

Met de Reflect-  
serie wil nai010  
uitgevers de  
aandacht vestigen  
op relevante  
maatschappelijke  
thema's voor  
de architectuur,  
stedenbouw,  
beeldende kunst  
en vormgeving.

# Reflect

## #10

*Reeds verschenen:*

reflect #01

**Nieuw Engagement**

*In architectuur, kunst en vormgeving*

reflect #02

**Stadswijk**

*Stedenbouw en dagelijks leven*

Arnold Reijndorp

reflect #03

**De capsulaire beschaving**

*Over de stad in het tijdperk  
van de angst*

Lieven De Cauter

reflect #04

**Documentaire nu!**

*Hedendaagse strategieën in  
fotografie, film en beeldende kunst*

reflect #05

**Creativiteit en de stad**

*Hoe de creatieve economie  
de stad verandert*

reflect #06

**Urban Politics Now**

*Re-Imagining Democracy  
in the Neoliberal City*  
BAVO (ed.)

reflect #07

**Questioning History**

*Imagining the Past  
in Contemporary Art*

reflect #08

**Art and Activism in the Age  
of Globalization**

*reflect #09*

**Entropic Empire**

*On the City of Man in the Age  
of Disaster*

Lieven De Cauter

# De stad als interface

Hoe nieuwe media  
de stad veranderen

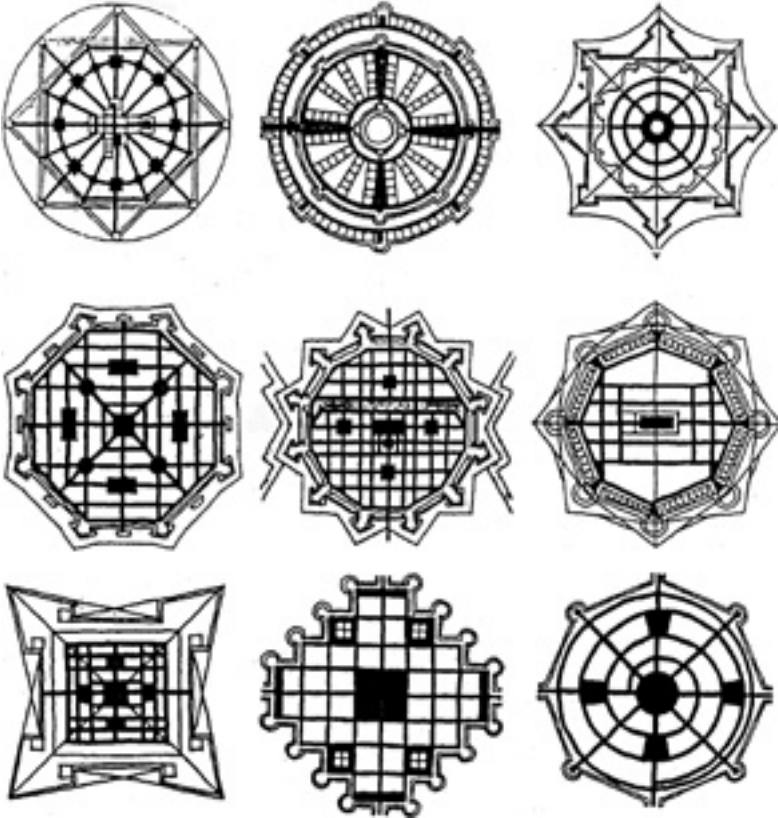
Martijn de Waal



## Inhoud

Inleiding	6	↳
<b>De toekomst van de stad: smart city of social city?</b>		
Hoofdstuk 1	28	
<b>Pendrecht: een korte geschiedenis van het parochiale domein</b>		
Hoofdstuk 2	50	
<b>De buurt als ‘interface’ van het alledaagse leven</b>		
Hoofdstuk 3	70	
<b>Digitale media en het parochiale domein</b>		
Hoofdstuk 4	96	
<b>De eeuwige crisis van het publieke domein</b>		
Hoofdstuk 5	124	
<b>Het Schouwburgplein: het publieke domein in de praktijk</b>		
Hoofdstuk 6	142	
<b>Digitale media en het publieke domein</b>		
Conclusie	180	
<b>De stad der toekomst, de toekomst der stad</b>		
Noten	191	
Literatuur	211	
Blogs	221	
Verantwoording	222	
Colofon	224	

# De toekomst van de stad: smart city of social city?



Een aantal jaren geleden stuitte ik per toeval op een column van Microsoft-oprichter Bill Gates in het Amerikaanse tijdschrift *Information Week*. Het blad bestond vijftientig jaar en ter ere van het jubileum was een aantal vooraanstaande pioniers uit de computerwereld gevraagd terug en vooruit te blikken. Wat waren de belangrijkste doorbraken in de afgelopen kwarteeuw en vooral: wat staat ons nog te wachten?

De column van Gates was voor mij een eyeopener. Niet zozeer vanwege het scenario dat hij schetste, maar vooral door de manier waarop hij dat deed. Enigszins voorspelbaar begon Gates met een opsomming van de enorme ontwikkeling die de computer de afgelopen vijftientig jaar heeft doorgemaakt. Van dure mainframes zo groot als hele kamers die uitsluitend door specialisten bediend konden worden, naar de betaalbare pc's die inmiddels in vrijwel ieder huishouden te vinden zijn. En met steeds indrukwekkender prestaties, gemeten in de voor gewone stervelingen lastig te bevatten eenheden: van kilohertz en -bit naar gigahertz en terabyte. Indrukwekkend, concludeert Gates. Maar, vervolgt hij, dit is 'only the beginning...'

I believe that we're entering an era when software will fundamentally transform almost everything we do. The continued growth of processing power, storage, networking, and graphics is making it possible to create almost any device imaginable. But it's the *magic of software* that will connect these devices into a seamless whole, making them an indispensable part of our everyday lives.<sup>1</sup>

Gates schetst hier in een paar zinnen een uiterst belangrijke technologische ontwikkeling, die ook grotendeels de basis vormt voor dit boek: na het tijdperk van het mainframe en dat van de beige pc-doos die op of onder het bureau stond, zijn we in een nieuwe fase beland. Een fase waarin de computer onzichtbaar wordt en langzaam maar zeker doordringt in het alledaagse leven.

Het is een scenario dat velen inmiddels wel zullen herkennen. De rekenkracht van het mobieltje dat we iedere dag meedragen in onze broekzak is vele malen groter dan die van de eerste mainframes. Met grote gevolgen voor onze alledaagse routines. Via sms kunnen we op het laatste moment een afspraak nog even verzetten of tussen alle bedrijven door een kort persoonlijk berichtje sturen aan een geliefde. Met onze smartphones kunnen we handig informatie opvragen over onze omgeving ('waar is er hier in de buurt een

café, restaurant, geldautomaat?). Dankzij de TomTom komen we sneller op onze bestemming, helemaal als de software ook live-verkeersupdates ontvangt en de files weet te omzeilen. Via mobiele sociale netwerken als Twitter en Facebook laten sommigen hun ‘vrienden’ voortdurend weten waar ze zijn, wat ze er doen en wat ze ervan vinden. Het zijn allemaal voorbeelden van *urban media*: een verzamelbegrip dat ik in dit boek gebruik voor mediatechnologieën die op de een of andere manier de ervaring van een fysieke plek kunnen beïnvloeden.

Als het aan Gates en zijn collega's ligt, zal de vervlechting van digitale technologie met het alledaagse leven alleen maar verder doorzetten. Vooraanstaande computermultinationals als IBM en Cisco leggen momenteel de infrastructuur aan voor de stad van de toekomst. In hun visie zit die stad propvol sensors en snelle communicatienetwerken. Allerlei ‘slimme’ technologieën zullen uiteenlopende processen in de stad monitoren – van de verkeerscirculatie tot de luchtvervuiling – om daar vervolgens zonder menselijke tussenkomst op in te kunnen spelen. ‘Software’, voorspelde Gates in zijn column, ‘can go places it has never gone before.’ De inventaris op de fabrieksvloer, het geld in de kassa, de potentiële dieven rond je huis, de hoeveelheid melk in je koelkast – Microsoft kan het straks allemaal voor je in de gaten houden, belooft Gates in zijn column.

Het scenario dat Gates schetst is interessant, maar wat mij vooral aan het denken zette, was de woordkeuze in zijn slotzin: dankzij de *magie* van zijn software wordt ons leven straks nog handiger, prettiger, efficiënter en aangenamer. In dat ene zinnetje herkende ik opeens een groter thema waar ik vaker tegenaan was gelopen. Wanneer we het over nieuwe technologieën hebben, gaat het vaak vooral over de praktische toepasbaarheid ervan. Technologie wordt voorgesteld als een handige oplossing voor bestaande of vermeende problemen, ze belooft ons leven prettiger en handiger te maken. En tegelijkertijd worden onze steden ook duurzamer, veiliger en efficiënter. Technologie is kortom een haast onvermijdbare, magische kracht, die de stedelijke samenleving beter zal maken.

Maar voor wie niet in toverkracht gelooft, roept dat beeld vooral ook een aantal vragen op. Natuurlijk, de nieuwe infrastructuur van mobiele en digitale media biedt handige toepassingen voor drukbezette stedelingen om hun praktische leven efficiënter te organiseren. Maar wat we daarbij vaak uit het oog verliezen, is dat daardoor ook de stad *als samenleving* verandert. De plekken die we bezoeken, de betekenis die we daaraan toekennen en de contacten die we met anderen onderhouden – uit onderzoek blijkt dat ze door de opkomst van mobiele media aan het veranderen zijn.

Dat is niet per se een magisch proces dat ons overkomt. We kunnen als gemeenschap – als ontwerpers, als burgers, als beleids-



makers, als consumenten of in welke rol dan ook – keuzes maken in de manier waarop we technologieën willen inzetten. En die keuze hangt weer samen met verschillende visies op de manier waarop we vinden dat een stad als gemeenschap zou moeten functioneren. Niet magie, maar ideologie is zo een van de centrale krachten achter de manier waarop technologie ons leven verandert. Maar buiten de gespecialiseerde werelden van de kunst en wetenschap vindt deze filosofische benadering maar mondjesmaat weerklank.

Precies dat is de inzet van dit boek. ‘Technology at present is covert philosophy’, stelt de Amerikaanse communicatiewetenschapper Phil Agre, ‘the point is to make it more openly philosophical.’<sup>2</sup> Enerzijds ligt in de technologie een idee besloten van hoe de ideale wereld eruit behoort te zien. Anderzijds kan die technologie ook weer ingrijpen in onze alledaagse wereld en onze ervaringen daarvan en ideeën erover ingrijpend veranderen. Nu urban media een steeds prominentere rol beginnen te spelen in het alledaagse stedelijke leven, is het van groot belang daar stil bij te staan. Wat zijn de achterliggende stedelijke idealen die in de technologie verscholen liggen? En wat betekenen al deze nieuwe manieren van communiceren voor de stedelijke samenleving?

Grofweg doet daarover op dit moment een tweetal scenario’s de ronde, dat van de *smart city* en dat van de *social city*, beide met hun voor- en tegenstanders. De *smart city* belichaamt het scenario van Bill Gates. Daarin is de stad volgestopt met sensors, software en netwerken. Verkeersstromen en energiegebruik kunnen daarvoor worden geoptimaliseerd. De smartphone wordt een slim kompas dat de stedeling door de drukte en chaos van het alledaagse leven loodst. De mobiele telefoon wordt ingezet om de ervaring van de stad te personaliseren, bijvoorbeeld door software die restaurants of winkels aanraadt die passen bij het profiel van de gebruiker.

Het klinkt als een fraai toekomstvisioen. Desondanks is dit scenario niet zonder critici. Want diezelfde media- en communicatietechnologieën die het leven voor individuele consumenten zo veel gemakkelijker maken, brengen het voortbestaan van de stedelijke samenleving als geheel in gevaar, meent bijvoorbeeld de Amerikaanse architectuurcriticus Paul Goldberger. Gaan stedelingen nog wel relaties aan met hun fysieke omgeving? Nemen ze nog deel aan een gemeenschappelijk leven of trekken ze zich geheel en al terug in de ‘cocons’ die ze creëren met hun mobiele telefoons, daarmee de stad omvormend tot een extensie van hun privé domein? Wie over straat loopt met een mobiele telefoon, claimt Goldberger, neemt niet meer deel aan het straatleven. Je bent er wel, maar je bent er niet. Precies die houding is een bedreiging voor de manier waarop de stad als democratische gemeenschap kan functioneren:

(...) the street is the ultimate public space and walking along it is the defining urban experience. It is all of us – different people

who lead different lives – coming together in the urban mixing chamber. But what if half of them are elsewhere, there in body but not in any other way?<sup>3</sup>

Niet iedereen is zo pessimistisch. Anderen zien in de opkomst van digitale en mobiele media juist een hele reeks hulpmiddelen waarmee stedelingen niet alleen als consument maar ook als burger meer grip op het stedelijk leven kunnen krijgen. Zo kunnen de banden van lokale gemeenschappen worden verstevigd. Zij zijn aanhangers van het social-city-scenario. De Amerikaanse essayist Andrew Blum hoopt bijvoorbeeld dat webloggers die over het leven in hun buurt bloggen de gemeenschapszin in hun wijk nieuw leven inblazen. Terwijl we via mediatechnologieën aan de ene kant verbonden raken met wereldwijde netwerken, kunnen lokale blogs een rol spelen om tegelijkertijd een band op te bouwen met onze buurt: ‘in a community where common ties are electronically buttressed’, schrijft Blum, ‘we may be able to reap the global environmental benefit of high-density living without sacrificing the local ties of a medium-density neighborhood.’<sup>4</sup>

Nu moeten we ons niet blindstaren op deze twee scenario’s. Waar het om gaat, zijn de achterliggende stedelijke idealen die ze belichamen. Wat voor filosofisch ideaalbeeld zit er in deze scenario’s verscholen over de manier waarop de stad als gemeenschap behoort te functioneren? Ik onderscheid er drie: de libertaire stad, de republikeinse stad en de communautaire stad. De libertaire stad vertrekt vanuit het ideaalbeeld van de stad als een markt. De stad is een plek waar iedereen in vrijheid zijn eigen individuele leven leidt en waar stedelingen vrijwel geen wederzijdse verplichtingen of verantwoordelijkheden hebben. De stedeling is in de eerste plaats een consument van verschillende diensten en de stad is dan vooral een platform waarop vraag en aanbod op uiteenlopende gebieden elkaar kunnen treffen. Politieke en culturele aspecten van het stedelijk leven verdwijnen in deze visie naar de achtergrond of worden als een privézaak gezien. Veel – maar niet alle – smart-city-scenario’s sluiten aan op dit ideaal.

Daarnaast staat het ideaal van de republikeinse stad (als in *res publica* – de publieke zaak, niet als in de Amerikaanse politieke partij). Daarin biedt de stad ook de vrijheid om te kiezen uit uiteenlopende levenswijzen, maar tegelijkertijd geldt dat stedelingen ook met elkaar verantwoordelijk zijn voor de stad als geheel. Waar de libertair het prima vindt als de stedeling zich volledig afzondert in zijn privéwereld of achter de hekken van een *gated community*, keurt de republikein dergelijk gedrag af. De stedeling is in de eerste plaats een burger en mag zich niet in zijn geheel aan de stedelijke samenleving onttrekken. Veel social-city-benaderingen vinden hun filosofische legitimatie in deze opvattingen.

Tot slot is er nog het ideaal van de communautaire stad. Dat

gaat uit van het ideaal van een harmonische lokale gemeenschap waarin alle stedelingen min of meer dezelfde levenswijze met elkaar delen. De nadruk in deze visie ligt op de gemeenschappelijke identiteit van het collectief en niet op het individu. Het idee van de communautaire stad vinden we tegenwoordig vooral in nostalgische terugblikken vol dorpse gezamenlijkheidszin. Een klein deel van de social-city-benaderingen valt in deze categorie, wanneer digitale media vooral worden ingezet om eenduidige lokale gemeenschappen te verstevigen of in het leven te roepen.

Maar – en misschien is dat contra-intuïtief – ook een aantal smart-city-scenario's vindt aansluiting bij dit ideaal. Libertaire en communautaire principes zijn op sommige punten verrassend aan elkaar verwant. Immers: wie de libertaire vrijheid neemt zich af te zonderen, kan daarbij in een eenduidige communautaire wereld terecht komen. Op soortgelijke wijze is er opmerkelijk genoeg ook een zekere verwantschap tussen het dorpse communautaire ideaal en het modernistische gedachtegoed dat lang een dominante rol in de stedenbouw heeft gespeeld en op de achtergrond ook in dit boek zo nu en dan zal opduiken. De modernisten wilden – in hun meest extreme gedaante – weliswaar de oude traditionele orde vernietigen, maar ze stelden er een nieuwe (moderne) collectieve ervaring voor in de plaats. Met wetenschappelijke methoden moest de architect de ideale sociale verhoudingen vaststellen en deze omzetten in een fysieke vorm die stedelingen een nieuwe collectieve ervaringswereld zou bieden. Een ervaringswereld die geen nostalgische gevoelens van samenzijn oproept, maar juist een gevoel van verbondenheid dat paste bij de mobiliteit, de snelheid en de nieuwe technologieën van de moderne tijd.

De drie hierboven genoemde idealen zijn dan ook geen harde categorieën. Ze lopen in elkaar over en kunnen elkaar benaderen, er zijn ook allerlei tussenvormen mogelijk. Ze zijn hier bedoeld als aangrijpingspunt om de discussie over de rol van technologie in de stad weer filosofisch te maken. Ik gebruik de drie idealen steeds als een meetlat om praktische toepassingen van digitale media te verbinden met stedelijke idealen.

De centrale stelling van dit boek is dat veel urban media vooral het libertaire stedelijke ideaal onderbouwen. Met hun nadruk op efficiëntie en personalisering benaderen ze stedelingen als individuele consumenten en vergroten ze de vrijheid het leven naar eigen inzicht in te richten. Daarmee verminderen ze tegelijkertijd ook de wederzijdse betrokkenheid tussen verschillende stedelingen onderling. Tegelijkertijd is dat geen bij voorbaat uitgemaakte zaak. Er zijn ook voorbeelden van urban media die juist vertrekken vanuit het republikeinse ideaal. Zij weten het smart-city-ideaal van personalisering en efficiëntie te verbinden met de social-city-idealën van burgerschap en verbinding.

Dit boek is ook te lezen als een pleidooi voor de republikeinse

stad. Ik verdedig de stelling dat een moderne democratische stedelijke samenleving gebaat is bij de middenpositie tussen communautair en libertair. Een stad als communautaire gemeenschap, waar de nadruk ligt op een eenduidige gemeenschappelijke cultuur, is te dwingend en biedt weinig individuele vrijheid. Een stad die vooral als marktplaats functioneert, biedt wel veel vrijheid. Maar die vrijheid is ook zo vrijblijvend dat ze uiteindelijk kan leiden tot verregaande fragmentatie en segregatie, zowel cultureel als economisch. De republikeinse stad draait om de lastige opgave een balans te vinden tussen vrijheid en wederzijdse betrokkenheid. In dit boek wil ik vooral onderzoeken hoe urban media daar al dan niet een bijdrage aan kunnen leveren. Daarvoor zal ik niet alleen naar de toekomst kijken, maar ook naar het verleden: in hoeverre zijn de drie verschillende stedelijke idealen in onze huidige steden terug te vinden? Welke bredere maatschappelijke ontwikkelingen spelen daarbij een rol? En hoe passen urban media in die ontwikkelingen?

Een goede manier om dat complexe vraagstuk behapbaar te houden, is om te kijken naar het fenomeen van de stedelijke openbaarheid – de verzameling plekken in de stad die gelden als ontmoetingsplek van stedelingen met uiteenlopende achtergronden. De inrichting van de stedelijke openbaarheid speelt in alle drie de stedelijke idealen een belangrijke (zij het verschillend gewaardeerde) rol. In het communautaire ideaal belichaamt de stedelijke openbaarheid de collectieve identiteit. De architectuur en inrichting zijn een uitdrukking van die identiteit en er vinden vooral rituelen (parades, festivals, herdenkingsbijeenkomsten) plaats waarin stedelingen kunnen opgaan in een gedeelde cultuur.

In het libertaire ideaal is de stedelijke openbaarheid een marktplaats. De stad bestaat per definitie uit stedelingen met uiteenlopende wensen, achtergronden, voorkeuren, levensdoelen en overtuigingen. In de stedelijke openbaarheid treffen ze elkaar in een mechanisme van vraag en aanbod. Of het nu gaat om kopers die klanten zoeken, gelovigen die op zoek zijn naar religieuze leiders, kunstenaars die op zoek zijn naar inspiratie of leden van een specifieke subcultuur die soortgenoten zoeken.

Het republikeinse ideaal zit daar weer ergens tussenin. De stedelijke openbaarheid is net als in het libertaire ideaal de plek waar stedelingen van allerlei achtergronden elkaar treffen. Alleen is het nu geen vrijblijvende marktplaats, maar een plek waar al die stedelingen ondanks hun verschillen met elkaar kunnen opgaan in een groter geheel. Het is de plek waar stedelingen elkaar ontmoeten, waar onderling vertrouwen wordt opgebouwd, waar conflicten worden uitgevochten en waar stedelingen zich uiteindelijk op de een of andere manier tot elkaar moeten zien te verhouden.

De inrichting, het gebruik en de ervaring van de stedelijke openbaarheid zeggen zo dus iets over de manier waarop een stad als gemeenschap functioneert. En de manier waarop urban media

daarop ingrijpen, is dan ook doorslaggevend voor de richting waarin de stedelijke gemeenschap zich ontwikkelt. Om dat goed te kunnen onderzoeken, moeten we eerst nog iets preciezer kijken naar het fenomeen van de stedelijke openbaarheid.

### Stedelijke openbaarheid en stedelijke publieken

Stedelijke openbaarheid is een complex begrip. Meestal wordt het gebruikt in de betekenis van ontmoetingsplaats – ‘The urban mixing chamber’, zoals Paul Goldberg het stelde. Maar over wat voor ontmoetingen of *urban mix* er dan precies zou moeten plaatsvinden, zijn de meningen verdeeld. De ene keer gaat het om een politiek debat, waarin verschillende standpunten op elkaar botsen. Oer-voorbeeld: het zeventiende-eeuwse Britse koffiehuis zoals beschreven door de Duitse filosoof Jürgen Habermas en de Amerikaanse socioloog Richard Sennett. Daar kwamen stedelingen als burgers bij elkaar om met elkaar zaken van het algemeen belang te bespreken.

Maar lang niet alle voorbeelden van stedelijke openbaarheid gaan uit van een plek voor het voeren van een rationeel debat. In hun beschrijvingen van de openbaarheid die eind negentiende eeuw ontstaat op de boulevards van Parijs gaat het Charles Baudelaire en Walter Benjamin vooral om de lijfelijke confrontatie tussen verschillende levenswerelden die er plaatsvindt. De opkomende bourgeoisie die er komt flaneren, stuit er op de paupers uit de krottenwijken die achter de façades van Haussmanns glanzende nieuwbouwprojecten overeind waren blijven staan. Voor de Amerikaanse stadsonderzoeker en buurtactivist Jane Jacobs draait de openbaarheid om nog banalere alledaagse interacties. Doordat buurtbewoners elkaar regelmatig op straat tegenkomen, elkaar kort groeten en zo nu en dan eens een oppervlakkig praatje maken, kan na verloop van tijd vertrouwen ontstaan, beschrijft zij in haar beroemde boek *The Death and Life of Great American Cities*.

Wat bovengenoemde voorbeelden gemeen hebben, is dat er op de genoemde plekken uit de interactie tussen stedelingen steeds een *modern stedelijk publiek* ontstaat: een groep mensen die al dan niet tijdelijk met elkaar worden verenigd rond een gemeenschappelijk doel of praktijk. De manier waarop het begrip publiek wordt gebruikt, is daarbij nauw verwant met de twee betekenissen die de term ‘publiek’ heeft in het alledaagse taalgebruik. Enerzijds is een publiek een verzameling mensen die al dan niet toevallig een gemeenschappelijke ervaring of een gemeenschappelijk belang delen. Dat kan een ruimtelijke ervaring zijn, bijvoorbeeld heel letterlijk het publiek dat aanwezig is in een theater (of op een boulevard). Het kan ook om een gemedieerde ervaring gaan, het publiek van een televisieprogramma. Publiek heeft daarnaast ook een tweede betekenis, die van ‘openbaar maken’. Iets wat ‘publiek’ is, is toegankelijk voor anderen.<sup>5</sup>

Beide aspecten komen bij elkaar wanneer we kijken naar de manier waarop publieken in de stedelijke openbaarheid tot stand komen. Stedelingen kunnen met elkaar een publiek vormen (een groep mensen) doordat ze een of ander aspect van hun leven publiek (openbaar) maken. Kijk bijvoorbeeld nog even naar het zeventiende-eeuwse koffiehuis: burgers kwamen ernaartoe om koffie te drinken, de krant te lezen, maar vooral ook om onder het genot van een kop koffie de onderwerpen uit de krant met elkaar te bediscussiëren. Met andere woorden ze vormden met en voor elkaar een publiek (groep) doordat ze hun eigen opvattingen publiek (openbaar) maakten.

Een publiek is dus geen passief collectief, zoals het Engelse begrip ‘audience’ vaak wordt gebruikt. Leden van een publiek zijn afwisselend toehoorder en opvoerder.<sup>6</sup> Op soortgelijke wijze omschrijft Marshall Berman aan de hand van de getuigenissen van Baudelaire en Benjamin de negentiende-eeuwse boulevards wel als ‘the common meeting ground and the communications line’ van de negentiende eeuw.<sup>7</sup> Doordat bourgeoisie en paupers er samenkomen, groeit de boulevard uit tot een plek waar verschillende groepen stedelingen kennis van elkaar kunnen nemen. Met hun kleding, gebruiken en manieren laten stedelingen aan elkaar zien wie ze zijn, tot welke groepen ze behoren. Tegelijkertijd vormen ze ook met elkaar een publiek. De boulevard is het podium waarop de bewoners van Parijs en Sint-Petersburg zowel opvoerder als toeschouwer zijn.

Daarbij kunnen ze niet alleen kennis van elkaar nemen, maar – en dat is cruciaal voor Berman – er kan uit de interactie op de boulevard ook weer een nieuw publiek ontstaan. In een enigszins romantisch betoog schetst hij bijvoorbeeld hoe de boulevards van Sint-Petersburg bijdroegen aan een groeiend klassenbewustzijn, doordat arbeiders en proletariërs er tijdens het flaneren anderen zoals zichzelf herkenden. Uit de wederzijdse herkenning kon een gevoel van verbondenheid en mogelijk zelfs politieke actie ontstaan.

De hier beschreven publieken van het Britse koffiehuis en de Russische Nevski Prospekt (de belangrijkste boulevard van Sint-Petersburg) zijn ook typisch *stedelijke* publieken. Beide publieken ontstaan uit historisch gegroeide praktijken die verbonden raakten met specifieke stedelijke locaties. Bij zowel het zeventiende-eeuwse Britse koffiehuis als bij de negentiende-eeuwse boulevard hoort een set culturele repertoires: een verzameling rollen en handelingen die gekoppeld zijn aan en als passend gelden voor die plek. Die protocollen en repertoires hebben deels weer te maken met de specifiek stedelijke conditie die eruit bestaat dat burgers er zich voortdurend moeten verhouden tot vreemden. Zoals Jane Jacobs schrijft:

Great cities are not like towns, only larger; they are not like suburbs only denser. They differ from towns and suburbs in basic ways, and one of these is that cities are, by definition, full of strangers. To any one person, strangers are far more common in big cities than acquaintances.<sup>8</sup>

Kortom: het wezen van de stad is dat we er altijd omringd zijn met mensen die anders zijn dan wijzelf. En de meesten van onze stads-  
genoten zullen ook vreemdelingen voor ons blijven. Toch moeten we op de een of andere manier met elkaar zien samen te leven.

Dit idee van de stad als verzameling van vreemden ontstond in de grote steden aan het eind van de negentiende en het begin van de twintigste eeuw. Zo beschrijven de sociologen van de Amerikaanse Chicago School hoe in die tijd grote groepen stedelingen van het platteland naar de stad trokken.<sup>9</sup> Die verhuizing betekende voor velen letterlijk en figuurlijk de aankomst in een nieuwe wereld. Ze lieten de hechte en overzichtelijke traditionele gemeenschappen van het platteland achter zich en kwamen aan in de grote stad, waar eerder anonimiteit de norm was. Daar wisten ze zich omringd door talloze andere stedelingen, vaak van uiteenlopende afkomst. Die dichtheid en heterogeniteit van de moderne metropool, stelde Louis Wirth, leidde tot de opkomst van nieuwe, moderne stedelijke publieken. Stedelingen gingen zich specialiseren en voor verschillende aspecten van het leven begonnen ze ook deel uit te maken van uiteenlopende gemeenschappen en publieken.<sup>10</sup>

De stedelijke openbaarheid speelt een essentiële rol in dat proces. Dat is steeds het podium of platform waarop stedelingen laten zien wie ze zijn, (hun levenswijze publiek maken) en daardoor bekend kunnen raken met de levenswijze van anderen en zich met hen kunnen vergelijken. De openbaarheid werkt zo ook als een culturele en politieke marktplaats: stedelingen kunnen er soortgenoten herkennen en samen met anderen opgaan in nieuwe collectiviteiten (nieuwe publieken) of zich juist van andere stedelingen onderscheiden. Om stedelijke openbaarheid te onderzoeken, moeten we dus kijken naar de manier waarop stedelingen hun leven publiek maken op diverse podia – van de boulevard tot Facebook – en hoe dat proces vervolgens al dan niet leidt tot het ontstaan van nieuwe publieken.

### **Parochiale en publieke domeinen**

Daarmee zijn we ook bij de belangrijkste inzet van het ideologische debat over de stedelijke openbaarheid. In de moderne stad zijn de bewoners voortdurend omringd door andere stedelingen, die hun niet alleen onbekend zijn, maar ook vaak anders zijn dan zichzelf. En toch zullen ze zich op de een of andere manier tot al die andere stedelingen moeten zien te verhouden. Maar wat is dan de juiste