actoren het gevoel hebben dat zij invloed kunnen uitoefenen. Het laatste agendapunt richt zich op erfgoed en economie.

Gregory J. Ashworth omschrijft erfgoed als hedendaags handelswaar dat wordt gecreëerd naar de behoefte van consumenten. Dit proces hoeft niet geheel op het conto van erfgoed te worden geschreven, omdat muziek en de kunsten hetzelfde proces hebben doorgemaakt.¹²² Economie en erfgoed zijn daarom onlosmakelijk met elkaar verbonden. De strategieën van de EU richten zich op het stimuleren van cultuurtoerisme en culturele industrieën, waar regio's in zijn geheel van kunnen profiteren. Met name het stimuleren van culturele markten behoort tot de strategie van

¹¹⁸ Lähdesmäki 'Heritage Politics' 409.

¹¹⁹ Ibidem, 409.

¹²⁰ Ibidem, 409.

¹²¹ Ibidem, 410.

¹²² Gregory J. Ashworth *From history to heritage – from heritage to identity. In search of concepts and models* in: G. J. Ashworth en P. J. Larkham (eds), *Building a New Heritage. Tourism, Culture and Identity in the New Europe*, (Londen 1994) 16.

de EU.¹²³ Economische agenda's zijn echter ondergeschikt aan culturele binnen de erfgoedpolitiek. In de volgende paragraaf zal de aandacht uitgaan naar het initiatief Culturele Hoofdstad van Europa, omdat dit project het product is van de hierboven beschreven cultuurpolitiek

2.3 Culturele Hoofdstad van Europa

Op initiatief van de Griekse minister Melina Mercouri in 1985 werd het project Culturele Hoofdstad van Europa, dat toen nog 'European City of Culture' heette, in het leven geroepen.¹²⁴ De bedoeling van dit project in eerste instantie was om meer te doen met cultuur, omdat hier te weinig mee werd gedaan. Daarnaast wilden beleidsmakers af van het economische imago van de unie.¹²⁵ Hetgeen dat in de beginfase op gebied van cultuur werd ondernomen had betrekking op symbolische aangelegenheden, zoals het ontwikkelen van een Europese vlag, volkslied en Europese kalender.¹²⁶ Later werd het project ingezet met de bedoeling om een Europese gemeenschappelijke identiteit te creëren. De agenda hierachter is dat bewustwording van een gemeenschappelijke identiteit zal leiden tot verbondenheid en daardoor een groter draagvlak voor Europese integratie. In plaats daarvan werd het project gebruikt om positieve media-aandacht te krijgen, het imago te verbeteren en internationaal op de kaart te worden gezet.

De EC, oftewel de uitvoerende macht van de Europese Unie, is verantwoordelijk voor het vastleggen van de spelregels van het project. De kandidaten moeten een cultureel plan maken dat speciaal is ontworpen voor het Europese jaar. Vervolgens moet het programma openlijk gepubliceerd worden, consistent zijn met nationaal en regionaal beleid en logischerwijs de duur van een jaar hebben, mits de kandidaten goede redenen hebben dit in te korten.¹²⁷ Bij de beoordeling van het plan kijken de juryleden voornamelijk naar de Europese dimensie en Stad en Burgers dimensie. Kandidaten moeten in hun plan aangeven hoe cultuur, erfgoed en geschiedenis van hun stad zich verhoudt tot Europa en hoe het plan de culturele en sociale ontwikkeling op

¹²³ Lähdesmäki 'Heritage Politics', 413.

¹²⁴ Immler en Sakkars, 'European Capitals of Culture', 4.

¹²⁵ Ibidem, 4.

¹²⁶ Tuuli Lähdesmäki 'Discourses of Europeanness in the reception of the European Capital of Culture events: The case of Pécs 2010' *European Urban and Regional Studies* 21 (2014) 2, 191– 205, aldaar 193.

¹²⁷ EUR-Lex, 'BESLUIT Nr. 1622/2006/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 24 oktober 2006' <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=celex%3A32006D1622> (7 juni 2017).

lange termijn kan garanderen.¹²⁸ De EU wil hiermee de burgers laten inzien dat zij een gedeelde Europese identiteit hebben, maar ook steden helpen met het versterken van hun imago.¹²⁹

Meerdere edities van het initiatief hebben aangetoond dat de promotie van lokale en regionale aangelegenheden hand in hand gaan met Europese integratie.¹³⁰ Bij het bewustzijn van een Europees verleden zullen burgers zich meer Europeaan voelen en daardoor sneller geneigd zijn om soevereiniteit uit handen te geven. In de beleidstukken worden alle termen over de natie bewust achterwege gelaten, want dit verzwakt het integratieproces.¹³¹ Daarnaast behoort het concept culturele diversiteit ook tot de strategieën van de EU. Besluit 649/2005/EG stelt dat het initiatief als doel heeft om: 'de rijkdom, de verscheidenheid en de gemeenschappelijke kenmerken van de Europese culturen voor het voetlicht te brengen'.¹³² Hoewel je zou verwachten dat culturele diversiteit juist de tegenpool is van eenheid, wordt hier op subtiële wijze gezegd dat het als doel heeft om een Europese cultuur te verwezenlijken.¹³³ Dit omdat de gemeenschappelijke kenmerken van de culturen een verbindende factor zijn.

Het Europees Parlement en de Europese Raad maken er overigens geen geheim van dat ze Europese integratie nastreven: 'overwegende dat dit initiatief belangrijk is zowel voor de versterking van de lokale en regionale identiteit, als voor de Europese integratie'.¹³⁴ Wat de edities van het initiatief nog meer hebben aangetoond is dat onbekende steden bij het behalen van de titel de mogelijkheid hebben om hun stad meer naamsbekendheid te geven, oftewel te 'branden'. Voor steden die achterlopen kan een titel zorgen voor positieve publiciteit, waarmee zij hun imago kunnen verbeteren. Hier dient het voorbeeld van Glasgow zich aan, dat in sterke mate heeft geprofiteerd

¹²⁸ Eu-recht en -publicaties 'BESLUIT Nr. 1622/2006/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD' <https://publications.europa.eu/nl/publication-detail/-/publication/7fb8e3ef-822e-4a02-98a4-57a240c1cce2> (21 juni 2017).

¹²⁹ Tuuli Lähdesmäki, 'Europeanness' (2014), 191.

¹³⁰ Tuuli Lähdesmäki, 'European Capitals of Culture as Cultural Meeting Places - Strategies of representing Cultural Diversity' *Nordisk Kulturpolitisk Tidskrift* 13 (2010) 01, 27-43, aldaar 30.

¹³¹ Lähdesmäki, 'European Capitals', 32.

¹³² Eu-recht en -publicaties 'BESLUIT Nr. 1622/2006/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD' <https://publications.europa.eu/nl/publication-detail/-/publication/7fb8e3ef-822e-4a02-98a4-57a240c1cce2> (21 juni 2017).

¹³³ Lähdesmäki, 'European Capitals', 32.

¹³⁴ EUR-Lex 'BESLUIT 1419/1999/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 25 mei 1999' <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31999D1419&from=NL> (21 juni 2017).

van het initiatief. In de geschiedenis van het project was de aanstelling van Glasgow een keerpunt, omdat het de eerste stad was zonder culturele attracties¹³⁵ Glasgow werd uitgekozen omdat het plannen had om een culturele stad te worden.

Uit onderzoek is gebleken dat Glasgow in de aanloop van het project en tijdens het titeljaar een positiever imago kreeg. Dit imago verdween echter weer snel toen het titeljaar was afgelopen. Dit betere imago leidde voornamelijk tot economische succes, waarbij de stad meer toeristen en investeerders wist aan te trekken.¹³⁶ De imago-campagnes, waaronder het initiatief, werden in deze tijd snel gesteund door de overheid omdat statistieken hadden uitgewezen dat de uitgaves van toeristen nieuwe beroepssectoren stimuleerden.¹³⁷ Daardoor leverde het geld op en creëerde tegelijkertijd nieuwe banen. In totaal werd £40 tot £47 miljoen opgehaald die alleen uit inkomsten van toeristen bestonden. Rotterdam was een van de steden die het voorbeeld van Glasgow opvolgende met een aanstelling in 2001. Op gebied van cultuur heeft het altijd in de schaduw van Amsterdam gestaan en daar wilde het verandering in brengen. Vernieuwend aan Rotterdam was dat het zich profileerde als stad met moderne architectuur.¹³⁸

Daarnaast maakte Rotterdam als een van de eerste steden gebruik van marketingtechnieken op gebied van cultuur. In plaats van subsidies van de Nederlandse overheid aan te nemen probeerden zij te concurreren op de markt met andere culturele instellingen.¹³⁹ Een studie naar de beeldvorming van Rotterdam wees uit dat de moderne architectuur en het water het meest bij de mensen bleef hangen. Rotterdam werd door de bezoekers omschreven als werkstad, multiculturele stad, dynamische stad en internationale stad.¹⁴⁰ Het succes van het project voor de culturele sector in Rotterdam valt in cijfers te verklaren door een toeristenopbrengst van €105 miljoen tegenover €24 miljoen aan uitgaves.¹⁴¹ In dit onderzoek staat niet Rotterdam, maar

¹³⁵ Wilson en Julie Wilson, 'The Impact', 1937.

¹³⁶ Mark Boyle en George Hughes, 'The Politics of the Representation of 'the Real': Discourses from the Left on Glasgow's Role as European City of Culture, 1990' *Area*, 23 (1991) 3, 217-228, aldaar 220.

¹³⁷ Boyle en George Hughes, 'The Politics' 220.

¹³⁸ Richards Wilson en Wilson, 'The Impact', 1938.

¹³⁹ *Ibidem*, 1938.

¹⁴⁰ *Ibidem*, 1941.

¹⁴¹ *Ibidem*, 1944-1945.

Utrecht centraal die voor het jaar 2018 meedeed als kandidaat. Welke pogingen Utrecht heeft genomen om de titel behalen zal in paragraaf 2.4 worden besproken.

2.4 Utrecht 2018

Utrecht stelde zich samen met Den Haag, Leeuwarden, Eindhoven en Maastricht kandidaat om in 2018 de felbegeerde titel: 'Culturele Hoofdstad van Europa' te mogen dragen. De programmaliijnen van het Utrechtse dossier komen neer op: Habitat, Playground en Crossroads.¹⁴² De eerste lijn richt zich op de stad en haar fysieke en sociale omgeving, de tweede op de stad als open speelplek waar talent en cultuur zich kunnen ontplooiën en de derde op de stad als ontmoetingsplek, waarbij wordt nagedacht over het doorgeven van verhalen over erfgoed. Met name het laatste programma is interessant voor dit onderzoek, omdat erfgoed daarin een centrale rol speelt. Het eerste initiatief dat door de programmaliijn Crossroads wordt genoemd is het verbinden tussen gaming en erfgoed. Utrecht wilde op tien erfgoedlocaties een audiovisuele dimensie implementeren, wat inhoudt dat bezoekers met een Virtual Reality bril zich in de middeleeuwen konden wanen. Het tweede initiatief dat betrekking had op erfgoed was de Limestrein.¹⁴³

Er zou een Limestrein worden gerealiseerd tussen Utrecht en Keulen als Utrecht de nieuwe Culturele Hoofdstad van Europa zou worden. Deze trein zou langs de voormalige Limes rijden en stoppen bij Arnhem en garnizoensstad Nijmegen. Wat deze trein zo bijzonder maakt is dat er een tentoonstelling op aanwezig zou zijn met voorwerpen die langs de limes zijn gevonden. Een ander initiatief was het realiseren van een speciale plattegrond die is te zien in het nominatiedossier, waarop tien erfgoedlocaties werden getoond die in de stad en de provincie zouden kunnen worden bezichtigd. De organisatie van het hele project komt naar op €65 miljoen, waarvan €28 miljoen is gefinancierd door de gemeente en de provincie en de rest aan sponsorgeld. Er volgt nu een specificatie van de kosten met betrekking tot de culturele evenementen, die in tabel 1 en 2 worden getoond.

¹⁴² Nominatiedossier Utrecht, 'Bidboek 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (Utrecht 2012) 44.

¹⁴³ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidboek 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (Utrecht 2012) 190.

Tabel 1 Kostprijzen gemeente Utrecht Culturele Hoofdstad van Europa 2018.¹⁴⁴

In de onderstaande tabel worden de initiatieven beschreven die de gemeente voor een deel heeft gefinancierd en in de toekomst zou financieren voor het project.

Jaar	KuS	Culturele Zondagen	Wijkcultuur	Cultuur - Productie	Cultuurprogramma	Projecten educatie, erfgoed	Totaal
2013	€250,-	€100,-	-	-	-	-	€350,-
2014	€250,-	€100,-	-	-	-	-	€350,-
2015	€250,-	€100,-	-	-	-	-	€350,-
2016	€250,-	€100,-	-	-	-	-	€350,-
2017	€250,-	€200,-	€100,-	€675,-	€750,-	€1000,-	€2975,-
2018	€250,-	€400,-	€400,-	€2700,-	€3000,-	€3000,-	€9750,-
Totaal	€1500,-	€1000,-	€500,-	€3375	€3750,-	€4000,-	Totaal €14.125

Tabel 2 Kostprijzen provincie Utrecht Culturele Hoofdstad van Europa 2018.¹⁴⁵

In de onderstaande tabel zijn de investeringen die de provincie en omliggende gemeentes tussen 2003 en 2012 al hadden uitgevoerd en van plan waren om in 2013-2018 uit te voeren.

Categorie	2003-2012	2013-2018	Totaal
Culturele infrastructuur	€111.000,-	€68.000,-	€179.000,-
Cultureel erfgoed	€97.000,-	€7000,-	€104.000,-
Totaal	€208.000,-	€75.000,-	€283.000,-

Wat opvalt aan deze gegevens is dat erfgoed in de eerste tabel het hoogst wordt ingeschaald en in de tweede tabel ook veel kosten met zich meebrengt. Dat betekent dat erfgoed een belangrijke rol inneemt in het project dat Utrecht organiseert. Steden die zichzelf willen profileren als culturele centra zijn genoodzaakt om aantrekkelijke culturele voorzieningen aan te bieden. Dus steden met veel erfgoed maken meer kans om de 'creatieve klasse' aan te trekken.¹⁴⁶ Deze klasse is hoofdvantwoordelijk voor de economische groei en de leden ervan bestaan uit universiteitsprofessoren, dichters,

¹⁴⁴ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidboek 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (11 juni 2017) 224.

¹⁴⁵ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidboek 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (11 juni 2017) 230.

¹⁴⁶ Beatriz Garcia 'Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future' *Local economy* 19 (2004) 4, 312-326, aldaar 323.

acteurs, ingenieurs, schrijvers en architecten.¹⁴⁷ Om deze mensen aan te trekken speelt imago wederom weer een belangrijke rol. De communicatiestrategie uit het nominatiedossier schrijft voor dat Utrecht zich wil profileren als jonge stad die op internationaal niveau een aantrekkelijk handelspartner wil zijn. Daarnaast moet het een stad zijn voor alle Utrechter en niet alleen voor een bevoorrechte groep.¹⁴⁸

Wat betreft de Europese dimensie speelt de Vrede van Utrecht de meest prominente rol in het nominatiedossier. De initiatiefnemers van het nominatiedossier en de Universiteit Utrecht hebben samen het idee bedacht om de zogenaamde 'Utrecht Principles' op te stellen. In totaal zijn er drie principes, waarvan de eerste zich richt op het respect voor culturele, etnische en religieuze diversiteit.¹⁴⁹ In beleidstukken worden deze concepten vaak genoemd en dat leidt ertoe dat ze door kandidaten worden overgenomen.¹⁵⁰ Dit omdat de beleidsbepalers suggereren dat zij culturele verschillen accepteren, maar zoals het citaat uit paragraaf 2.4 laat zien verwijzen Commissieleden bij deze term ook naar Europese eenwording.¹⁵¹ Het tweede principe richt zich op de kracht van kunst en meertaligheid voor sociale duurzaamheid, oftewel: kunst en meertaligheid worden gebruikt om langdurig in harmonie met elkaar samen te leven. Het laatste principe richt zich op de uitwisseling van kennis ten behoeve van maatschappelijke samenhang en vernieuwing.

De jury die het nominatiedossier en de presentatie moesten beoordelen bestond in totaal uit dertien personen. Zes hiervan werden aangewezen door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen en zeven door de EC. Deze personen waren afkomstig uit allerlei afdelingen van de culturele sector, waaronder podiumkunsten, musea en de filmindustrie.¹⁵² Volgens het beoordelingsrapport van de jury was het nominatiedossier goed gestructureerd, gaf het duidelijk inzicht over het functioneren

¹⁴⁷ Richard Florida, 'The rise of the creative class' *The Washington Monthly* 34 (2002) 2 15-25, aldaar 18.

¹⁴⁸ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (17 juni 2017) 253.

¹⁴⁹ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (11 juni 2017) 32-33.

¹⁵⁰ Lähdesmäki, 'European Capitals', 31-32.

¹⁵¹ Ibidem, 32.

¹⁵² Kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 'Q & A Utrecht kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 2018' https://www.provincie-utrecht.nl/algemene-onderdelen/zoeken/?zoeken_term=culturele+hoofdstad+van+europa (11 juni 2017).

van het project en stuurde het aan op lokale betrokkenheid.¹⁵³ Ook werd in het nominatiedossier regelmatig gerefereerd naar de Europese dimensie, alleen het benadrukken van de culturele diversiteit van Europa schoot tekort. Het nominatiedossier zou zich te veel rondom de personen Caravaggio, Sint Maarten Paus Adrianus VI hebben gefocust. Het algehele gevoel dat achterbleef na de presentatie en het nominatiedossier was dat de initiatieven ook zonder de titel Culturele Hoofdstad van Europa uitgevoerd hadden kunnen worden.¹⁵⁴

Er waren nog geen concrete plannen bedacht over de scenario's als Utrecht niet door de voorselectie zou komen. Wat hier in een toelichtingsdossier over wordt verteld is dat sommige initiatieven alsnog in 2018 kunnen worden uitgevoerd. Daarnaast wordt er gesteld dat los van de uitslag het onderwijs, de zakenwereld, overheden en wijken elkaar hebben weten te vinden door middel van cultuur. Waar Utrecht zich mee heeft proberen te onderscheiden, en wat dus kenmerkend is voor haar regionale en stedelijke identiteit, zijn de kastelen forten en buitenhuizen die 2000 jaar Europees verleden opnieuw tot leven hebben proberen te brengen. Dit zijn onder andere de Hollandse Waterlinie, Kasteel de Haar en slot Zeist. Ook het immaterieel erfgoed als de Sint Maartenviering gebruikt de stad om zich te onderscheiden van andere steden. Uit het nominatiedossier zal nu aandacht worden besteed aan de Vrede van Utrecht in relatie tot 'city branding'.

2.5 De Vrede van Utrecht

Bij het lezen van de naam Vrede van Utrecht zal waarschijnlijk snel de associatie worden gelegd met een verdrag dat uitsluitend een Utrechtse aangelegenheid was. Deze gedachte moet snel worden vergeten, omdat de Vrede van Utrecht niet één verdrag, maar uit een reeks verdragen bestaat tussen verschillende mogendheden. Binnen de internationale betrekkingen wordt hier ook wel gesproken over bilaterale verdragen. Het tekenen van deze verdragen vond plaats tussen 1713 en 1714, in Utrecht, het Zuid-Duitse Rastatt en in het Zwitserse Baden.¹⁵⁵ In Nederland wordt de Vrede van Utrecht

¹⁵³ Pre-selection report 'Nomination of the European Capital of Culture 2018 in the Netherlands' https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (11 juni 2017) 4.

¹⁵⁴ Pre-selection report 'Nomination of the European Capital of Culture 2018 in the Netherlands' https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (11 juni 2017) 5.

¹⁵⁵ De Bruin en Brinkman (red), *In Vredesnaam*, 12.

vaak verward met de Unie van Utrecht uit 1579, wat twee totaal verschillende verdragen zijn. De Unie van Utrecht was een alliantieverdrag tussen de Noordelijke Nederlanden, gericht tegen de Habsburgse Spanjaarden en de Vrede van Utrecht markeert het diplomatieke einde van een godsdienstoorlog.¹⁵⁶ In deze paragraaf zal uitsluitend aandacht worden besteed aan de Vrede van Utrecht uit 1713, die in de Republiek der Zeven Verenigde Nederlanden werd getekend.

De Vrede van Utrecht werd ondertekend door de Republiek der Zeven Verenigde Nederlanden en Frankrijk en beëindigde daarmee de Spaanse Successieoorlog.¹⁵⁷ De positie van de Republiek als wereldmacht kwam ten einde toen dit verdrag werd getekend. Hoogstwaarschijnlijk is dat ook een van de redenen waarom de Vrede van Utrecht vrij onbekend is onder de Nederlanders. Het verdrag kan worden beschouwd als grondlegger van een nieuw internationaal systeem, dat het fundament zou vormen voor het huidige statenstelsel.¹⁵⁸ In Groot-Brittannië is het verdrag een stuk bekender, omdat dit het startsein was voor de ontwikkeling van het land als wereldmacht. Groot-Brittannië en Frankrijk waren na het verdrag de grootste concurrenten in de strijd om de overzeese koloniën.¹⁵⁹ Het verdrag bepaalde overigens ook dat het onmogelijk zou worden dat de Habsburgse Spanjaarden en Fransen elkaars troon konden opvolgen.¹⁶⁰ Hiermee zou namelijk een grote Habsburgse eenheid kunnen worden gesmeed, die als agressor zou fungeren in Europa.

Vanwege de impact van deze gebeurtenis en omdat het naar een hedendaagse context kan worden vertaald, besloot een Utrechtse delegatie om in 2006 de Stichting Vrede van Utrecht op te richten. Deze stichting ging zich bezighouden met het organiseren van festiviteiten rondom de Vrede. In 2013 vond een grootscheeps cultureel evenement plaats dat het 300 jarig bestaan van de Vrede van Utrecht zou vieren. Dit evenement werd georganiseerd door De Stichting Vrede van Utrecht, dat naast het jubileum nog andere activiteiten voor ogen had. In de aanloopperiode van het 300 jarig bestaan werkte de Stichting samen met diverse erfgoedinstellingen om de militaire geschiedenis van Utrecht aan een breed publiek tentoon te stellen, zodat het

¹⁵⁶ De Bruin en Brinkman (red), *In Vredesnaam*, 12.

¹⁵⁷ David Onnekink en Renger de Bruin, *De Vrede van Utrecht (1713)*, (Hilversum 2013) 9.

¹⁵⁸ Onnekink en Renger, *Vrede*, 10.

¹⁵⁹ *Ibidem*, 10.

¹⁶⁰ Treaty of Utrecht 300 Years, *Utrecht Celebrates Peace* (Utrecht 2013) 4.

behoud van erfgoed meer draagvlak zou krijgen.¹⁶¹ In verschillende academische literatuur wordt ook gewezen op de aantrekkingskracht die erfgoed heeft op cultuurtoerisme.

Onderzoek wijst uit dat erfgoedmanagement en toerisme verschillende vormen van cultuurconsumptie teweeg brengen. Traditioneel gezien richt erfgoedmanagement zich op het creëren van voorzieningen voor bezoekers en conservering, terwijl toerisme zich richt op de promotie van cultuurbestemmingen.¹⁶² Dit gaat echter niet altijd even goed samen volgens verschillende academici.¹⁶³ Het kan enerzijds leiden tot economische groei, maar anderzijds tast het de omgeving aan. Dit proces wordt ook wel ‘tourismification’ genoemd.¹⁶⁴ Wanneer toeristenbureaus, souvenirwinkels en hotels zich vestigen in een historisch omgeving, leidt dat tot de aantasting van historische, monumentale of culturele waarden. In het hierboven beschreven onderzoek worden twee vormen van cultuurconsumptie beschreven, namelijk passieve en actieve consumptie. De passieve groep mensen komen voornamelijk om te observeren en te fotograferen, terwijl de actieven groep mensen daadwerkelijk erfgoedsites, musea en kunsttentoonstellingen bezoeken.¹⁶⁵ Met name de laatste vorm van cultuurconsumptie hoopt Utrecht te bereiken met behulp van De Stichting.

De Stichting maakt er overigens geen geheim van dat het economische groei nastreeft. Zo wordt er in het boek: *9 jaar Stichting Vrede van Utrecht* gesteld dat cultureel sterke regio’s ook economisch sterk zijn. Cultureel sterke regio’s zijn namelijk niet alleen belangrijk voor het aantrekken van toeristen, maar ook voor de aantrekkingskracht van de regio als vestigingsplaats voor mensen die er willen studeren of werken.¹⁶⁶ Deze gedachte houdt weer sterker verband met ‘place branding’, gezien het feit dat nu niet alleen over de stad wordt gesproken, maar ook om het omliggende gebied. Een ander opmerkelijk verband dat genoemd dient te worden is de relatie tussen De Stichting en de Culturele Hoofdstad van Europa. Toen De Stichting in

¹⁶¹ Vrede van Utrecht, *9 jaar Stichting Vrede van Utrecht 2005-2013* (Utrecht 2014) 81.

¹⁶² Bob McKerchera, Pamela S. Y. Hoa en Hilary du Crosb ‘Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong’ *Tourism Management* 26 (2005), 539–548, aldaar 539.

¹⁶³ McKerchera, Hoa en du Crosb, ‘Cultural Heritage’, 539.

¹⁶⁴ Myriam Jansen-Verbeke, ‘Tourismification of Historical Cities’ *Annals of Tourism Research*, 25 (1998) 4, 739-442, aldaar 741.

¹⁶⁵ McKerchera, Hoa en du Crosb, ‘Cultural Heritage’, 543.

¹⁶⁶ Utrecht, *Stichting*, 25.

2003 werd opgericht werd tegelijkertijd besloten om Utrecht kandidaat te stellen voor de Culturele Hoofdstad van Europa. Gezien de raakvlakken tussen Europa en de Vrede werd dit de Europese dimensie in het nominatiedossier. Daarmee kunnen de Vrede van Utrecht en het nominatiedossier worden beschouwd als brandingsinstrumenten die werden ingezet om de profilering van Utrecht te realiseren.

2.6 Deelconclusie

Het voornaamste doel dat de EU heeft met de Culturele Hoofdstad van Europa is het bij elkaar brengen van verschillende Europese steden en haar inwoners door middel van erfgoed. Wanneer mensen zelf gaan ondervinden dat Europees erfgoed op veel vlakken met elkaar overeenkomt, zal dat leiden tot meer samenhang en een groter draagvlak voor de EU. Voor beleidsmakers staat Europese integratie namelijk hoog op de politieke agenda. Aan de hand van Utrecht 2018 hebben de Utrechtse initiatiefnemers geprobeerd om een regionale en stedelijke identiteit te creëren, waarmee zij zich konden onderscheiden van andere steden. Hiervoor gebruikten zij onder anderen materieel erfgoed, zoals de talloze forten, kastelen en buitenhuizen, maar ook immaterieel erfgoed, zoals de Vrede van Utrecht. Het resultaat van het project mag dan wel voor Utrecht op een fiasco zijn uitgelopen, maar het voordeel is dat de toekomstige initiatiefnemers in 2033 weten waar ze op moeten letten.

Het concept waar de hele 'cultuurgedachte' van de EU aan is gekoppeld richt zich zowel op de culturele diversiteit van Europa als het idee van culturele eenheid, oftewel: 'in verscheidenheid verenigd'. Dit is uitvoerig in hoofdstuk 2 aan bod gekomen en wat opviel was dat wanneer er ook maar iets kleins over cultuur in Europees verband werd gezegd, dit concept meteen werd gebruikt. De mate waarin bepaalde woorden worden gebruikt en de manier waarop Europese instellingen deze woorden hebben geformuleerd zullen uitgebreid in hoofdstuk 4 aan de orde komen. En is daarom ook niet geheel verwonderlijk dat het concept: 'in verscheidenheid verenigd' onderdeel van deze analyse zal uitmaken. De tweede casus die in hoofdstuk 3 zal worden besproken ligt in het verlengde van het nominatiedossier en richt zich op Sint Maarten.

3. De beschermheilige van Utrecht

3.1 Utrechtse stadsidentiteit

Hoofdstuk 3 concentreert zich op de historische figuur Sint Maarten en de daarbij horende culturele initiatieven. Paragraaf 3.2 richt zich op de geschiedkundige context van Sint Maarten en de daaraan verbonden gemeenschappelijke waarden. In deze context wordt een deel van zijn levensloop geschetst, namelijk ten tijden van zijn jeugd, militaire dienstplicht en zijn leven als heilige. Daarnaast zal ook de relatie tussen Sint Maarten en Utrecht in kaart worden gebracht. De vraag die over de relatie tussen Utrecht en Sint Maarten zal worden gesteld en later zal worden beantwoord, is of het terecht is om te stellen dat de heilige de stadsidentiteit van Utrecht vertegenwoordigt. Paragraaf 3.3 zal zich richten op de Sint Maartenviering. Daarbij zal gekeken worden naar de oorsprong van het viering, de verschillen van de viering ten opzichte van nu, definities van UNESCO over immaterieel erfgoed, de procedures van de Nationale Inventaris en de waarden die door de Sint Maartenviering worden uitgedragen.

De laatste paragrafen richten zich in tegenstelling tot het voorafgaande op de rol die de RvE speelt in het gebruiken van geschiedenis en erfgoed. In paragraaf 3.4 vormt de RvE het centrale thema, waardoor de aandacht zal uitgaan naar de context van het orgaan, verschillen tussen de RvE en officiële EU-organen, doestellingen en waarden. Paragraaf 3.5 volgt hierop en richt zich op de Culturele Routes van de RvE, met het daaraan verbonden orgaan Centre Culturel Européen Saint Martin de Tours en het Utrechtse deeltraject de Via Trajectensis. Door het 60-jarig bestaan van de Universele verklaring van de Rechten van de Mens en het 50-jarig bestaan van het Verdrag van Rome, ontwierp het Centre Culturel Européen Saint Martin de Tours het kernconcept 'le partage citoyen', die in paragraaf 3.5 zal worden besproken.

3.2 Sint Maarten en Utrecht

Martinus of Maarten werd omstreeks 316 geboren in Sabaria, dat nu Szombathely heet en is gelegen in Hongarije. Deze plaats bevindt zich langs de rivier de Donau, wat toentertijd de Romeinse grens vormde en wordt aangeduid als de Limes.¹⁶⁷ De vader van Martinus maakte onderdeel uit van het elitekorps van het Romeinse leger en

¹⁶⁷ Van Deventer en de Kam, *In het voetspoor van Sint-Maarten* (Utrecht 2014) 2.

vernoemde zijn zoon naar de Romeinse oorlogsgod Mars.¹⁶⁸ Hij en zijn familie verhuisden naar Pavia in Noord-Italië, waar hij voor het eerst een kerk bezocht en daarvan zeer onder de indruk was. Desondanks werd hij tegen zijn wil in opgenomen door bisschop Anastasius, die hem voorbereidde op de doop. Vlak voor Martinus geboorte stierf de Romeinse keizer Diocletianus, die bekend stond om zijn wrede christenvervolgingen. Hij werd vervangen door keizer Constantijn.¹⁶⁹ Door oprukkende Germaanse stammen was Constantijn genoodzaakt om dienstplicht voor zonen van legerveteranen in te voeren. Ook Martinus ontkwam hier niet aan en ging voor 25 jaar het Romeinse leger in.¹⁷⁰

Het bekendste verhaal van Sint Maarten speelde zich af voor de poorten van Amiens in 353. Hier sneed hij zijn mantel en tweeën en gaf de helft weg aan een bedelaar. In de nacht daarop verscheen dezelfde bedelaar, met afgesneden mantel, bij hem aan bed en het bleek Jezus te zijn. Het schijnt dat Martinus zich door deze gebeurtenis tot het christendom liet bekeren.¹⁷¹ Deze mantelding symboliseert solidariteit, medemenselijkheid en barmhartigheid en wordt vandaag de dag beschouwd als gemeenschappelijk waarde in Europa.¹⁷² Het Sint Maartenberaad, dat tevens de taak heeft om alle activiteiten rondom de Sint Maartenviering in Utrecht te bundelen en af te stemmen, heeft als doel om deze waarden levend te houden en te vertalen naar de huidige maatschappij. Dit doet het Beraad door te wijzen op de ongelijkheid in de wereld en dat het delen van welvaart, kennis, techniek, en ideeën van milieuproblematiek hier oplossingen voor kunnen zijn.¹⁷³

Toen Martinus stierf in 397 betekende dit niet dat zijn naam werd vergeten, integendeel. Na zijn dood werd Sint Maarten beschermheilige van de stad Utrecht. Deze traditie ontstond in de zesde eeuw toen een kerkje aan hem werd gewijd onder Merovingische heerschappij. Dit kerkje werd door de Friezen vernield en later herbouwd door Willibrord, op aandringen van Peppijn II. Daarna wijdde Willibrord opnieuw een kerkje aan Sint Maarten en vanaf dat moment zijn Sint Maarten en Utrecht

¹⁶⁸ Mieke Breij, *Sint Maarten Schutspatroon van Utrecht* (Utrecht 1988) 9.

¹⁶⁹ Breij, *Sint Maarten*, 9.

¹⁷⁰ Ibidem, 9.

¹⁷¹ Van Deventer en de Kam, *Sint-Maarten*, 2.

¹⁷² Beleidsdocument Sint Maartenberaad, *De participerende burger/Participerend burgerschap*.

¹⁷³ Beleidsdocument Sint Maartenberaad, *De participerende burger/Participerend burgerschap*.

nooit meer uit elkaar gegaan.¹⁷⁴ Datzelfde kerkje groeide later uit tot de befaamde Domkerk. Na een grootscheepse brand in 1253 werden de overblijfselen van de Romaanse kerk omgebouwd in gotische stijl. Destijds bleef Sint Maarten aan de Domkerk gekoppeld. Onder bisschop Balderik (918-976) werden de eerste relieken van de heilige naar Domkerk gehaald en in 1173 zou het in bezit zijn gekomen van een ruggenwervel. Later werden daar meerdere relieken aan toegevoegd.¹⁷⁵

De vraag is of het gezien de lange geschiedenis van Utrecht en Sint Maarten terecht om de stellen dat de heilige onderdeel uitmaakt van de Utrechtse stadsidentiteit? Als het aan de stad zelf ligt is dat zeker het geval, maar met een objectievere blik kan toch tot een genuanceerder antwoord worden gegeven. Het is een feit dat er een Sint Maarten cultus bestaat in de lage landen. Dit omdat de heilige geen vooraanstaande theoloog was, maar iemand van de praktijk. Verder zijn weinig geschriften over hem gevonden, die hij zelf heeft geschreven. Deze kenmerken spraken veel mensen aan en daarom zijn in de lage landen veel kerken aan de heilige gewijd. Deze bevinden zich voornamelijk in de provincies Groningen en Friesland, met de beroemde Martinikerk in de stad Groningen. Verder staat in Zaltbommel de Maartenskerk.¹⁷⁶

Toch kent Utrecht de langste geschiedenis met de Sint Maartenverering. Deze geschiedenis gaat terug naar de middeleeuwen, toen de Utrechtse Domkerk de belangrijkste plek was waar Sint Maarten werd vereerd. Zoals eerder opgemerkt waren de Domkerklieden in bezit van relieken die pelgrims over heel Europa aantrokken. Door het aanraken van deze relieken meenden pelgrims een geestelijke impuls te krijgen. Voor de Domkerklieden waren deze bezoeken een lucratieve onderneming, omdat zij op gegeven moment Sint Maartenaflaten verkochten.¹⁷⁷ Dit zijn oorkondes die gelovigen konden kopen om hun zonden kwijt te schelden. Daarmee zouden zij minder lang in het vagevuur branden. Tijdens de reformatie in 1580 werd een verbod gelegd op de reliekenverering. Concluderend is het gezien deze geschiedenis, het aan Sint Maarten

¹⁷⁴ Els Rose en Nico Lettinck, *Martinus van Tours, een 'Utrechtse' heilige* (Utrecht 2008) 2.

¹⁷⁵ Rose en Lettinck, *Martinus*, 6.

¹⁷⁶ *Ibidem*, 20.

¹⁷⁷ *Ibidem*, 20.

gewijde stadswapen en de Sint Maartenviering, is het terecht om de stellen dat Sint Maarten de stadsidentiteit van Utrecht vertegenwoordigt.

3.3 De Sint Maartenviering

Voor de uiteenzetting moet worden opgemerkt dat ten onterechte vaak wordt gedacht dat het erfdeel van Sint Maarten uitsluitend bestaat uit immaterieel erfgoed. Dit klopt ten delen, omdat de Sint Maartenviering een belangrijke rol speelt in de hedendaagse samenleving, maar het materieel erfgoed is net zo essentieel. Dit wordt geïllustreerd aan de hand van de gemeentelijke publieksbrochure: *In het voetspoor van Sint-Maarten*, waarbij negentien erfgoedobjecten in de Utrechtse binnenstad aan bod komen, die gewijd zijn aan Sint Maarten. In deze paragraaf zal alleen aandacht worden besteed aan het immateriële erfdeel van Sint Maarten en daarvoor zal in eerste instantie stil worden gestaan bij de historische ontwikkeling van de Sint Maartenviering. Vervolgens zal de aandacht uitgaan naar de regionale en lokale initiatieven, die als doel hebben om de waarden delen en participeren naar een hedendaagse realiteit te vertalen. Voor de beschrijving van deze initiatieven is onder andere het erfgoedzorgplan van het toenmalige Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed geraadpleegd.

De sterfdag van Sint Maarten op 11 november 397 werd officieel zijn feestdag. Dit was vooral een aangelegenheid voor armen en kinderen. Zo werden op de dag voor het Sint Maartensfeest penningen en broden uitgedeeld. Ook gingen kinderen langs de deuren met een rommelpot om kastanjes, nootjes, appels en mispels op te halen. In Utrecht en Holland wordt deze dag de 'Sinte Martijns Schuddekorfsdag' genoemd.¹⁷⁸ Schudden refereert hier naar het leegschudden van de rommelpotjes boven het Sint Maartensvuur, zodat de etenswaren konden worden geroosterd. Ook volwassenen gingen de deuren rond, maar dan met een brandende fakkel, waar tegenwoordig lampionnen voor in de plaats zijn gekomen.¹⁷⁹ De wijnoogst en het slachtseizoen vormen beide twee andere belangrijke elementen van de Sint Maartenviering. Dit omdat het einde van de druivenoogst en het slachtseizoen samenvielen met 11

¹⁷⁸ L.J. de Jager, *Volksgebruiken in Nederland. Een nieuwe kijk op tradities*, (Utrecht/Antwerpen 1981) 140.

¹⁷⁹ Jager, *Volksgebruiken*, 140.

november.¹⁸⁰ Vanwege de buitenactiviteiten van de boeren, die rond deze periode ten einde waren gekomen was het feest vergelijkbaar met Nieuwjaar.

Binnen Utrecht was voor en tijdens de Sint Maartenviering een belangrijke rol weggelegd voor de Domkerk. Tijdens de mis op 11 november werden de belangrijke relieken van de heilige op het hoofdaltaar geplaatst.¹⁸¹ Daarnaast werd in de laatmiddeleeuwse Domtoren van het begin van de zestiende eeuw in de avond ervoor een lantaarn met 30 kaarsen aangestoken. Daarvoor was een speciale handleiding in omloop, die vertelde waar en wanneer de kaarsen precies ontstoken moesten worden. De Domkerklieden droegen voor deze dag speciale goud doorstikte schouderdoeken en maakten de Vespers en Completen gereed aan de vooravond van de Sint Maartenviering.¹⁸² Daarnaast is er tot op heden een speciaal bewaard gebleven hamer van Sint Maarten in de Domkerk aanwezig, die volgens de overlevering Sint Bonifatius zou hebben gedood.¹⁸³ Een ander interessant detail is de in 1382 aangebracht windvaan, die Sint Maarten afbeeld en in 1910 werd vervangen door architect P.J.H. Cuypers.¹⁸⁴

Vanaf de negentiende eeuw nam de belangstelling voor Sint Maarten af vanwege welvaartsstijging en concurrerende kinderfeesten als Sinterklaas.¹⁸⁵ Hierdoor stelde het Sint Maartenberaad zich ten doel om het vergeten erfdeel van Sint Maarten en de viering nieuw leven in te blazen. Deze gedachte is geheel in lijn met de in 2003 uitgezette conventie van UNESCO, die zich richt op het 'safeguarden' van immaterieel erfgoed. Wereldwijd ondertekenden verschillende landen de verdragen die hieraan ten grondslagen lagen.

Voor de conventie bestond de term immaterieel erfgoed nog niet in de beleidstukken van UNESCO en werd er gesproken over de 'protection' van 'traditionele cultuur' en 'folklore.'¹⁸⁶ Dankzij de conventie werden de termen 'protection' en 'traditionele cultuur' vervangen door 'safeguarding' en 'immaterieel erfgoed'. Volgens

¹⁸⁰ Jager, *Volksgebruiken*, 140.

¹⁸¹ A. Haverkamp en S. Waterman, *Feest! Weet wat je viert*, (Zwolle 2008) 13.

¹⁸² Breij, *Sint Maarten*, 24.

¹⁸³ *Ibidem*, 27.

¹⁸⁴ Van Deventer en de Kam, *Sint-Maarten*, 22.

¹⁸⁵ Jager, *Volksgebruiken*, 141.

¹⁸⁶ Albert van der Zeijden 'Naar een onderzoeksagenda voor immaterieel erfgoed. Kennisontwikkeling ten behoeve van het borgen van tradities' *Volkskunde* 1 (2015) 53-67, aldaar 53 en 54.

UNESCO heeft immaterieel erfgoed te maken met mondelinge tradities, podiumkunsten, rituelen en ambachtswerk.¹⁸⁷ De betekenis van ‘protection’ wordt top-down opgelegd en kan worden gedefinieerd als het bevriezen van culturele tradities, terwijl ‘safeguarding’ bottom-up wordt opgelegd en als doel heeft om de culturele beoefenaars in het proces van bewaring te ondersteunen.¹⁸⁸ Dit wordt bewust door UNESCO gedaan volgens Richard Kurin, omdat culturele processen onderhevig zijn aan verandering en niet in stand gehouden kunnen worden door middel van financiële en symbolische prijzen.¹⁸⁹ Laurajane Smith en Natsuko Akagawas wijzen hier op een conceptuele wending, met een nieuwe betekenis voor erfgoedzorg en een van onderaf opgelegde benadering van erfgoed.¹⁹⁰

In 2003 ging Nederland akkoord met de conventie en in 2012 werd een nieuw verdrag met UNESCO getekend, die bepaalde dat alle ondertekenaars hun immaterieel erfgoed zichtbaar moesten maken en daar is de Nationale Inventaris het product van.¹⁹¹ Culturele beoefenaars kunnen immaterieel erfgoed voordragen aan deze lijst met behulp van een erfgoedzorgplan, dat samen een daarvoor aangewezen delegatie van het KIEN kan worden opgesteld. De organisatoren van het Sint Maartenberaad wilden de Sint Maartenviering graag laten opnemen in de Nationale Inventaris en daarom begonnen zij aan de verplichte procedure. Deze procedure heeft drie verschillende criteria, namelijk de aanvraag moet gaan om een traditie die van generatie op generatie wordt doorgegeven, de traditie moet nog in leven zijn en er moeten mensen zijn die de traditie in praktijk brengen.¹⁹² Omdat het Sint Maartenberaad voldeed aan alle criteria zijn de initiatiefnemers in een vroeg stadium begonnen met het opstellen van een erfgoedzorgplan.

Op 31 oktober 2012 kregen de organisatoren van het Sint Maartenberaad van de toetsingscommissie te horen dat de traditie werd opgenomen in de Nationale

¹⁸⁷ D. Ruggles Fairchild en Helaine Silverman ‘From tangible to intangible heritage’ *Intangible heritage embodied* 1, 2009, 14, aldaar 2.

¹⁸⁸ Richard Kurin ‘Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the UNESCO Convention 2003: a critical appraisal’ *Museum international* 561 (2004) 2, 66-77, aldaar 74.

¹⁸⁹ Kurin, ‘Safeguarding’, 74.

¹⁹⁰ Laurajane Smith en Natsuko Akagawa, *Intangible heritage* (New York 2000) 2.

¹⁹¹ Nationale Inventaris Immaterieel Cultureel Erfgoed Nederland ‘Nederland ondertekent het verdrag van 2012’ <https://www.immaterieelerfgoed.nl/page/447/over-de-inventaris> (15 juni 2017).

¹⁹² Nationale Inventaris Immaterieel Cultureel Erfgoed ‘Procedure’ <https://www.immaterieelerfgoed.nl/page/448/procedure> (15 juni 2017).

Inventaris. Het doel van het Sint Maartenberaad was om de heilige tot de verbeelding van alle Utrechters te laten spreken en niet alleen voor gelovigen. Er zijn verschillende actoren betrokken bij de organisatie van de Sint Maartenviering, namelijk kerken, musea, universiteit, scholen en particuliere en maatschappelijk instellingen. Zij proberen allemaal om de gemeenschappelijke waarden van delen en participeren in praktijk te brengen. Zo deelt de Domkerk ieder jaar op 11 november de 'Mantel van Maarten' uit aan de meest opvallende solidariteitsproject. Ook worden er gratis warme maaltijden uitgedeeld voor daklozen en zijn er inzamelingsacties voor de voedselbank.¹⁹³

3.4.De Raad van Europa

De opkomst van RvE moet tegen de achtergrond worden gezien van de Koude Oorlog en andere Europese instellingen. De drijfkracht achter het ontstaan van de RvE waren verschillende secties van de Europese Beweging. Deze secties lobbyden bij de voorstanders van een verenigd Europa, wat in eerste instantie leidde tot een groot congres in Den Haag tussen 7 en 10 mei 1948.¹⁹⁴ Dit congres werd bijgewoond door 750 afgevaardigden uit 26 verschillende landen. De federalisten wilden de soevereiniteit van de natiestaten inperken, zodat Europa centraler kon worden bestuurd, terwijl de unionisten de soevereiniteit wilden respecteren.¹⁹⁵ Unionist Winston Churchill kwam tijdens het congres met het voorstel om de RvE in het leven te roepen en daar werd positief op gereageerd. Pas in 1949, met de ondertekening van het Verdrag van Londen, werd de RvE een feit.¹⁹⁶

De huidige RvE wordt regelmatig verward met de gelijknamige Europese Raad (ER) en Raad van de EU. Een van de belangrijkste verschillen is dat de RvE geen officiële EU-instelling is, terwijl de ER en de Raad van de EU dat wel zijn.¹⁹⁷ De RvE bestaat uit 47 lidstaten, in tegenstelling tot de ER, waar alle regeringsleiders samen komen die lid zijn van de EU. In totaal gaat het hier om 28 lidstaten. In de Raad van de EU komen alle overige ministers samen. RvE heeft als doel om de eenheid van de lidstaten te

¹⁹³ Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed 'erfgoedzorgplan' (Utrecht 2012).

¹⁹⁴ Birte Wassenberg, *History of the Council of Europe*, (2013) Introduction to part 1.

¹⁹⁵ Wassenberg *History*, The Hague Congress, May 1948.

¹⁹⁶ The Treaty of London, 5 May 1949.

¹⁹⁷ Council of Europe 'Do not get confused' <http://www.coe.int/en/web/about-us/do-not-get-confused> (10 juni 2017).

bevorderen, onderlinge verdragen te sluiten, universele rechten van de mens te beschermen en culturele diversiteit te stimuleren.¹⁹⁸ De ER daarentegen richt zich op het vaststellen van de beleidsagenda van de EU en de Raad van de EU moet wetten goedkeuren.

Tot zover de onderlinge verschillen tussen de raden. De RvE bestaat uit een parlementaire vergadering die ontwikkelingen in lidstaten in de gaten houdt en kijkt of deze in lijn zijn met de conventies. Belangrijke conventies zijn de afschaffing van de doodstraf, het verbod op martelen, maar ook het verbod op het beschadigen van cultureel erfgoed. Bij een grondige overtreding van een van de conventies treedt de Europese Rechtbank op. Zo wordt het beschadigen van cultureel erfgoed beschouwd als oorlogsmisdaad en de straffen hiervoor kunnen hoog oplopen.¹⁹⁹ Daarnaast is er nog een commissie van ministers die wetten uitschrijft voor het beleid van de Raad. De RvE kent drie basisprincipes, namelijk mensenrechten, democratie en rechtstaat. Voor elk principe bestaat een apart comité, waarbij het comité voor democratie als doel heeft om een vruchtbare democratie te waarborgen. Een van de instrumenten die hiervoor wordt gebruikt is cultureel erfgoed.

In hoofdstuk 1, artikel 1 van het statuut dat door de RvE is ontwikkeld wordt gewezen op het belang van de bewaring van erfgoed: 'The aim of the Council of Europe is to achieve a greater unity between its members for the purpose of safeguarding and realizing the ideals and principles which are their common heritage and facilitating their economic and social progress'.²⁰⁰ Hieruit kan worden opgemaakt dat cultureel erfgoed dus een bindmiddel is om mensen van verschillende lidstaten bij elkaar te brengen. Om dit te bereiken ontwikkelde de RvE het project Culturele Routes. In 2016 waren er 32 routes door de RvE erkend.²⁰¹ De historische thema's van deze routes lopen zeer uiteen en wat met zekerheid kan worden gezegd is dat Sint Maarten ook tot een belangrijk thema behoort. Momenteel wordt aan het deeltraject de Via Trajectensis gewerkt, die van Utrecht naar Tours loopt.

¹⁹⁸ Council of Europe 'Values' <http://www.coe.int/en/web/about-us/values> (10 juni 2017).

¹⁹⁹ Council of Europe 'Committee on Offences Relating To Cultural Property' http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/cdpc/pc_ibc_en.asp? (10 juni 2017).

²⁰⁰ Council of Europe 'Chapter I – Aim of the Council of Europe, Article 1' <http://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/001> (10 juni 2017).

²⁰¹ Council of Europe 'Council of Europe' <http://culture-routes.net/council-of-europe> (10 juni 2017).

3.5 Culturele Routes van de Raad van Europa

In 1987 introduceerde de RvE het project Culturele Routes. De beleidsdocumenten die in de jaren daarna verschenen zetten de richtlijnen uit voor dit project. Daarin wordt verteld wat het doel is van het initiatief, wat de regels zijn om een route officieel te laten benoemen en wat er gebeurt als een route eenmaal is erkend. In 1998 werd een speciaal instituut opgericht genaamd: het Europees instituut voor Culturele Routes. Dit instituut houdt zich bezig met de waarborging en continuïteit van de Culturele Routes van de RvE uit 50 landen die zijn opgenomen in de Europese Conventie.²⁰² Een belangrijke taak van dit instituut, dat is gevestigd in de hoofdstad van Luxemburg, is het uitbrengen van evaluaties over de naleving van het project ten aanzien van de criteria die door de Commissie van Minister zijn gesteld.²⁰³ Deze commissie is in feite het regerende orgaan van de Raad van Europa.

Maar wat zijn nu precies Culturele Routes en hoe ziet dit programma eruit? In resolutie CM/Res(2010)53 worden de definities van beide gegeven. Volgens deze resolutie heeft een Culturele Route te maken met cultuur, educatie, erfgoed en toerisme. Het doel ervan is om reisroutes te promoten die, bij voorkeur, een geschiedkundige inslag hebben waarbij een persoon of fenomeen centraal staat:

A cultural, educational heritage and tourism co-operation project aiming at the development and promotion of an itinerary or a series of itineraries based on a historic route, a cultural concept, figure or phenomenon with a transnational importance and significance for the understanding and respect of common European values.²⁰⁴

²⁰² The Council of Europe Cultural Routes 'European Institute of Cultural Routes' <http://www.megalithicroutes.eu/sites/default/files/COE-cultural-routes-2013-brochure-A5.pdf> (11 juni 2017).

²⁰³ The Council of Europe Cultural Routes 'European Institute of Cultural Routes' <http://www.megalithicroutes.eu/sites/default/files/COE-cultural-routes-2013-brochure-A5.pdf> (11 juni 2017).

²⁰⁴ Council of Europe 'Resolution CM/Res(2010)53 establishing an Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes' https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805cdb50 (11 juni 2017).

Zoals bij het project Culturele Hoofdstad van Europa al werd geconstateerd, is de Europese dimensie ook van belang in dit project. Het doel van het project is dus ook om mensen bewust te maken van het gedeelde Europees verleden.

In totaal heeft de Raad van Europa zes regels opgesteld. De eerste regel is dat het thema een Europese dimensie moet bevatten, oftewel het moet Europese waarden uitstralen die door Europese landen zo worden ervaren. Ten tweede is het van belang dat het thema door academici uit verschillende Europese landen is bestudeerd en daar consensus over bestaat. Ten derde moet het thema een collectief Europees geheugen, erfgoed of geschiedenis uitdragen, waarmee de culturele diversiteit van Europa aan het daglicht komt. Ten vierde moet het thema geschikt zijn voor educatieve doeleinden en in lijn zijn met de principes die door de Raad van Europa worden gesteld. Ten vijfde moet het thema culturele projecten stimuleren en tot slot moet het ook cultureel toerisme stimuleren.²⁰⁵ Dan is er nog een subsectie die dieper ingaat op erfgoed en stelt dat het project materieel en immaterieel erfgoed moeten versterken. Daarbij worden de richtlijnen van UNESCO aanbevolen.²⁰⁶

In 2005 werd de Sint Maarten van Tours route officieel gecertificeerd door de RvE. Van de tweeëndertig routes is er één gewijd aan Sint Maarten en die bestaat uit vier deeltrajecten. Dit zijn de Via Santi Martini, Via Caesaraugustana, Via Treverorum en Via Trajectensis.²⁰⁷ Het deeltraject Via Trajectensis zal omstreeks september 2017 klaar zijn. De bedoeling is dat een deel van de Route langs de Nieuwe Hollandse Waterlinie zal gaan en verbonden zal worden met andere forten in België en Frankrijk. Het doel hiervan is enerzijds om militair erfgoed te promoten en anderzijds om een gemeenschappelijk Europees erfgoed te creëren. Ook de wandelroute langs het materieel erfgoed van Sint Maarten in de Utrechtse binnenstad wordt bij dit initiatief betrokken. Voor hen die de Route willen bewandelen loopt de tocht langs onder andere

²⁰⁵ Council of Europe 'Resolution CM/Res(2010)53 establishing an Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes' https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805cdb50 (11 juni 2017).

²⁰⁶ Council of Europe 'Resolution CM/Res(2010)53 establishing an Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes' https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805cdb50 (11 juni 2017).

²⁰⁷ Centre Culturel Européen Saint Martin de Tours 'Chemins' <http://www.saintmartindetours.eu/p/chemins.html> (11 juni 2017).

de Domkerk, Pandhof en de Maartensburg.²⁰⁸ Tot slot heeft het project als doel om de gemeenschappelijke waarden van delen uit te dragen.

Vanuit het Centre Culturel Européen Saint Martin de Tours werd op 10 december 2008 het concept: 'le partage citoyen', oftewel 'de delende stadsburger', opgezet.²⁰⁹ Dit kwam niet zomaar uit de lucht vallen, omdat in datzelfde jaar de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens 60 jaar bestonden het Verdrag van Rome 50 jaar oud werd.²¹⁰ Het doel van het concept is om burgers bewust te maken van hedendaagse wereldproblemen als mondialisering, aantasting van het milieu en welvaartsongelijkheid. Bij het delen van lucht, water, milieu, natuurlijke voorraden, wetenschap, cultuur en gezondheid kunnen deze wereldproblemen worden aangekaart of verholpen.²¹¹ Een Europese instelling heeft er echter geen baat bij als er slechts een route wordt gerealiseerd die langs de plekken gaat waar Sint Maarten ooit heeft geleefd. Het doel is om de gemeenschappelijke waarden van Sint Maarten te vertalen naar een hedendaagse context, zodat er een politiek doel kan worden nagestreefd die de RvE van belang acht.

3.6 Deelconclusie

De kernboodschap van dit hoofdstuk richtte zich niet uitsluitend op de historische context van Sint Maarten, maar ook op de waarden van de heilige en de manier waarop deze binnen een hedendaagse context worden uitgedragen. De gemeenschappelijke waarden van Sint Maarten hebben betrekking op delen en participeren. Deze worden vandaag de dag toegepast om wereldproblemen aan te kaarten en bewustwording te kweken. Het kernconcept wat daarbij centraal staat is 'le partage citoyen', dat in 2008 door de Centre Culturel Européen Saint Martin in het leven werd geroepen naar aanleiding van de 60^e verjaardag van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens en de 50^e verjaardag van het Verdrag van Rome. De Via Trajectensis is overigens een poging geweest om zowel materieel als immaterieel erfgoed van Utrecht te promoten.

²⁰⁸ Van Deventer en de Kam, *Sint-Maarten*, 2 en 22.

²⁰⁹ Sint Maartenberaad Utrecht 'Ontmoetingsbijeenkomst van Europese Sint Maartencentra op 10 december 2008 in Tours, Frankrijk' (28 juni 2017).

²¹⁰ Sint Maartenberaad Utrecht 'Ontmoetingsbijeenkomst van Europese Sint Maartencentra op 10 december 2008 in Tours, Frankrijk' (28 juni 2017).

²¹¹ Beleidsdocument Sint Maartenberaad, *De participerende burger/Participerend burgerschap*.

Een ander belangrijk onderdeel in dit hoofdstuk is de rol die voor UNESCO is weggelegd, met het uitschrijven van definities en beleidstermen omtrent immaterieel erfgoed. Sinds het herdefiniëren van de concepten na 2003 heeft er volgens Smith een conceptuele wending voorgedaan die de bottom-up vormgeving van erfgoed vertegenwoordigt. Dit zou volgens de UNESCO-retoriek efficiënter zijn dan het top-down opleggen van beschermingscriteria. Daarnaast leidde de ondertekening van het UNESCO-verdrag van Nederland er in 2012 toe dat het KIEN werd opgericht, die zich bezig ging houden met het voordragen van mondelinge tradities, podiumkunsten, ambachten, rituelen en andere gebruiken. De erkenning van de Sint Maartenviering op 31 oktober 2012 was hier het gevolg van.

4. Analyse en vergelijkingen van culturele initiatieven

4.1 Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis

In paragraaf 4.2 wordt aangetoond welke discoursen in het nominatiedossier Utrecht 2018 aanwezig zijn en hoe erfgoed wordt gebruikt om een stadsidentiteit te creëren. Tijdens de discoursanalyse is gelet op tegenstrijdigheden, paradoxen, dilemma's, relaties en cryptische zinnen met verborgen agenda's. Bij de analyse naar identiteitsconstructies is vooral gekeken naar de mate waarin erfgoed bijdraagt aan deze constructie, maar ook naar zaken die de aantrekkelijkheid van een stad versterken. Verder is gelet op vocabulaire, grammatica en tekststructuren. Deze impliceren namelijk gegevens die niet direct door het lezen van een tekst kunnen worden opgemerkt.

In paragraaf 4.3 worden verschillende initiatieven geanalyseerd, die zijn verbonden aan de Sint Maartenviering, zodat verborgen agenda's en erfgoedpolitieke strategieën kunnen worden achterhaald. De analyse zal in kaart brengen wat de belangen van de culturele actoren zijn om deel te nemen aan de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. Vervolgens zal in paragraaf 4.4 een vergelijking worden gemaakt tussen de identiteitsconstructies van Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. Daarbij is gelet op overeenkomsten en verschillen. De vergelijking die in paragraaf 4.5 wordt gemaakt richt zich op de Europese initiatieven Culturele Hoofdstad

van Europa en Culturele Routes van de RvE als zodanig.. Deze vergelijkingen dragen bij aan de beantwoording van de onderzoeksvraag: *Welke stadsidentiteit probeert Utrecht uit te dragen aan de hand van het project Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis en hoe verhouden deze identiteitsconstructies zich tot elkaar?*

4.2 Discoursanalyse nominatiedossier Utrecht 2018

De bedoeling van deze discoursanalyse is om te achterhalen welke politieke lading het nominatiedossier Utrecht 2018 heeft. Daarnaast zal uit de analyse ook blijken welke identiteit de initiatiefnemers van het dossier proberen te creëren aan de hand van materieel en immaterieel erfgoed. Discoursen bevatten paradoxen, tegenstrijdigheden, onderlinge verbanden en verborgen agenda's.²¹² Michel Foucault heeft zich uitvoerig beziggehouden met discoursen. In *The Archeology of Knowledge* brengt Foucault het fenomeen discours in verband met statements. Zo beschrijft hij een discours als een set van verbale uitingen die worden geproduceerd door tekens, een stel samengeraapte zinnen en statements.²¹³ Daarnaast heeft een discours volgens Foucault te maken met kennis/machtsrelaties, zoals beschreven in zijn werk *The History of Sexuality*. Daarin beschrijft Foucault dat seks naar gelang van tijd een machtsmiddel werd om over te praten.²¹⁴

De perceptie van Foucault over discoursen wordt bekritiseerd door verschillende academici. Volgens deze critici bevatten de ideeën van Foucault geen duidelijke methodologische onderbouwing als het gaat om de verbindingen tussen kennis, praktijken en maatschappelijke verandering.²¹⁵ De 'Kritische Discoursanalyse' (KDA) kan deze methodologische tekortkomingen ondersteunen, omdat de onderbouwing van dit analysemodel sterker is.²¹⁶ Het KDA is een door Norman Fairclough ontwikkeld model en bevat zowel invloeden uit de sociale wetenschappen als uit de taalstudies.²¹⁷ Het KDA bestaat uit een driedimensionaal raamwerk, te weten

²¹² Reissigl en Wodak 'The discourse-historical approach (DHA), 88.

²¹³ Michel Foucault, *The Archeology of Knowledge* (Abingdon 2002) 120 en 121.

²¹⁴ Michel Foucault, *The History of Sexuality. Volume one: An introduction* (New York 1980) 11.

²¹⁵ Smith, 'Discourse', 14.

²¹⁶ Ibidem, 15.

²¹⁷ James Gee Paul en Michael Handford (red.), *The Routledge handbook of discourse analysis* (New York 2015) 9.

beschrijving, interpretatie en verklaring.²¹⁸ Bij beschrijving wordt er gekeken naar het vocabulaire, de grammatica en de tekststructuur. Bij interpretatie wordt gekeken naar de relatie tussen teksten en bij verklaring naar de sociale context. In de discoursanalyse van deze paragraaf zal de beschrijvende dimensie van Fairclough worden toegepast op het nominatiedossier Utrecht 2018.

Zoals gezegd richt de beschrijvende dimensie zich op vocabulaire, grammatica en tekststructuren. Bij vocabulaire wordt er gelet op de relatie tussen synoniemen, hyponiemen, antoniemen, metaforen en eufemismen. Daarnaast richt het zich op woordherhaling en herformulering. Bij grammatica wordt gelet op actieve, passieve, positieve en negatieve zinnen.²¹⁹ Verder wordt er gelet op het gebruik van de eerste en tweede persoon. Bij tekststructuren wordt gekeken naar hoe een tekst in zijn geheel is geordend. Kranten worden bijvoorbeeld zo ingedeeld dat het nieuws met de meeste belangstelling als eerst wordt genoemd, gevolgd door het minder belangrijke nieuws. De discoursanalyse van het nominatiedossier Utrecht 2018 is uitgevoerd aan de hand van de hierboven beschreven richtlijnen, zodat verborgen politieke, economische of sociale boodschappen kunnen worden aangetoond. Omdat er verschillende actoren bij het nominatiedossier betrokken zijn, zullen deze nu eerst in kaart worden gebracht.

De hoofdactoren van Utrecht 2018 zijn Utrecht Marketing, VVV Utrecht, gemeente, provincie, Fonds voor Cultuurparticipatie en Stichting Vrede van Utrecht. De discoursanalyse zal uitwijzen wat hun agenda's zijn en welk belang zij hebben om mee te doen aan het project Culturele Hoofdstad van Europa. Aangezien er 65 miljoen euro voor het project werd vrijgemaakt, is het begrijpelijk dat het hier niet gaat om een alledaags cultureel initiatief. Aan de hand van de subparagrafen multiculturaliteit, erfgoedtoerisme, economische groei, imago, 'city branding' en Europese integratie zullen nu de agenda's nader worden toegelicht.

4.2.1 Multiculturaliteit

Het eerste opvallende concept uit het nominatiedossier wat herhaaldelijk wordt genoemd is culturele diversiteit. Wanneer de Europese dimensie aan bod komt wordt

²¹⁸ Norman Fairclough, *Language and power* (New York 1989) 110 en 111.

²¹⁹ Fairclough, *Power*, 211.

gezegd dat de organisatie culturele diversiteit wil waarborgen en de gemeenschappelijkheid van Europa wil uitdragen. 'We doen dat met projecten voor een veelkleurig en breedgeschakeerd publiek, waarin de culturele diversiteit én gemeenschappelijkheid van Europa tot uitdrukking komt'. Wat opvalt aan dit citaat is dat de woorden 'diversiteit' en 'gemeenschappelijk' in één zin expliciet naar voren zijn gebracht, terwijl ze elkaar normaliter uitsluiten. Dit is een bewuste strategie van EU-beleidsmakers, die de Utrechtse initiatiefnemers uit de beleidstukken van de Culturele Hoofdstad van Europa hebben overgenomen. Het doel van deze strategie is om kandidaten te laten inzien dat er sprake is van een Europees verleden met een gedeeld Europees erfgoed. Een typisch voorbeeld van dit erfgoed is de Nieuwe Hollandse Waterlinie. Deze bevindt zich in Nederland, maar ook in België en Frankrijk zijn soortgelijke verdedigingswerken te vinden, die aan de Waterlinie worden gekoppeld.

Erfgoed wordt in het initiatief als instrument gebruikt om een identiteit te creëren. Het zet Utrecht neer als een Europese stad die de Universele Rechten van de Mens waarborgt. Dit komt het duidelijkst naar voren aan de hand van de Vrede van Utrecht en de daaruit voortvloeiende 'Utrecht Principles'. 'Het gaat om respect voor culturele, etnische en religieuze diversiteit; de kracht van kunst en meertaligheid voor sociale duurzaamheid; en de uitwisseling van kennis ten behoeve van maatschappelijke samenhang en vernieuwing.'²²⁰ De Vrede van Utrecht wordt in het nominatiedossier beschreven als voorloper van internationale diplomatieke conflictbeheersing, waar nu de EU verantwoordelijk voor is. Verder wordt genoemd dat Europa in een vertrouwenscrisis verkeert en dat Utrecht deze onzekerheid wil wegnemen door zich te profileren als stad met een optimistisch toekomstperspectief.

4.2.2 Erfgoedtoerisme en economische groei

Onderzoek heeft uitgewezen dat de nominatie voor Culturele Hoofdstad van Europa erfgoedtoerisme stimuleert. Het project Salamanca 2002 leverde €100 miljoen aan winst op, die voor 65,54% door toeristen werd opgebracht.²²¹ Verschillende enquêtes

²²⁰ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1.pdf (18 juni 2017) 33.

²²¹ Luis César Herrero e.a. 'The Economic Impact of Cultural Events: A Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture' *European Urban and Regional Studies* 13 (2006) 1, 41-57, aldaar 50.

wezen uit dat toeristen speciaal voor de Culturele Hoofdstad van Europa naar Salamanca waren afgereisd.²²² De economische voordelen die steden als Liverpool, Graz en Rotterdam hebben opgeleverd bevestigen deze trend.²²³ Het is daarom begrijpelijk dat de gemeente, provincie en andere culturele instellingen binnen Utrecht bereid waren om geld te investeren in Utrecht 2018. Benoeming tot Culturele Hoofdstad van Europa stimuleert toerisme en levert economische voordelen op. De discoursanalyse heeft uitgewezen dat de agenda's van cultuurtoerisme en economische groei, in tegenstelling tot multiculturaliteit, openlijk worden besproken.

Volgens Utrecht 2018 zou benoeming tot Culturele Hoofdstad van Europa leiden tot economische groei voor de regio en voor Europa. 'Met Utrecht 2018 willen wij de connectiviteit met Europa, maar ook met opkomende economieën buiten Europa, extra stimuleren. 'Wij geloven stellig dat onze stad, onze regio én Europa daarvan zullen profiteren.'²²⁴ Het stellig geloven klinkt veelbelovend, maar wordt in het toelichtingsdossier pas echt concreet. 'Een spectaculair cultuurfeest voor Utrechters in stad en regio. En voor vijf miljoen bezoekers uit Nederland en Europa, dat zijn er drie miljoen meer dan in andere jaren in Utrecht.'²²⁵ Het is nogal optimistisch om te stellen dat het project drie miljoen extra bezoekers oplevert. 'Na 2018 is Utrecht een vanzelfsprekende bestemming voor iedereen die Nederland bezoekt.'²²⁶ Qua aantrekkingskracht voor toeristen wil Utrecht dus gaan lijken op Amsterdam.

Het valt op dat de woorden uit het toelichtingsdossier mooier worden voorgesteld dan de werkelijkheid zich voordoet. Het is namelijk bijna onmogelijk om een correcte indicatie te geven van het aantal bezoekers die worden verwacht. Zeker als daar geen concrete onderbouwing van is. Daarom kan worden gezegd dat de

²²² Herrero, 'Economic Impact', 50.

²²³ Kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 'Q & A Utrecht kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 2018'https://www.provincieutrecht.nl/algemeneonderdelen/zoeken/?zoeken_term=culturele+hoofdstad+van+Europa (11 juni 2017).

²²⁴ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidboek 2018, Trust the future create your city'
https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017) 77.

²²⁵ Kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 'Q & A Utrecht kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 2018'https://www.provincieutrecht.nl/algemeneonderdelen/zoeken/?zoeken_term=culturele+hoofdstad+van+Europa (11 juni 2017).

²²⁶ Kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 'Q & A Utrecht kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 2018'https://www.provincieutrecht.nl/algemeneonderdelen/zoeken/?zoeken_term=culturele+hoofdstad+van+Europa (11 juni 2017).

initiatiefnemers bewust gebruik hebben gemaakt van eufemismen. Dit zijn stijlfiguren die worden toegepast om iets mooier te laten lijken dan de werkelijkheid. De organisatoren zijn genoodzaakt om dit te doen, omdat het bij een grootscheeps project van €65 miljoen duidelijk moet zijn wat de opbrengsten zijn. Er bestaat namelijk snel negatieve publiciteit over de geldbedragen die in dit soort projecten omgaan en dat maakt het draagvlak minder.

4.2.3 Imago en 'city branding'

Op het gebied van imagomanagement wees de discoursanalyse van het nominatiedossier uit dat Utrecht zich wil profileren als jeugdige stad met jongeren die een rooskleurig toekomstperspectief voor ogen hebben. 'Dat Utrecht de jongste en hoogst opgeleide stad van Nederland is, zegt veel.'²²⁷ Met name omdat Utrecht zich afzet tegenover andere Nederlandse steden is dit een duidelijke identiteitsconstructie. Identiteit is namelijk datgene wat exclusief toebehoort aan een individu, groep, of stad in dit geval. Verder wees de analyse uit dat er een aantal zinnen rondom het thema jeugd worden geherformuleerd of herhaald. 'Het is de meest jeugdige en leergierige stad van Nederland' en 'De bevolking van Utrecht is nu al de jeugdigste van Nederland'.²²⁸ Dit zijn bewuste strategieën die als doel hebben om Utrecht te voorzien van een positief imago. Het doel van deze strategie is om meer mensen naar Utrecht te laten komen. Dit kan in verband worden gebracht met 'branding', waarover straks meer.

Wat de analyse nog meer duidelijk heeft gemaakt is dat er opvallende metaforen worden toegepast rondom de identiteitsconstructies jeugd. Zo wordt in het nominatiedossier gebruik gemaakt van de woorden 'verjongingskuur', 'stormachtige groei' en 'aanstormend talent'.²²⁹ Metaforen die raakvlakken hebben met termen uit de medische wereld, zoals de eerste uit dit voorbeeld, suggereren dat ze een hoge urgentie

²²⁷ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017) 13.

²²⁸ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017) 25 en 33.

²²⁹ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017) 32, 34 en 211.

hebben.²³⁰ De bedoeling van het gebruik van metaforen is om bij de lezer een beeld te schetsen dat overeenkomt met de bedoeling van de schrijver. Los van de metaforen wordt in het nominatiedossier gewezen op regionale erfgoedsites die het imago van Utrecht en de provincie bepalen. Dit zijn de talloze kastelen en forten in de provincie, maar ook het landschappelijk erfgoed en militair erfgoed.²³¹

Het imago dat Utrecht probeert te creëren als jeugdige stad is tegelijkertijd ook een manier van 'city branding'. Dit fenomeen houdt sterk verband met imago, maar het verschil is dat 'city branding' gaat over het creëren van een betrouwbaar merknaam, terwijl imago zich richt op de beleving van de bezoekers. Bij het creëren van een merknaam worden alle aantrekkingskrachten belicht en dat doet Utrecht door zichzelf neer te zetten als middelgrote universiteitsstad in aanbouw, die momenteel verandert in een internationale stedelijke regio.²³² Dit zijn voor ondernemers en bedrijven gunstige omstandigheden om zich daar te vestigen. Dat is ook precies de agenda van de initiatiefnemers, namelijk de naamsbekendheid doen vergroten om meer mensen in de stad te vestigen. Ook erfgoed wordt bij het aantrekkingsproces betrokken, want in Utrecht 2018 wordt concreet verwezen naar de middeleeuwse binnenstad met de Domkerk, Middeleeuwse steegjes en werven.

4.2.4 Europese Integratie

Utrecht 2018 heeft een politieke connotatie, die de initiatiefnemers proberen weg te moffelen. 'Culture Hoofdstad van Europa gaat niet over het politieke Europa en kan de scepsis ten aanzien van het politieke proces niet wegnemen.'²³³ De formulering van deze cryptische zin wekt de schijn dat er weldegelijk politiek bij betrokken is. De reden dat het wegnemen van politieke betrokkenheid zo expliciet wordt geformuleerd is om draagvlak voor Europese integratie te behouden. Dit is namelijk een van de doelen die de EU voor ogen heeft. Sceptici van de EU zullen alles wat met de Europese integratie te

²³⁰ Fairclough, Power, 119 en 120.

²³¹ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017) 245.

²³² Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017) 25.

²³³ Nominatiedossier Utrecht, 'Bidbook 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrije-tijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017) 76.

maken heeft boycotten. Deze scepsis probeert de EU weg te nemen aan de hand van deze bottom-up gevormde strategie, waarmee zij hopen dat er minder weerstand zal ontstaan, omdat de handelingsvrijheid van actoren hierdoor groter lijkt. Het feit blijft wel dat de betrokken actoren nog altijd binnen de machtsrelatie van de Europese Unie zijn gevangen.

4.3 Discoursanalyse Sint Maartenviering en Via Trajectensis

In deze paragraaf zal worden aangetoond welke identiteit Utrecht probeert te creëren aan de hand van beleidstukken over de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. Voor de analyse van de Sint Maartenviering is het erfgoedzorgplan geraadpleegd, die in samenwerking met het toenmalig Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed werd ontworpen. Tegenwoordig wordt dit instituut het Kennis Centrum voor Immaterieel Erfgoed Nederland genoemd. Het Sint Maartenberaad coördineert de realisering van het Utrechtse deeltraject de Via Trajectensis, dat onderdeel uitmaakt van het Europese netwerk genaamd de Sint Maarten van Tours Route. De discoursanalyse heeft uitgewezen welke identiteitsconstructies de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis bevatten. Daarnaast heeft de analyse duidelijk gemaakt wat de verborgen agenda's zijn van de betrokken actoren.

De actoren van de Sint Maartenviering zijn het Sint Maartenberaad, museum Catharijne Convent, Sharing Arts Society, Universiteit Utrecht, wijken, scholen en maatschappelijke instellingen. Zij hebben allemaal hun eigen agenda's om deel te nemen aan de Sint Maartenviering. Dit geldt ook voor de Via Trajectensis. De actoren van dit initiatief zijn het Sint Maartenberaad, Stichting Dialoog, gemeente Utrecht, DOMunder, forten langs de Nieuwe Hollandse Waterlinie en Muziekhuis Utrecht. Een duidelijk verschil tussen deze initiatieven en Utrecht 2018 is dat de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis zijn opgezet door vrijwilligers, terwijl honderden betaalde mensen het nominatiedossier voor Utrecht 2018 hebben ontwikkeld. Een overeenkomst is dat beide initiatieven door Europese instellingen worden erkend. Er zal nu een overzicht volgen van de agenda's die deze actoren voor ogen hebben.

Voor de discoursanalyse in deze paragraaf wordt dezelfde werkwijze gehanteerd als in paragraaf 4.2. Daarmee wordt bedoeld dat de beschrijvende dimensie van Fairclough wordt toegepast en dat tijdens de analyse zal worden gelet op vocabulaire,

grammatica en tekststructuren. Daarnaast worden ook zinnen uit het dossier gehaald vanwege cryptische vormgeving of politieke lading. De agenda's die in het volgende overzicht aan bod komen zijn imago, erfgoedtoerisme, economische groei en politieke lading. Gezien de kleinere omvang van de initiatieven in vergelijking met Utrecht 2018 kunnen de agenda's minder uitvoerig in kaart worden gebracht. Desalniettemin heeft de discoursanalyse interessante informatie opgeleverd. Deze dragen bij aan de beantwoording van de onderzoeksvraag in dit werk.

4.3.1 Imago

De activiteiten rondom de Sint Maartenviering in Utrecht geven een goede indicatie van wat de agenda's zijn van de maatschappelijke instellingen. Een kenmerkende activiteit is de solidariteitsprijs 'Mantel van Sint Maarten', die bestaat uit een geldprijs en oorkonde.²³⁴ In 2014 werd deze prijs uitgereikt aan een projectgroep die een opvangcentrum voor uitgeprocedeerde asielzoekers wilde realiseren. Een andere kenmerkende activiteit van de Sint Maartenviering is het lampjes lopen. Het langs de deuren gaan van kinderen om snoepgoed op te halen en liedjes te zingen wordt gekoppeld aan het ophalen van etenswaren voor de voedselbank.²³⁵ Dit is dan ook een reden waarom maatschappelijke instellingen bij de Sint Maartenviering zijn aangesloten. Wat dit zegt over het imago van Utrecht is dat het zich wil neerzetten als solidaire stad, die de Universele Rechten van de Mens waarborgt.

Wat opvalt aan het erfgoedzorgplan van de Sint Maartenviering is dat in de beschrijving gebruik is gemaakt van eufemismen. Zo wordt de fanfare 11-11 beschreven als 'muzikale en beeldende lampionnentocht' die eindigt met 'een spectaculaire finale op het Domplein'.²³⁶ Deze formulering wordt bewust toegepast, in de hoop om meer bezoekers op de activiteiten te laten afkomen. Met al de activiteiten rondom de Sint Maartenviering wil Utrecht zich neerzetten als een stad die toegankelijk is voor alle Utrechters. Alle actoren hebben hier profijt van, omdat hierdoor meer mensen gebruik zullen maken van cultuurconsumptie.

²³⁴ Citypastoraat Domkerk 'Uitreiking 'Mantel van Sint Maarten' in de Domkerk <http://domkerk.nl/gemeente/sintmaarten.html> (10 juli 2017).

²³⁵ Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed 'erfgoedzorgplan' (Utrecht 2012).

²³⁶ Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed 'erfgoedzorgplan' (Utrecht 2012).

Tot zover de imagoagenda's van de Sint Maartenviering. Ook aan de hand van de Via Trajectensis probeert Utrecht een bepaald imago te creëren. Binnen het initiatief staat het thema oorlog en vrede centraal en Sint Maarten vervult daarin de rol als Europese vredestitel. 'Centraal van de rol van Martinus als Europese vredestitel 'avant la lettre' en als schutspatroon van de soldaten en militair cultureel erfgoed'.²³⁷ De verborgen agenda hierachter is dat Utrecht het imago wil creëren van een vreedzame stad, waar onderlinge verdraagzaamheid en wederzijds respect vanzelfsprekend zijn

4.3.2 Erfgoedtoerisme en economische groei

Allereerst moet worden opgemerkt dat de agenda's van de Sint Maartenviering er niet op uit zijn om erfgoedtoerisme te stimuleren. De Via Trajectensis daarentegen doet dat wel, dus daarom richt deze subparagraaf zich uitsluitend op dit initiatief. De beleidstukken van het Sint Maartenberaad maken duidelijk dat de gemeente Utrecht het Sint Maartenberaad financieel steunt. Om precies te zijn financiert de gemeente een jaarlijks bedrag van €1800, waarmee het project de Via Trajectensis kan worden opgezet, de website kan worden verbeterd en stedelijk/regionaal overleg tussen de betrokken partijen kan plaatsvinden.²³⁸ De hierop aansluitende discoursanalyse heeft uitgewezen dat de gemeente belang heeft bij het laten slagen van de Via Trajectensis, omdat officieel gecertificeerde Culturele Routes door de RvE, net zoals erkenning van UNESCO en de Culturele Hoofdstad van Europa, door buitenstaanders worden ervaren als kwaliteitslabel.²³⁹

Zoals genoemd in paragraaf 1.2 stellen Jason Ryan en Sari Silvano dat niet-deskundige cultuurtoeristen de keuzes voor een bezoek aan erfgoedsites bepalen op basis van mondiale of Europese erfgoederkenningen.²⁴⁰ De verborgen agenda is dus dat erfgoederkenning kapitaalstromen opleveren die deels ten goede komen aan lokale overheden zoals gemeentes en provincies. Dit kan economische groei bevorderen, wat in een positief scenario leidt tot de stijging van koopkracht, levering van producten en technische innovatie. Voor gemeentes is het gunstig, omdat toeristen in de stad geld

²³⁷ Beleidsartikel Via Trajectensis, *Aan het bestuur van Stichting Dialoog*.

²³⁸ Beleidsartikel Via Trajectensis, *Aan het bestuur van Stichting Dialoog*.

²³⁹ Ryan en Silvano, 'The World Heritage List' 292.

²⁴⁰ *Ibidem*, 292.

spenderen waar toeristenbelasting over wordt geheven, waardoor de staatskas van gemeentes kunnen worden gespekt. Hierdoor houden gemeentes meer geld over om overheidsuitgaven te bekostigen.

4.3.3 Politieke lading

Bij de beschrijving van de politieke agenda is het van belang om onderscheid te maken tussen de agenda's van de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. De eerste staat volledig los van betrekkingen met de EU, terwijl de tweede wel in verband met Europa kan worden gebracht. Als het gaat om Europa hebben de Via Trajectensis en Utrecht 2018 meer raakvlakken, gezien het feit dat ze allebei door Europese organen worden erkend. Wat de Sint Maartenviering en Via Trajectensis met elkaar gemeen hebben is dat ze allebei het kernconcept: 'de delende stadsburger' uitdragen. Dit zal blijken uit de analyse van de beleidstukken en activiteiten die zijn georganiseerd rondom de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis.

De discoursanalyse heeft uitgewezen dat de activiteiten rondom de Sint Maartenviering linkse politieke agenda's bevatten. Dit omdat ze als doel hebben om de mondiale welvaartsverschillen te marginaliseren of er in ieder geval bewustwording van te kweken.²⁴¹ Daarnaast wijst de solidariteitsprijs uit dat de Sint Maartenviering een podium is voor mensen die politiek betrokken zijn en willen dat vluchtelingen humanaan worden opgevangen. Dit sluit aan bij de waarden die de RvE wil uitdragen met betrekking tot mensenrechten, omdat de RvE internationale regelgeving uitschrijft die bepaalt of uitgeprocedeerde asielzoekers bijvoorbeeld recht mogen blijven houden op bed, bad en brood in het land waar ze op dat moment verblijven.²⁴²

Een andere activiteit die een politieke lading heeft is het versterken van muzikale dialoog.²⁴³ Zo worden Vlaamse, Nederlandse en Franse muziekworkshops gegeven die als doel hebben om de samenhang te vergroten. Dit is enerzijds om meer onderlinge harmonie te stimuleren en heeft anderzijds als doel om een Europese identiteit te creëren waar alle Europeanen zichzelf in terugzien. Kenmerkend voor het Sint Maartenberaad is dat de hoofdactiviteiten van onderaf worden opgelegd. 'Ons

²⁴¹ Nederlands Centrum voor Volkscultuur en Immaterieel Erfgoed 'erfgoedzorgplan' (Utrecht 2012).

²⁴² Council of Europe 'Human rights of immigrants, refugees and asylum seekers' <http://www.coe.int/en/web/commissioner/thematic-work/migration> (6 juli 2017).

²⁴³ Beleidsartikel Via Trajectensis, *Aan het bestuur van Stichting Dialoog*.

inziens sluiten de hoofdactiviteiten van het SMU heel goed aan bij de visie en de gewenste bottom-up benadering, die Stichting Dialoog formuleert.’²⁴⁴ Europese integratie wordt bewust achterwege gelaten, omdat het momenteel nog te veel tegenstanders heeft.

4.4 Een vergelijking van de verborgen agenda’s

De bedoeling van deze paragraaf is om een vergelijking te maken tussen de identiteitsconstructies van Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. Daarbij is gelet op de verborgen agenda’s die gecodeerd zitten in de discoursen van de initiatieven. De agenda’s van de initiatieven Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis vertonen zowel raakvlakken als verschillen. De overeenkomsten richten zich op het nastreven van cultuurtoerisme en economische groei. Dit blijkt voornamelijk uit de initiatieven Utrecht 2018 en de Via Trajectensis. De financieringen van de gemeente en provincie kunnen worden beschouwd als investering, omdat ze als doel hebben om winst te maken op het aantrekken van cultuurtoerisme. Hier blijft de Sint Maartenviering buiten beschouwing, omdat deze niet als doel heeft om cultuurtoerisme te bevorderen. Een andere verborgen agenda die Utrecht 2018 en de Via Trajectensis nastreven is Europese integratie.

Er zijn echter ook een aantal tegenstellingen. Deze komen duidelijk naar voren in de verborgen imagoagenda’s. Het doel van Utrecht 2018 is om Utrecht te profileren als meest jeugdige en snelst groeiende stad van Nederland. Om deze beweringen in kaart te brengen worden metaforen in het nominatiedossier toegepast. Het imago dat de Sint Maartenviering wil creëren is dat Utrecht een solidaire stad is die toegankelijk is voor alle Utrechters. Dit hoeft niet perse met jeugdigheid in verband te worden gebracht, maar meer met hoe mensen met elkaar dienen om te gaan. Deze imagoconstructie is vergelijkbaar met die van de Via Trajectensis. Deze zet Utrecht namelijk neer als stad met een verdraagzaam karakter, waar wederzijds respect gebruikelijk is. Ook hier worden de verwachtingen uitgesproken van hoe mensen met elkaar moeten omgaan.

De agenda’s met een politieke lading van de Sint Maartenviering streven in vergelijking tot Utrecht 2018 en de Via Trajectensis meer naar linkse politieke

²⁴⁴ Beleidsartikel Via Trajectensis, *Aan het bestuur van Stichting Dialoog*.

standpunten. Dit wordt duidelijk aan de hand van de ‘Mantel van Sint Maarten’, die in 2014 werd uitgereikt aan een plan voor een asielzoekerscentrum. Daarnaast hebben de activiteiten als doel om bewustwording te kweken van welvaartsongelijkheid. Dit zijn bij uitstek standpunten die sympathisanten van het linkse politieke spectrum hopen te verwezenlijken. Deze agenda’s hebben op hun beurt weer raakvlakken met de waarden die de RvE van belang acht, namelijk mensenrechten, alleen dit wordt nergens expliciet gemaakt in de beleidsdocumenten rondom de Via Trajectensis. Tot zover de vergelijkingen tussen de verborgen agenda’s. Het is nu zaak om verder in te gaan op de vergelijkingen tussen de Europese initiatieven als zodanig, oftewel de Culturele Hoofdstad van Europa en de Culturele Routes van de RvE.

4.5 Een vergelijking van de Europese initiatieven als zodanig

De vergelijking die nu zal worden gemaakt is van algemene aard en richt zich op de Europese initiatieven als zodanig en niet op de situatie in Utrecht. Daarom zal nu niet meer worden gesproken over Utrecht 2018, de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis. Om te beginnen is het van belang om te kijken met welke gedachte de culturele initiatieven zijn opgezet. Het oorspronkelijke doel van de Culturele Hoofdstad van Europa tijdens het oprichtingsjaar in 1985 was het bij elkaar brengen van inwoners uit verschillende lidstaten.²⁴⁵ Om dit te bereiken was het nodig dat burgers bewust zouden worden van een gemeenschappelijke Europese cultuur. Daarom ging het initiatief cultuur toegankelijk maken voor een groot Europees publiek, waarmee het tegelijkertijd de Europese cultuur in zijn geheel in kaart kon brengen.²⁴⁶ Zoals in hoofdstuk 2 is genoemd vormde de jaren negentig hierbij het keerpunt.

De benoeming van Glasgow als eerste niet-attractieve culturele stad leidde ertoe dat diverse andere industriesteden werden benoemd, zodat zij hun imago konden verbeteren.²⁴⁷ Daarmee kan de Culturele Hoofdstad van Europa worden beschouwd als initiatief die de mogelijkheid schept om een stad een podium te geven en vernieuwing toe te laten. De meeste studies over het project hebben betrekking op imago, ‘city

²⁴⁵ Greg Richards ‘The European cultural capital event: Strategic weapon in the cultural arms race?’ *International Journal of Cultural Policy* 6 (2000) 2, 159-181, aldaar 160.

²⁴⁶ Richards ‘Capital event’, 160.

²⁴⁷ Ibidem, 162.

branding' en culturele betekenis, oftewel de impact.²⁴⁸ Dit is meteen een groot verschil met de Culturele Routes van de RvE, omdat er in de academische literatuur geen onderzoeken zijn die zich richten op de impact van de Culturele Routes van de RvE.²⁴⁹ Om bij te dragen aan dit tekort probeert de auteur van dit werk toekomstig onderzoek naar de impact van de Culturele Routes van de RvE en de Via Trajectensis te stimuleren.

Er zijn echter ook gelijkenissen tussen de twee initiatieven. In de voorafgaande alinea werd gesproken over de politisering van de Culturele Hoofdstad van Europa. Het initiatief wordt namelijk door de EU en de EC ingezet om Europese integratie te verwezenlijken. Om draagvlak te krijgen voor Europese eenwording is het nodig dat individuen zich bewust zijn van een gedeelde Europese identiteit. Deze identiteit noemt Lähdesmäki 'Europeesheid' en wordt in het initiatief belichaamd door de Europese dimensie, waarbij deelnemers een verbinding moeten maken tussen regionaal/lokaal erfgoed, Europees erfgoed en geschiedenis.²⁵⁰ 'Europeesheid' kan zich richten op waarneming, denkbeelden en beleving, maar voor dit onderzoek is het interessant om te kijken hoe 'Europeesheid' zich verhoudt tot het concept de 'ander'. Elke identiteit, dus ook die van Europa, moet zich afspiegelen tegenover de 'ander' om betekenis te krijgen.²⁵¹ Net als de Culturele Hoofdstad van Europa hebben de Culturele Routes van de RvE ook een 'ander' nodig om zichzelf te kunnen identificeren.

De eerste certificering van een Culturele Route door de RvE zal de vergelijking tussen de twee Europese initiatieven verduidelijken. Gelijktijdig met de oprichting van Culturele Routes van de RvE en het Europees instituut voor Culturele Routes werd de Santiago de Compostella Pelgrims Route gerealiseerd. Deze route vormt het referentiepunt voor alle andere routes die in de toekomst zullen worden ontwikkeld. Dit omdat de Santiago de Compostella een Pan-Europese, oftewel christelijk georiënteerde identiteit van Europa vertegenwoordigt.²⁵² Deze identiteit wordt bewust

²⁴⁸ Stephen Kinsella, Niamh NicGhabhann en Annmarie Ryan 'Designing policy: collaborative policy development within the context of the European capital of culture bid process' *Cultural Trends* (2017): 1-16, aldaar 5.

²⁴⁹ Cultural Routes 'Publications, theses, researches' <http://culture-routes.net/research/publications> (5 juli 2017).

²⁵⁰ Lähdesmäki 'Discourses of Europeanness', 202.

²⁵¹ Ibidem, 200.

²⁵² Sven Grabow 'The Santiago de Compostela pilgrim routes: the development of European cultural heritage policy and practice from a critical perspective' *European Journal of Archaeology* 13 (2010) 1, 89-116, aldaar 103.

gecreëerd omdat het gros van de Europeanen zich kunnen identificeren met het christendom. Hiermee wordt een duidelijke afscheiding gemaakt tussen enerzijds een christelijke identiteit en anderzijds de niet-christelijke moslimidentiteit die wordt beschreven als de 'ander'.²⁵³ Het punt van deze vergelijking is dat zowel de Culturele Hoofdstad van Europa als de Culturele Route van Europa het principe van 'othering' toepassen.

Daarnaast vertegenwoordigen de Culturele Routes de waarden van de RvE. Deze hebben betrekking op het bewust maken van een gemeenschappelijke Europese identiteit en het respecteren van culturele verschillen.²⁵⁴ Daarmee probeert het initiatief om het concept 'in verscheidenheid verenigd' in praktijk te brengen, wat in feite ook staat beschreven in de beleidsdocumenten van de Culturele Hoofdstad van Europa.²⁵⁵ Dit is een gelijkenis met de Culturele Routes, wat in de beleidstukken wordt bevestigd, maar dit hoeft op het eerste oog niet perse zo te zijn. Dit omdat de RvE niet een officieel EU-orgaan is, en zich dus in mindere mate bezighoudt met aangelegenheden die over de EU gaan. Dat het overigens helemaal niets met de EU te maken heeft is onjuist, omdat het doel van de RvE is om potentiële lidstaten van de EU cultureel voor te bereiden op een EU-lidmaatschap. Daarnaast hebben alle EU-beleidsmakers eerst deel uitgemaakt van de RvE.²⁵⁶

4.6 Deelconclusie

De bedoeling van dit hoofdstuk was om in grote lijnen een voorschot te nemen op de beantwoording van de onderzoeksvraag die nader in de eindconclusie aan bod zal komen. Aan de andere kant heeft het laten zien hoe de identiteitsconstructies en de Europese initiatieven als zodanig zich tot elkaar verhouden. Zo wil Utrecht zich profileren als jonge, innovatieve en cultuurrijke stad om bedrijven, studenten, ondernemers en gezinnen uit allerlei windstreken aan te trekken. Daarnaast viel bij de analyse op dat Utrecht zich neerzet als optimistische stad met een duidelijke visie die het verloren vertrouwen wil terugwinnen. Utrecht gebruikt immaterieel erfgoed om een

²⁵³ Grabow 'The Santiago de Compostela', 103.

²⁵⁴ Ibidem, 92.

²⁵⁵ Eu-recht en -publicaties 'BESLUIT Nr. 1622/2006/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD' <https://publications.europa.eu/nl/publication-detail/-/publication/7fb8e3ef-822e-4a02-98a4-57a240c1cce2> (21 juni 2017).

²⁵⁶ Ibidem, 92.

vertaalslag van het heden naar het verleden te kunnen maken. Dit doet het bijvoorbeeld door te stellen dat het dankzij de Vrede van Utrecht nu mogelijk is dat mensen elkaars culturele en religieuze verschillen accepteren.

Ook aan de hand van Sint Maarten probeert Utrecht een bepaalde identiteit neer te zetten. Delen en participeren zijn centrale kernwaarden die door middel van de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis worden uitgedragen. De activiteiten die tijdens de viering worden georganiseerd richten zich dan ook op solidariteitsinitiatieven die Utrecht neerzetten als een stad met sociaal imago. De partners van het Sint Maartenberaad, waaronder de gemeente en Stichting Dialoog, zijn verantwoordelijk voor het financieren van initiatieven rondom het project de Via Trajectensis. Deze richten zich net als Utrecht 2018 meer op de Europese dimensie en bevatten de verborgen agenda om Europese integratie willen verwezenlijken. Utrecht wordt binnen deze initiatieven dus meer neergezet als stad die van oudsher een aantoonbaar Europees verleden heeft.

Uit het vergelijkend onderzoek tussen de Culturele Hoofdstad van Europa en de Culturele Routes van de RvE bleek dat er een aantal significante raakvlakken zijn. Het is overduidelijk dat beide initiatieven 'othering' toepassen en het motto van 'in verscheidenheid verenigd' nastreven. Ook proberen beide initiatieven een gedeelde Europese identiteit te creëren met als doel om de mensen meer bij elkaar te brengen. Een duidelijk verschil is echter dat de Culturele Hoofdstad van Europa uitgebreider in de academische literatuur staat beschreven en dat er meer onderzoek is gedaan naar de gevolgen van een Europees titeljaar. Dit komt doordat er meer geld in de programma's van de Culturele Hoofdstad van Europa worden gestoken, omdat ze internationaal gezien meer publiciteit krijgen dan de Culturele Routes van de RvE. De literatuur maakt echter niet duidelijk of de RvE voor ogen heeft om politieke integratie te verwezenlijken. De RvE is namelijk geen officieel EU-orgaan, dus streeft het ook niet per definitie dezelfde idealen na.

Conclusie

De onderzoeksvraag die in dit werk moest worden beantwoord was welke stadsidentiteit Utrecht wil uitdragen aan de hand van de initiatieven Utrecht 2018, de

Sint Maartenviering en de Via Trajectensis en hoe deze identiteitsconstructies zich tot elkaar verhouden. Voor alle drie de projecten zijn aanvragen in omloop die in dit onderzoek zijn geanalyseerd en vergeleken, zodat de stadsidentiteit van Utrecht in kaart kon worden gebracht. Voor de beantwoording van deze vraag zal eerst worden teruggeblikt op de vier hoofdstukken van het onderzoek, te beginnen bij de theoretische concepten. Dit onderzoek was een erfgoedstudie naar de manier waarop erfgoed wordt gebruikt om een stadsidentiteit te creëren. Daarmee is het begrijpelijk dat erfgoed binnen dit werk uitgebreid is besproken. De concepten die aan de onderzoeksvraag werden gekoppeld zijn herinnering, sociale identiteit, etnische identiteit, imago, 'city branding' en 'place branding'. Deze concepten zijn uitvoerig binnen een aantal cursussen van de masteropleiding aan bod gekomen.

Er bestaan uiteenlopende invalshoeken over het concept identiteit. Deze kunnen zich richten op de mate waarin mensen denken dat ze bij een groep horen of de mate waarin cultuur de identiteit van een groep bepaalt. Herinnering wordt in de academische literatuur beschreven als concept dat mensen met elkaar verenigt. Er wordt gewezen op collectief geheugen, dat volgens de meeste academici betekenisloos is en slechts heel sporadisch kan plaatsvinden. Daarnaast zijn er nog de concepten imago, 'city branding' en 'place branding', die veel samenhang met elkaar hebben. Zo richt imago zich in dit onderzoek op het beeld dat mensen hebben van een stad, voor en nadat ze deze hebben bezocht. In veel gevallen verandert het imago van een stad na deze een bezoek te hebben gebracht. 'city branding' en 'place branding' houden hier verband mee, omdat ze het positieve imago gebruiken als identiteitsconstructie waarmee ze actoren aantrekken die zorgen voor economische ontwikkeling.

De hierboven beschreven concepten zijn van toepassing op de Culturele Hoofdstad van Europa, wat tevens het tweede hoofdstuk behelst. Het ontstaan van de Culturele Hoofdstad van Europa gaat terug naar de jaren tachtig toen er nog geen EU bestond, zoals die nu bekend is. Veel individuen beschouwden de toenmalige EU als Economische Unie. Dit was ook meteen een kritiekpunt, omdat niemand zich hier eigenlijk mee kon identificeren, waardoor het 'Europagevoel' niet aanwezig was. Uiteindelijk werd in 1985 de voorloper van de Culturele Hoofdstad van Europa ingevoerd, die als doel had om mensen dichterbij elkaar te brengen en meer te doen

met cultuur. De eerste activiteiten die de EU heeft ondernomen op het gebied van cultuur richtten zich op het ontwikkelen van een Europees volkslied, een Europese vlag en een Europese kalender. Toen cultuur in 1991 officieel door de EU werd erkend als beleidsgebied, vond ook een omslag plaats in de manier waarop de Culturele Hoofdstad van Europa door steden werd ingevuld.

Deze verandering werd door de aanstelling van Glasgow in gang gezet. Dit omdat Glasgow de eerste stad was met weinig cultuur, maar toch werd uitgeroepen als Culturele Hoofdstad van Europa. Als gevolg werden talloze andere haven- en industriesteden genomineerd in de hoop hun imago te verbeteren en naamsbekendheid te creëren. In de huidige nominatiedossiers moeten Europese dimensies worden opgenomen, waarin kandidaten aangeven in hoeverre de regionale/lokale cultuur, erfgoed of geschiedenis zich verhoudt tot Europa. Deze strategieën zijn bottom-up geïntegreerd, omdat de EU als doel heeft om de politieke bevoegdheden van het supranationale samenwerkingsverband uit te bouwen. Hierop aansluitend heeft de discoursanalyse van het nominatiedossier Utrecht 2018 duidelijk gemaakt welke verborgen agenda's de actoren van het initiatief voor ogen hebben.

Voor Utrecht 2018 zijn de actoren zeer uiteenlopend en bestaan deze zowel uit overheidsinstanties als particuliere fondsen. Zij hebben allemaal hun eigen agenda om deel te nemen aan het initiatief. De Vrede van Utrecht wordt binnen het imagomanagement van Utrecht 2018 gebruikt om aan te tonen dat Utrecht een stad is met een Europees verleden. Daarnaast laat het zien dat Utrecht een stad is die de Universele Rechten van de Mens hoog in het vaandel heeft staan. Een ander punt is dat het nominatiedossier Utrecht wil profileren als Nederlands snelst groeiende en meest innovatieve stad, met veel hoogopgeleiden en veel jongeren. Dit identiteitslabel gebruiken beleidsmakers en initiatiefnemers van Utrecht 2018 bewust om meer ondernemers en bedrijven aan te trekken voor economisch gewin. Dit is een schoolvoorbeeld van 'city branding', zoals beschreven in het theoretisch kader. Daarom zijn imago en 'city branding' binnen Utrecht 2018 twee onlosmakelijke agenda's.

Een ander analyseobject dat centraal stond was Sint Maarten en richt zich op het derde hoofdstuk. Tijdens de vroege middeleeuwen onder heerschappij van de Merovingen is Sint Maarten schutspatroon van Utrecht geworden. Vanaf het eerste uur

werd de heilige gekoppeld aan de Domkerk, die in de loop der jaren verschillende veranderingen heeft ondergaan. De gebeurtenis die uit de overleveringen van Sint Maarten het beroemdste is geworden was het afstaan van zijn mantel aan een bedelaar voor de poorten van Amiens. Tot op de dag van vandaag wordt deze barmhartige daad verheerlijkt en vertaald naar een hedendaagse context. Dit komt allereerst tot uiting aan de hand van de Sint Maartenviering, die ieder jaar op 11 november in Utrecht plaatsvindt en vanaf 2012 door het KIEN wordt erkend. De discoursanalyse naar de agenda's van de Sint Maartenviering en de Via Trajectensis richtten zich op imago, erfgoedtoerisme en politieke aangelegenheden en vormt het laatste hoofdstuk.

Voor het imago wil Utrecht aan de hand van de Sint Maartenviering een solidaire stad zijn. Dit zegt iets over het inclusieve karakter dat Utrecht wil uitdragen. Het profileert zich als stad voor mensen uit alle wijken, ongeacht nationaliteit, en niet alleen voor een groep bevoorrechte beleidsmakers of academici. De tweede agenda richt zich op cultuurtoerisme en is voornamelijk voorbehouden aan de Via Trajectensis. Overheidsinstanties en fondsen stoppen geld in dit initiatief, omdat ze zien dat culturele initiatieven cultuurtoerisme stimuleren. Met het geld dat toerisme oplevert hopen zij dat hun investeringen worden uitbetaald in de vorm van winst. De agenda's met een politieke lading richten zich in het geval van de Sint Maartenviering op linkse onderwerpen, zoals welvaartsongelijkheid en vluchtelingenproblematiek. De Via Trajectensis daarentegen richt zich meer op Europese integratie. Dit laatste is in lijn met de politieke agenda van Utrecht 2018, waarbij de drang naar Europese integratie nog meer aanwezig is.

Kortom, wat het onderzoek heeft uitgewezen is dat jeugdigheid, innovatie, Europa, vrede, oorlog en solidariteit de kernconcepten zijn waar Utrecht haar identiteit aan wil ophangen. Het gebruikt dit identiteitslabel om een positief imago te creëren en zich neer te zetten als culturele metropool. De vraag is of de onderzoeksvraag in dit werk voldoende is beantwoord. Na verschillende herschrijfmomenten van hoofdstuk vier, kan ik stellen dat de gegevens die uit de verborgen agenda's zijn gekomen veel relevante informatie over de stadsidentiteit van Utrecht hebben opgeleverd. Dit is voornamelijk het geval geweest bij Utrecht 2018 en de Sint Maartenviering, maar dat geldt niet voor de Via Trajectensis. De informatie die de agenda's over dit initiatief naar

voren hebben gebracht viel tegen. Dit heeft een duidelijke oorzaak, namelijk dat dit deeltraject pas in september 2017 zal worden gebruikt. Daarom zijn er nog maar weinig beleidsartikelen over te vinden die geanalyseerd konden worden.

Zoals ik in 4.5 heb aangegeven is er nog maar weinig onderzoek gedaan naar de impact van het project Culturele Routes van de RvE. Dit is een hiaat ten opzichte van de Culturele Hoofdstad van Europa, waar bijna alleen maar wordt gekeken naar de impact die het project heeft gehad voor de stad en omgeving. Een verklaring voor dit feit zou kunnen zijn dat er meer geld in de Culturele Hoofdstad van Europa omgaat, dan de Culturele Routes van de RvE. Geldschieters eisen dat er onderzoek wordt gedaan de opbrengst van hun investering. Om deze kloof tussen de Culturele Hoofdstad van Europa enerzijds en de Culturele Routes van de RvE anderzijds te dichten, attendeer ik geïnteresseerden erop om in de toekomst onderzoek te doen naar de impact van de Culturele Routes van de RvE.

Literatuurlijst

Boeken

Ashworth, Gregory J, *From history to heritage – from heritage to identity. In search of concepts and models'* in: G. J. Ashworth en P. J. Larkham (eds), *Building a New Heritage. Tourism, Culture and Identity in the New Europe*, (Londen 1994).

Breij, Mieke, *Sint Maarten Schutspatroon van Utrecht* (Utrecht 1988).

Bruin, Renger, de en Maarten Brinkman (red.), *In Vredesnaam. De Vrede van Utrecht, Rastatt en Baden. 1713-1714.* (Utrecht 2013).

Cubitt, Geoffrey *Historical Approaches: History and memory* (Manchester 2007).

Deventer, Chris, van en René de Kam, *In het voetspoor van Sint-Maarten. Een bijzondere rondwandeling door de Utrechtse binnenstad* (Utrecht 2013).

Dijk-Bettenhausen, Elise van, *Handboek City- en Regiomarketing* (Groningen 2011).

Eriksen, Thomas, Hylland, *Ethnicity and Nationalism* (Londen 2002).

Norman Fairclough, *Language and power* (New York 1989) 110 en 111.

Foucault, Michel, *The Archeology of Knowledge* (Abingdon 2002).

Foucault, Michel, *The History of Sexuality. Volume one: An introduction* (New York 1980).

Graham, Brian en Peter Howard, *Heritage and identity* (Hampshire 2008).

Gunn, Simon *History and cultural theory* (Edinburgh 2006).

Harrison, Rodney *Heritage: critical approaches* (New York 2013).

Haverkamp, A en S. Waterman, *Feest! Weet wat je viert*, (Zwolle 2008).

Jager, L.J. de, *Volksgebruiken in Nederland. Een nieuwe kijk op tradities*, (Utrecht/Antwerpen 1981)

Lowenthal, David *The Heritage Crusade and the spoil of history* (Cambridge 1998).

Paul, Gee Paul en Michael Handford (red.), *The Routledge handbook of discourse analysis* (New York 2015).

Smith, Laurajane en Natsuko Akagawa, *Intangible heritage* (New York 2000).

Onnekink, David en Renger de Bruin, *De Vrede van Utrecht (1713)*, (Hilversum 2013).

Rose, Els en Nico Lettinck, *Martinus van Tours, een 'Utrechtse' heilige* (Utrecht 2008).

Shore, Chris, *Building Europe: The cultural politics of European integration* (Londen 2013).

Smith, Laurajane, 'The discourse of heritage', in: Laurajane Smith (ed.), *Uses of heritage* (London 2006) 11-43.

Utrecht, Vrede van, *9 jaar Stichting Vrede van Utrecht 2005-2013* (Utrecht 2014).

Wassenberg, Birte, *History of the Council of Europe*, (2013) Introduction to part 1.

Winter, Jay, *Remembering War, The Great War Between Historical Memory and History in the Twentieth Century* (Boston 2014).

Artikelen

Assmann, Aleida, 'Transformation between History and Memory' *Social Research: An International Quarterly* 75 (2008) 1, 49-72.

Atwood, Margaret, 'In Search of Alias Grace: On Writing Canadian Historical Fiction' *The American Historical Review* 103 (1998) 5, 503-1516.

Baumann, Timothy 'Defining ethnicity' *The SAA archaeological record* 4 (2004) 4, 12-14.

- Boyle, Mark en George Hughes, 'The Politics of the Representation of 'the Real': Discourses from the Left on Glasgow's Role as European City of Culture, 1990' *Area*, 23 (1991) 3, 217-228.
- Dietler, Michael, 'Our Ancestors the Gauls' *American Anthropologist* 96 (1994) 3, 584-605.
- Fairchild, D, Ruggles en Helaine Silverman, 'From tangible to intangible heritage' *Intangible heritage embodied* 1, 2009, 14.
- Florida, Richard, 'The rise of the creative class' *The Washington Monthly* 34 (2002) 2 15-25.
- Garcia, Beatriz, 'Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future' *Local economy* 19 (2004) 4, 312-326.
- Gómez, María, 'City branding in European capitals: An analysis from the visitor perspective' *Journal of Destination Marketing & Management* 11 (2016).
- Graan, Andrew, 'Counterfeiting the Nation? Skopje 2014 and the Politics of Nation Branding in Macedonia' *Cultural Anthropology* 28 (2013) 1, 161-179.
- Grabow, Sven, 'The Santiago de Compostela pilgrim routes: the development of European cultural heritage policy and practice from a critical perspective' *European Journal of Archaeology* 13 (2010) 1, 89-116.
- Harvey, C, David, 'Heritage Pasts and Heritage Presents: temporality, meaning and the scope of heritage studies' *International Journal of Heritage Studies* 7 (2001) 4, 319-338.
- Immler, L, Nicole en Hans Sakkers, '(Re)Programming Europe: European Capitals of Culture: rethinking the role of culture', *Journal of European Studies* 44 (2014) 1, 3-29, 4.
- Ifversen, Jan, 'Europe and European culture – a conceptual analysis' *European Societies* 4 (2002) 1, 1-26.

Jansen-Verbeke, Myriam, 'Tourismification of Historical Cities' *Annals of Tourism Research*, 25 (1998) 4, 739-442.

Jansson, Andre, 'The Negotiated City Image: Symbolic Reproduction and Change through *Urban Consumption*' *Urban Studies* 40 (2003) 3, 463-479.

Johnson, Peter en Barry Thomas, 'Heritage as business', in: D.T. Herbert (ed) *Heritage, tourism and society*, 1995

Kacaratzis, Mihalis en Gregory Ashworth 'From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands' *Place Branding and Public Diplomacy* 1 (2004) 1, 58-73.

Kemp, Elyria, Carla Y. Childers en Kim H. Williams 'Place branding: creating self-brand connections and brand advocacy' *Journal of Product & Brand Management* 21 (2012) 7, 508-515.

Kurin, Richard, 'Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the UNESCO Convention 2003: a critical appraisal' *Museum international* 561 (2004) 2, 66-77.

Latour, Bruno, 'On actor-network theory. A few clarifications plus more than a few complications' *Soziale welt* 25 (1996) 3, 47-64.

Lähdesmäki, Tuuli, 'Discourses of Europeanness in the reception of the European Capital of Culture events: The case of Pécs 2010' *European Urban and Regional Studies* 21 (2014) 2, 191- 205.

Lähdesmäki, Tuuli, 'European Capitals of Culture as Cultural Meeting Places - Strategies of representing Cultural Diversity' *Nordisk Kulturpolitisk Tidskrift* 13 (2010) 01, 27-43.

Lähdesmäki, Tuuli, 'The EU'S Explicit and Implicit Heritage Politics' *European Societies* 16 (2014) 3, 401-421.

Loulanski, Tolina, 'Revising the Concept for Cultural Heritage: The Argument for a Functional Approach' *International Journal of Cultural Property* 13 (2006) 13 (2006) 2, 207-233.

MacKay, J, Kelly en Daniel R. Fesenmaier 'Pictorial element of destination in image formation' *Annals of tourism research* 24 (1997)3, 537-565.

McKerchera, Bob, Pamela S. Y. Hoa en Hilary du Crosb 'Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong' *Tourism Management* 26 (2005), 539-548.

Meskell, Lynn, 'Transacting UNESCO World Heritage: gifts and exchanges on a global stage' *Social Anthropology* 23 (2015)1, 3-21.

Nora, Pierre, 'Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire' *Representation* 26 (1989) 7-8.

Paddison, Ronan, 'City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration' *Urban Studies*, 30 (1993) 2, 339-350.

Patel, Klaus, Kiran, 'Integration by Interpellation: The European Capitals of Culture and the Role of Experts in European Union Cultural Policies' *Journal of Common Market Studies* 51 (2013) 3, 538-554.

Reisigl, Martin en Ruth Wodak 'The discourse-historical approach (DHA)', in: Ruth Wodak en Michael Meyer (red), *Methods of critical discours analysis* (Londen 2015) 23-61.

Richards, Greg en Julie Wilson, 'The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001' *Urban Studies*, 41 (2004) 10, 1931-1951.

Richards, Greg 'The European cultural capital event: Strategic weapon in the cultural arms race?' *International Journal of Cultural Policy* 6 (2000) 2, 159-181.

Stryker, Sheldon en Peter J Burke 'The Past, Present, and Future of an Identity Theory' *Social Psychology Quarterly* 63 (2000) 4, 284-297.

Riza, Müge, Naciye Doratli en Mukaddes Fasli 'Citybranding and Identity' *Social and Behavioral Sciences* 35 (2012), 293 – 300.

Waterton, Emma & Steve Watson 'Framing theory: towards a critical imagination in heritage studies' *International Journal of Heritage Studies* 19 (2013) 6, 546–561.

Wilson, Ernest J, III 'Hard power, soft power, smart power' *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616 (2008) 1, 110-124.

Winter, Tim, 'Heritage studies and the privileging of theory' *International Journal of Heritage Studies* 20 (2014) 5, 556–572.

Winter, Tim, 'Clarifying the critical in critical heritage studies' *International Journal of Heritage Studies* 19 (2013) 6, 532-545, aldaar 532 en 533.

Zeijden, der, van, Albert, 'Naar een onderzoeksagenda voor immaterieel erfgoed.

Kennisontwikkeling ten behoeve van het borgen van tradities' *Volkskunde* 1 (2015) 53-67.

Zhang, Li en Simon Xiaobin Zhao 'City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing' *Cities* 26(2009) 5, 245-254.

Websites

Citypastoraat Domkerk, 'Uitreiking Mantel van Sint Maarten in de Domkerk', <http://domkerk.nl/gemeente/sintmaarten.html> (21 juli 2017).

Council of Europe 'Chapter I – Aim of the Council of Europe, Article 1'

<http://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/001> (10 juni 2017).

Council of Europe Cultural Routes 'European Institute of Cultural Routes'
<http://www.megalithicroutes.eu/sites/default/files/COE-cultural-routes-2013-brochure-A5.pdf> (11 juni 2017).

Council of Europe 'Committee on Offences Relating To Cultural Property'
http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/cdpc/pc_ibc_en.asp? (10 juni 2017).

Council of Europe 'Council of Europe' <http://culture-routes.net/council-of-europe> (10 juni 2017).

Council of Europe 'Do no get confused' <http://www.coe.int/en/web/about-us/do-not-get-confused> (10 juni 2017).

Council of Europe 'Values' <http://www.coe.int/en/web/about-us/values> (10 juni 2017).

Cultural Routes 'Publications, theses, researches' <http://culture-routes.net/research/publications> (5 juli 2017).

European Capital of Culture 'Prize and initiatives'
https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (7 juni 2017).

European Commission, 'European Capitals of Culture'
https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (21 april 2017).

European Parliament 'EUROPEAN CAPITALS OF CULTURE: SUCCESS STRATEGIES AND LONG-TERM EFFECTS'
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/513985/IPOL-CULT_ET\(2013\)513985_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/513985/IPOL-CULT_ET(2013)513985_EN.pdf) (23 juli 2017).

Europese Unie, 'Het motto van de EU' (versie: 7 juni 2017)
https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/motto_nl (7 juni 2017).

Kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 'Q & A Utrecht kandidaat Culturele Hoofdstad van Europa 2018' https://www.provincie-utrecht.nl/algemeneonderdelen/zoeken/?zoeken_term=culturele+hoofdstad+van+europa (11 juni 2017).

Kenniscentrum voor Immaterieel erfgoed, 'Sint Maarten viering Utrecht' <http://immaterieelerfgoed.nl/tradities/details/sint-maarten-viering-utrecht/7> (20 april 2017).

Nationale Inventaris Immaterieel Cultureel Erfgoed Nederland 'Nederland ondertekent het verdrag van 2012' <https://www.immaterieelerfgoed.nl/page/447/over-de-inventaris> (15 juni 2017).

Nationale Inventaris Immaterieel Cultureel Erfgoed 'Procedure' <https://www.immaterieelerfgoed.nl/page/448/procedure> (15 juni 2017).

Nominatiedossier Utrecht, 'Bidboek 2018, Trust the future create your city' https://www.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/wonen-en-leven/vrijetijd/kunst-en-cultuur/VVU048-12_20Bidboek_20NL_20versie_202012-09-24_1_.pdf (18 juni 2017).

Oranje wijkvereniging Oog in Al 'Lampionnenoptocht (St. Maarten)' <https://www.wijkverenigingooginal.nl/activiteiten-kalender/17-lampionnenoptocht-st-maarten> (21 juli 2017).

Pre-selection report 'Nomination of the European Capital of Culture 2018 in the Netherlands' https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en (11 juni 2017).

Sint Maarten Utrecht 'Archief 2016' <http://sintmaartenutrecht.nl/sint-maartensviering/programma/archief/2016> (21 juli 2017).

Sint Maarten Utrecht, 'Via Trajectensis' <http://sintmaartenutrecht.nl/internationaal/via-trajectensis> (21 april 2017).

Stichting Dialoog 'Het Sint Maartenberaad en de Sint Maarten Route'

<http://stichtingdialoog.org/Sint-Maarten-Route> (21 juli 2017).

Universiteit Utrecht 'Zoeksystemen'

<http://bibe.library.uu.nl/zoek/biblio/index.php> (geraadpleegd op 21 april 2017).

UNESCO 'Bolgar Historical and Archaeological Complex'

<http://whc.unesco.org/en/list/981> (22 juni 2017).

Beleidsartikelen

Beleidsartikel Sint Maartenberaad, *Aan het bestuur van stichting dialoog*.

Beleidsartikel Sint Maartenberaad, *De participerende burger/Participerend burgerschap*.

Council of Europe, 'Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes'

<http://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/cultural-routes> (21 april 2017).

Council of Europe 'Resolution CM/Res(2010)53 establishing an Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes'

https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805cdb50 (11 juni 2017).

EUR-Lex, 'Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap' [http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1496836140601&uri=CELEX:12002E151)

[lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1496836140601&uri=CELEX:12002E151](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1496836140601&uri=CELEX:12002E151) (7 juni 2017).

Eu-recht en -publicaties 'BESLUIT Nr. 1622/2006/EG VAN HET EUROPEES

PARLEMENT EN DE RAAD' <https://publications.europa.eu/nl/publication-detail/-/publication/7fb8e3ef-822e-4a02-98a4-57a240c1cce2> (21 juni 2017).

EUR-Lex, 'BESLUIT Nr. 1622/2006/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 24 oktober 2006' [http://eur-lex.europa.eu/legal-](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=celex%3A32006D1622)

[content/NL/TXT/?uri=celex%3A32006D1622](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=celex%3A32006D1622) (7 juni 2017).

EUR-Lex 'BESLUIT 1419/1999/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van
25 mei 1999' [http://eur-lex.europa.eu/legal
content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31999D1419&from=NL](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31999D1419&from=NL) (21 juni 2017).