

Identität, raumbezogene

Weichhart, Peter

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL)

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Weichhart, P. (2018). Identität, raumbezogene. In *Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung* (S. 909-914). Hannover: Verlag der ARL. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0156-5599841>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-ND Lizenz (Namensnennung-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-ND Licence (Attribution-NoDerivatives). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0>

Peter Weichhart

Identität, raumbezogene

S. 909 bis 914

URN: urn:nbn:de:0156-5599841



CC-Lizenz: BY-ND 3.0 Deutschland

In:

ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.):
Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung

Hannover 2018

ISBN 978-3-88838-559-9 (PDF-Version)

Identität, raumbezogene

Gliederung

- 1 Einführung
- 2 Hauptbedeutungen von Identität
- 3 Die Raumbezogenheit von Identität
- 4 Der ontologische Status raumbezogener Identität
- 5 Die Planungsrelevanz raumbezogener Identität

Literatur

Raumbezogene Identität äußert sich in Form kognitiv-emotiver Konstrukte, welche die Identitäten räumlicher Gegenstände im Bewusstsein von Menschen als Images und Mental Maps repräsentieren. Diese räumlichen Entitäten stellen Bezugsgrößen einer emotiven Aneignung dar (Heimatgefühl und Ortsloyalität), die als Elemente von Ich- und Wir-Identität wirksam werden.

1 Einführung

Identität ist eines der komplexesten Konzepte der Sozial- und Kulturwissenschaften. Raumbezogene Identität stellt eine spezifische Variante dieses Konzepts dar, mit der auf unterschiedliche Teildimensionen oder Bedeutungen von Identität Bezug genommen wird, die miteinander zusammenhängen, aber analytisch zu unterscheiden sind. Die verschiedenen Bedeutungsvarianten werden von unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen behandelt.

2 Hauptbedeutungen von Identität

Die Hauptbedeutung von Identität wird von der Philosophie und der Logik thematisiert. Ein Gegenstand oder eine Entität X ist mit sich selbst ident: $X = X$. Damit ist Identität die Voraussetzung dafür, dass eine Entität X auch als X erkannt und von anderen Entitäten unterschieden werden kann. Die Identität von X kann dabei als ganzheitliche Gestaltqualität oder analytisch als relationales Gefüge der Attribute von X kognitiv erfasst werden. Eine spezifische Variante der Begriffsverwendung bezieht sich auf ein zentrales Konzept der Psychologie, die Ich-Identität (ego-identity, Selbstidentität) eines Menschen. Ich-Identität ist eine reflexive Bewusstseinsleistung menschlicher Individuen, bei der Erfahrungen über die eigene Existenz verarbeitet werden und in der das Selbstbild der betreffenden Person zum Ausdruck kommt. Im Mittelpunkt steht dabei die Wahrnehmung der zeitlichen Konstanz und der Entwicklung des Selbst (Weichhart/Weiske/Werlen 2006: 34). Ich-Identität reflektiert das Selbst-Verständnis und die emotionale Selbsteinschätzung einer Person. Sie bietet dem Subjekt im Lebensverlauf jeweils neu zu aktualisierende Antworten auf die Fragen „Wer bin ich?“, „Welche Art Mensch möchte ich sein?“ oder „Was macht meine Besonderheit und Einzigartigkeit aus?“. Zur Artikulation und detaillierten Konkretisierung dieses mentalen Modells seiner selbst kann das Subjekt kontext- und situationsspezifisch auf zahlreiche Beschreibungsmerkmale zurückgreifen. Besonders bedeutsam sind hier etwa Alter, Geschlecht, Lebensgeschichte, Beruf, Kulturkreis, soziale Rollen, Bezugsgruppe, Religion oder ethnische Zugehörigkeit. Für die Beschreibung des eigenen Selbst kann das Individuum darüber hinaus Merkmale heranziehen, die sich auf seine Position im physischen Raum beziehen: Gebürtigkeit, Wohnstandort, räumliche Schwerpunkte der sozialen Interaktion oder räumlich-soziale Milieus (Weichhart/Weiske/Werlen 2006; Weichhart 1990). Solche Lebenskonstellationen der räumlichen Bindung an signifikante Orte können auch als Hintergrund der Entwicklung einer kulturellen Identität gesehen werden (Werlen 1992). Die einzelnen Dimensionen des Ich-Konzepts können bei verschiedenen Personen unterschiedlich gewichtet sein; ihre relationale Struktur und Bedeutung kann sich im Verlauf der Persönlichkeitsentwicklung erheblich verändern.

3 Die Raumbezogenheit von Identität

Um die verschiedenen Dimensionen der Raumbezogenheit von Identität auf konsistente Weise darzustellen und aufeinander zu beziehen, wird im Folgenden als theoretische Hintergrundposition das Konzept der multiplen Identität des Psychologen Carl Friedrich Graumann (1983) genutzt. Er unterscheidet zwischen Identität und Identifikation. Identifikation wird als Bewusstseinsprozess

aufgefasst, der sich auf drei Grundoperationen des Identifizierens bezieht. In einer ersten Bedeutung wird unter Identifikation die kognitive Erfassung eines Objekts durch ein wahrnehmendes und erkennendes Subjekt verstanden. In der Auseinandersetzung mit der Welt erkennen wir bestimmte Entitäten. Wir identifizieren sie als diese bestimmten Gegenstände, benennen sie und schreiben ihnen damit in der Regel auch gleichzeitig bestimmte Attribute zu. Es handelt sich hier gleichsam um eine Klassifikation von Gegenständen. Graumann bezeichnet diese kognitive Operation als „identification of“.

Zu solchen Gegenständen zählen in lebensweltlichen Kontexten andere Menschen, soziale Gegebenheiten oder physische Gegenstände. Die in unserem Lebensvollzug allgegenwärtigen Identifikationen betreffen natürlich auch räumliche Gegenstände: Siedlungen, Städte, Stadtteile, Regionen, Länder etc. Durch diesen gedanklichen Prozess der Objekterfassung und seine sprachliche Repräsentation wird gleichzeitig die Identität des betreffenden Objekts umschrieben. Diese Identität ist durch die Position der Entität im physisch-materiellen Raum, seine Abgrenzung gegenüber anderen Objekten und seine (auch emotional relevanten) Eigenschaften bestimmt. Im Rahmen dieses Identifikationsprozesses bezeichnet raumbezogene Identität die kognitiv-emotionale Repräsentation von räumlichen Objekten im Bewusstsein von Individuen oder im kollektiven Urteil einer Gruppe (Weichhart/Weiske/Werlen 2006: 33; Weichhart 1990). Dabei handelt es sich in hohem Maße um soziale Stereotype, die als gruppen- und kulturspezifische Urteilsfigurationen im Sozialisationsprozess vielfach medial vermittelt und vom Individuum internalisiert werden.

Im Kontext sozialer Interaktionen wird jeder Mensch auch selbst zum Gegenstand von Identifikation. Er oder sie wird von anderen als Person einer bestimmten Art identifiziert. Auch in diesem Fall bedeutet Identifikation die Zuschreibung bestimmter Attribute, die mit Rollenerwartungen der sozialen Umwelt verknüpft sind. Hier kommen neben vielen anderen Merkmalskategorien raumbezogene Klassifikationskriterien vor. „Wer etwa als ‚Norddeutscher‘, ‚Münchener‘, ‚Schwabe‘ oder ‚Ostfrieser‘ identifiziert ist, der wird damit in einen ganz bestimmten soziokulturellen Kontext eingeordnet“ (Weichhart/Weiske/Werlen 2006: 33; Weichhart 1990). Der identifizierten Person werden dabei sogar bestimmte, angeblich typische Charaktereigenschaften zugeordnet. Diese passive Form der Identifikation wird von Graumann als „being identified“ bezeichnet. Damit kann sich raumbezogene Identität auf die gedankliche Repräsentation menschlicher Subjekte oder Personen im Bewusstsein eines Individuums oder im kollektiven Urteil einer Gruppe beziehen. Den identifizierten Personen werden Eigenschaften und Charaktermerkmale zugeschrieben, die sich (vermeintlich) aus ihrer Position im *Raum* ableiten lassen. Dabei werden Behauptungen über Elemente ihrer jeweiligen Ich-Identität aufgestellt. Auch hier handelt es sich in hohem Maße um soziale Stereotype, die sich im Zeitverlauf mit großer Hartnäckigkeit halten.

Die dritte Bedeutung von Identifikation ist nach Graumann als „identification with“ zu umschreiben. Man kann nicht nur eine bestimmte Entität als eben diesen Gegenstand wahrnehmen, man kann sich auch mit einem bestimmten Objekt identifizieren. Bezugsgrößen dieser Form der Identifikation sind vor allem andere Menschen, aber auch abstrakte Ideen, Werte oder gar materielle Dinge sowie räumliche Gegenstände der Lebenswelt. „Identification with“ bedeutet, dass man sich das betreffende Objekt gleichsam zu eigen macht und es in irgendeiner Form auf die eigene Ich-Identität bezieht. Es handelt sich um eine Art der Aneignung, durch die der Gegenstand zu einem Element des Subjekts gemacht oder als Projektionsgegenstand von Ich-Identität gedeutet wird. Vor dem Hintergrund des Prozesses „identification with“ meint raumbezogene

Identität, raumbezogene

Identität die gedankliche Repräsentation und emotionale Bewertung jener Elemente der als Raum wahrgenommenen Lebenswelt, die ein Individuum in sein Selbstkonzept oder eine Gruppe in ihr Wir-Konzept einbezieht.

4 Der ontologische Status raumbezogener Identität

Raumbezogene Identität ist demnach ein Phänomen, das sich im Bewusstsein von Menschen abspielt. Die drei zugrunde liegenden Identifikationsprozesse stellen kognitiv-emotive Operationen dar, die sich auf räumliche Entitäten beziehen. Im Sinne der Drei-Welten-Theorie von Karl Popper (1973: 186 ff.) sind die dabei entstehenden kognitiven Schemata also eindeutig „Bewohner“ der Welt 2, der Welt der subjektiven Bewusstseinszustände. Durch Artikulation, Abstraktion und Kommunikation werden sie zu Elementen der Welt 3, der Welt der objektiven Ideen oder Intelligibilia. Die unterschiedlichen Facetten raumbezogener Identität sind somit Projektionen, die sich auf die Welt der physisch-materiellen Dinge und Körper (Welt 1 bei Popper) beziehen. Sie dürfen deshalb keinesfalls als Attribute der Welt 1 angesehen werden. Sie sind also nicht dem Raum inhärent, sondern stellen Zuschreibungen dar, die im Bewusstsein von Menschen existieren und damit als personale, soziale und kulturelle Konstrukte angesehen werden müssen. Deshalb ist es auch notwendig, von raumbezogener und nicht von räumlicher Identität zu sprechen.

5 Die Planungsrelevanz raumbezogener Identität

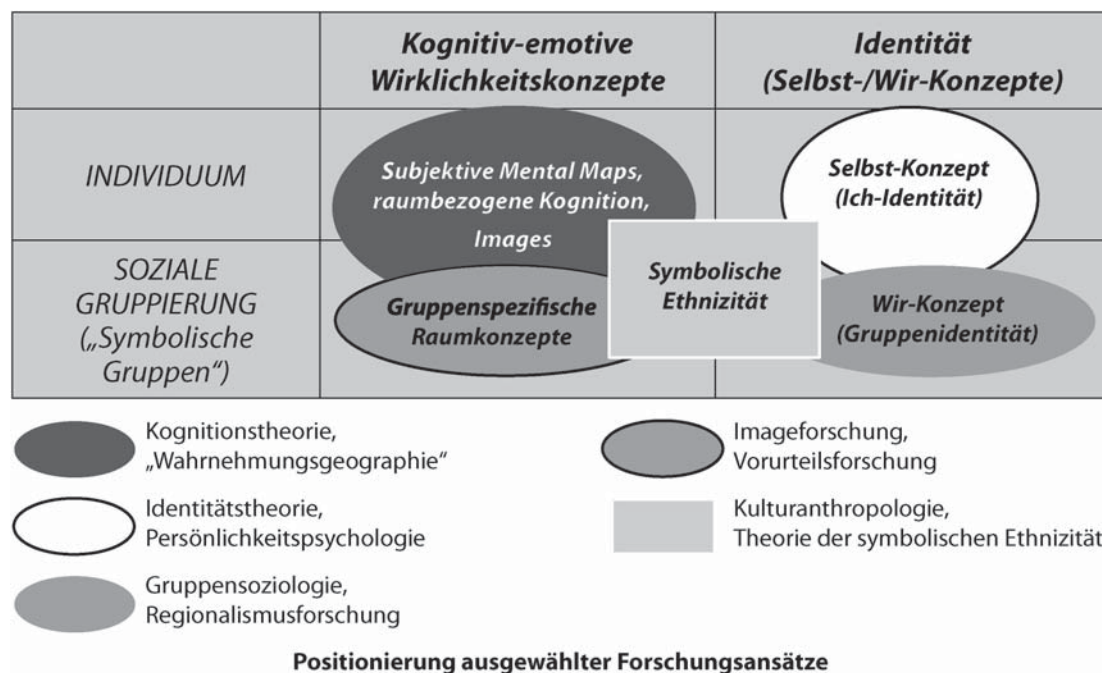
In Abbildung 1 werden die Hauptdimensionen der Forschung zur raumbezogenen Identität in einer Vier-Felder-Tafel dargestellt.

Das Phänomen der raumbezogenen Identität bezieht sich einerseits auf menschliche Individuen und andererseits auf soziale Gruppierungen unterschiedlichster Art. Dabei kann es sich um Kleingruppen, symbolische Gruppen, aber auch um soziale Konstrukte wie Ethnien oder Nationen handeln (Zeilen der Matrix). Inhaltlich sind einerseits die kognitiv-emotiven Raumkonzepte der Lebenswelt angesprochen, die aus den beiden erstgenannten Identifikationsprozessen resultieren; andererseits sind jene Verknüpfungen zwischen Ich- und Wir-Identitäten und bestimmten räumlichen Entitäten inkludiert, die sich aus dem Prozess von „identification with“ ergeben (Spalten der Matrix). Bei den Wirklichkeitskonzepten wird über die Identität von räumlichen Objekten oder Orten (Regionen, Ländern oder Städten) gesprochen, wie sie von Individuen wahrgenommen werden oder im kollektiven Vorstellungsbild von Gruppen verankert sind. Hier sind all jene Forschungsansätze einzuordnen, die sich mit Mental Maps und dem Image von räumlichen Entitäten befassen. Bei den Selbst- und Wir-Konzepten werden emotionale Ortsbezogenheit, Heimatgefühl und Ortsloyalität thematisiert.

Aus den hier angeführten Forschungsfeldern wird die zweifellos bestehende hohe Planungsrelevanz des Phänomens deutlich. Die Rekonstruktion und die planmäßige Konstruktion räumlicher Images zählen zu den Standardaufgaben einer zeitgemäßen Raumplanung. Auf einer Metaebene wird die Konstruktion und Vermarktung von Raumbildern sogar für den Prozess der Raumplanung selbst bedeutsam (vgl. Blotevogel 2001; Faludi 1996). Die „kommunikative

Stadt- und Regionalentwicklungspolitik“ (Helbrecht 1994), die im Rahmen des Stadt- und Regionalmarketings (▷ *Stadt- und Regionalmarketing*) und der Beteiligtenplanung (▷ *Beteiligung*) praktiziert wird, fußt auf der Nutzung genau jener Loyalitäten und Solidarisierungen, die im Prozess von „identification with“ entstehen und zu einer Stimulation endogener Entwicklungs- und Kreativitätspotenziale führen können.

Abbildung 1: Hauptdimensionen der Forschung zur raumbezogenen Identität



Quelle: Weichhart/Weiske/Werlen 2006: 37

Literatur

- Blotevogel, H. H. (2001): Die Metropolregionen in der Raumordnungspolitik Deutschlands – ein neues strategisches Raumbild? In: *Geographica Helvetica* 56 (3), 157-168.
- Faludi, A. (1996): Framing with images. In: *Environment and Planning B: Planning and Design* 23 (1), 93-108.
- Graumann, C. F. (1983): On multiple identities. In: *International Social Science Journal* 35 (2), 309-321.
- Helbrecht, I. (1994): *Stadtmarketing. Konturen einer kommunikativen Stadtentwicklungspolitik*. Basel. = *Stadtforschung aktuell* 44.
- Popper, K. R. (1973): *Objektive Erkenntnis. Ein evolutionärer Entwurf*. Hamburg. = *Klassiker des modernen Denkens*.

Identität, raumbezogene

Weichhart, P. (1990): Raumbezogene Identität. Bausteine zu einer Theorie räumlich-sozialer Kognition und Identifikation. Stuttgart. = Erdkundliches Wissen 102.

Weichhart, P.; Weiske, C.; Werlen B. (2006): Place Identity und Images. Das Beispiel Eisenhüttenstadt. Mit Beiträgen von Gerhard Ainz und Christoph Sulzer sowie Marco Mehlin. Wien. = Abhandlungen zur Geographie und Regionalforschung 9.

Werlen, B. (1992): Regionale oder kulturelle Identität? Eine Problemskizze. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 66 (1), 9-32.

Weiterführende Literatur

Proshansky, H. M.; Fabian, A. K.; Kaminoff, R. (1983): Place-identity: Physical world socialization of the self. In: Journal of Environmental Psychology 3 (1), 57-83.

Frey, H.-P.; Hauszer, K. (1987): Identität. Entwicklungslinien psychologischer und soziologischer Forschung. Stuttgart. = Der Mensch als soziales und personales Wesen 7.

Bearbeitungsstand: 12/2016