

Grand café De Jaren in Amsterdam. Decor voor het postmoderne publieke domein.

laar, buiten de gevestigde politieke kanalen om. Er zijn afspraken gemaakt voor een in de VS ongekend pakket van maatregelen die er voor moeten zorgen dat de direct betrokken gemeenschap ook daadwerkelijk profiteert. 'Community' wordt meer dan een slogan, de 'community benefits' bedragen onder meer een buurtpark, betaalbare woningbouw en vooral de garantie voor het in dienst nemen van lokale werknemers die ook training zullen ontvangen en aanzienlijk hogere lonen zullen gaan verdienen. Uiteraard zal in de toekomst moeten blijken wat de effectiviteit is van dit protest, maar het signaal is hoopgevend en krijgt inmiddels grote aandacht in de gehele VS. Waar het postmoderne neo-urbanisme van New Urbanism zich al te veel richt op esthetiek, imago en illusie, is er in de postmetropolis van Los Angeles ook 'Real Urbanism' te vinden dat wellicht dichterbij Fainsteins visie op de rechtvaardige stad.

Joost Beunderman studeert stadsgeografie aan de Universiteit Utrecht en is redacteur van *Agora*. Dit artikel is deels gebaseerd op zijn afstudeeronderzoek.

Literatuurselectie

Beauregard, R.A. (1993) *Voices of Decline - the Postwar Fate of US Cities*. Oxford, UK/Cambridge, Mass: Blackwell.

Ellin, N. (1996) *Postmodern Urbanism*. New York: Princeton Architectural Press.

Fainstein, S. S. (2000) New Directions in Planning Theory. In: *Urban Affairs Review* 35 (4): 451-478.

Harvey, D. (1997) The New Urbanism and the Communitarian Trap. In: *Harvard Design Magazine* 1 (1): 68-69.

Hall, T. and P. Hubbard, Eds. (1998) *The Entrepreneurial City - Geographies of Politics, Regimes and Representation*. Chichester etc.: John Wiley & Sons.

Nicholls, W. J. (2002) *The Territorial Turn in Progressive Urban Politics - the Case of Los Angeles*. Ongepubliceerd paper voor de AAG Annual Meeting, Los Angeles.

Soja, E. W. (2000) *Postmetropolis - Critical Studies of Cities and Regions*. Oxford, UK: Blackwell.



Verschijningen op straat
Het postmoderne publieke domein

"Je bent wat je eet. Zo was het vroeger. Je bent wáár je eet, zo is het nu. Want de keuze voor een restaurant wordt niet meer alleen bepaald door het menu, maar ook door het decor". Deze zin, afkomstig uit de *Volkskrant* van 8 mei 2001, impliceert een koppeling van identiteit aan ruimte, van levensstijl aan lokatie. Gezien worden in de juiste ruimte, onder de juiste mensen, daar gaat het om in het postmoderne publieke domein. Het gevolg is dat de klassieke definities van het publieke domein, met termen als diversiteit en cosmopolitische gelijktijdigheid, hun waarde verliezen.

GOZEWIJN BERGENHENEGOUWEN

Stedelijke openbare ruimte is het decor van een deel van het stedelijke openbare leven en kan gedefinieerd worden als ruimte die open en toegankelijk is voor iedereen, zonder aanzien des persoons. Niet alleen straten, pleinen en parken vallen hieronder, maar ook bijvoorbeeld bibliotheken, winkelcentra, openbaar-voervoermiddelen, cafés, restaurants, theaters, winkelcentra en winkels. Deze openbare ruimten

verschillen van straten en pleinen door dat er een beperking in tijd bestaat; ze zijn niet vierentwintig uur per dag open. Ook is het bezoek aan sommige van deze ruimten niet geheel vrijblijvend; kosten voor het gebruikmaken van de ruimte zijn vaak verdisconteerd in de prijs die men voor de daar geconsumeerde goederen of diensten betaalt. Iets dat beide categorieën met elkaar gemeen hebben is de aanwezigheid van mensen die vreemden van elkaar zijn, of elkaar alleen categorisch kennen, en die elkaar observeren, ontmoeten en met elkaar interacteren. Deze aanwezigheid wordt 'publiek domein' genoemd en maakt deel uit van een theoretische driedeling. Naast publiek domein is er privaat domein, waarbij er sprake is van intieme, primaire relaties en parochiaal domein, dat zich kenmerkt door gemeenschapszin zoals die onder kennissen of burens bestaat. Alhoewel in de stedelijke openbare ruimte ook sprake kan zijn van een privaat of parochiaal domein, is het toch vooral het publieke domein dat zich hierin het meest nadrukkelijk manifesteert.

"Tingeling, tingeling door de stad / Het openbaar vervoer doet aan beschaving, / aan feestelijkheid, aan wanordehandhaving." De Vlaamse dichter wijlen Herman de Coninck doet hier aan cultuursociologie. Hij plaatst de openbare ruimte in een rol waarin velen haar graag zien: die van hoedster van de enorme diversiteit aan mensen met betrekking tot sociaal-economische status, etniciteit, leefstijl, sexuele geaardheid en religie. Wat geoogst kan worden is een simultane vertegenwoordiging van vele 'werelden' die gepersonificeerd worden door de participanten aan het publieke domein; een cosmopolitische gelijktijdigheid van verschillen kortom. De dynamiek van het publieke domein is in deze romantische zienswijze te herleiden tot de ongeplande en onverwachte ontmoetingen en confrontaties tussen van elkaar verschillende mensen.

Een collectief gewenste orde

Als het gaat om het ideaaltypisch gebruik van de stedelijke openbare ruimte wordt vaak, al dan niet terecht, verwezen naar het publieke domein in Europese steden uit de achttiende eeuw. Het is duidelijk dat de ervaring van in

de stedelijke openbare ruimte van toen aanwezig te zijn en de betekenis van de hiermee gepaard gaande verschijning aanzienlijk verschillen van die in de postmoderne (binnen)stedelijke publieke cultuur.

Een kanttekening is hier op zijn plaats. De volgende schets van het publieke domein uit de achttiende eeuw laat zich niet lezen als norm, maar als uitgangspunt, als een referentie voor de analyse van de postmoderne status.

In zijn beroemde werk 'The Fall of Public Man' analyseert de Amerikaanse socioloog Sennett aan de hand van Londen en Parijs de Europese stedelijke publieke cultuur van de achttiende

eeuw, alsmede de processen die hebben geleid tot de verandering van het karakter daarvan. De stedelijke cultuur werd in de achttiende eeuw gedragen door de opkomst en emancipatie van de burgerij. De naar de steden toegetrokken bevolking had gebroken met traditionele banden als familieafkomst en grondbezit en vormde een geheel nieuwe stand, de burgerij. Vanwege het zeer heterogene karakter van deze stand, bestond er geen collectieve identiteit of sociale interactie in het openbare leven op te baseren. Deze sociale interactie was noodzakelijk vanwege de onderlinge afhankelijkheid van de burgers, zowel op politiek en economisch



Winkelcentrum Magna Plaza in Amsterdam.

als op sociaal en cultureel terrein. De onzekere situatie waarin de stedelijke samenleving verkeerde resulteerde in de ontwikkeling van een artificiële gedragscode die mogelijk gemaakt werd door twee kenmerken die alle burgers met elkaar gemeen hadden, respectievelijk de lokatie (de stad binnen de stadsmuren) en de bereidheid, vanuit een collectief gewenste stabiele publieke orde, tot het accepteren van een sociale conventie.

De artificiële gedragscode kwam tot uiting in de verschijningen van stedelingen in de openbare ruimte. Haardracht, kleding en sieraden verwezen naar verschillende sociale categorieën die voor een ieder bekend waren en die bepaalde gedragingen en conversaties verlangden. Op deze manier stuurden materiële artefacten de sociale interactie.

Individuele, persoonlijke expressie kwam er niet aan te pas. Interactie in de stedelijke openbare ruimte vond zodoende plaats tussen sociale eenheden in plaats van tussen persoonlijkheden en werd bepaald door de verhouding tussen herkenbare publieke actoren. Sociabiliteit tussen zeer van elkaar verschillende stedelingen en de formatie van een stabiele publieke orde binnen de stadsmuren waren de resultaten van deze 'maskerade'.

Zoals verschijningen in de stedelijke openbare ruimte waren losgekoppeld van de individuele persoonlijkheid van degene die verscheen, zo werd ook spreken in de openbaarheid beschouwd als een signaal ter interactie in plaats van als een verwijzing naar de persoonlijkheid van de spreker. Deze scheiding vond plaats in de breed toegankelijke en breed bezochte koffiehuisen en theaters, die dan ook een uiterst publiek karakter hadden. Ook in een ander deel van de publieke sfeer van die tijd, de politiek, was de persoonlijkheid van de betreffende actor van ondergeschikt belang. In gedrukte organen bijvoorbeeld werden politieke twisten door politici uitgevochten in algehele anonimiteit, eenvoudigweg door hun naam niet onder het ingezonden stuk te laten afdrukken. Het gevolg hiervan is dat de toenmalige politiek, net als het publieke leven, sociaal-psychologisch gezien gebaseerd was op een scherpe scheiding tussen de private sfeer en de publieke sfeer, een scheiding die vanaf het begin van de negentiende eeuw scheuren begon te vertonen.

Dat de scherpe scheiding tussen de publieke en de private sfeer in de negentiende eeuw aan erosie onderhevig raakte, vormt een kiem voor het ontstaan van het postmoderne publieke domein. Met nadruk op 'een', want naast de meer sociaal-psychologische these die hier wordt gepresenteerd, zijn er vele andere verklaringen voor de verandering van de functie van het publieke domein. De maatschappelijke functie van het publieke domein in de stedelijke openbare ruimte is bijvoorbeeld kleiner geworden. De informatiefunctie van weleer (nieuws en nieuwtjes werden van mond op mond in de stedelijke openbare ruimte overgedragen) is overgenomen door andere media en de onderlinge maatschappelijke afhankelijkheid tussen burgers is veranderd in een situatie waarin de burger afhankelijk is van de staat of van andere instituties. Het vacuüm dat mede hierdoor is ontstaan, is deels opgevuld door een postmodern publiek domein, een publiek domein dat een heel ander karakter heeft dan dat van de achttiende eeuw.

Persoonlijkheid

Aan het begin van de negentiende eeuw was de eerste fase van de secularisatie in Europa reeds voltrokken: er was nog wel sprake van een transcendentale betekenis van het leven (de levensbeschouwelijke overtuiging dat verschijnselen een 'hogere', niet-aardse of universele betekenis bezitten), maar aan een hiernamaals werd steeds meer getwijfeld. Met de tweede fase van de secularisatie die vanaf het begin van de negentiende eeuw aanving, verdween ook deze laatste vorm van transcendentie steeds meer. Daarvoor in de plaats kwam de hegemonie van de immanentie. Dit betekende dat de menselijke conditie zelf centraal kwam te staan in plaats van dat men er een hogere betekenis aan gaf. De nadruk kwam te liggen op het aardse, onmiddellijke en individuele leven van de mens zelf. De functie die de filosofe Hannah Arendt de publieke sfeer toedicht, als troost voor het futiele, sterfelijke, individuele leven, was dus overbodig geworden. Men was helemaal niet verdrietig meer, integendeel, de transcendentie uit de voorgaande periode werd als iets vrijheidsbeperkend beschouwd. De afwijzing van het transcendente werd namelijk gevoed door de notie dat de mens zelfbeschikking bezit en door de daaruit

voortvloeiende drang van de mens om zich te bevrijden uit conventies. Zo ook uit de sociale conventie die in de achttiende eeuw als pijler van het publieke domein fungeerde.

De aardse menselijke conditie die door de immanentie tot leidinggevend principe in de levensbeschouwing werd verheven, werd betekenis gegeven door het concept 'persoonlijkheid'. Voor het publieke domein in de steden betekende dit dat men zich in de openbaarheid als een individuele persoonlijkheid wilde gedragen. In het keurslijf van de sociale conventie uit de achttiende eeuw was dit onmogelijk, die was immers gebaseerd op een scherpe scheiding tussen publiek en privaat. Deze conventie werd vanaf het begin van de negentiende eeuw dan ook de rug toe gekeerd. De verschijningen in de stedelijke openbare ruimte verwijzen sindsdien niet meer naar sociale categorieën zoals voorheen gebruikelijk was, maar direct naar de individuele uitdrager van de verschijning. Uiterlijke kenmerken, zoals kleding, fungeren daardoor niet meer als instrumenten ter sociale interactie, maar ter expressie van de individuele persoonlijkheid. Door middel van deze uiterlijkheden definiëren en presenteren individuen zich als 'zichzelf'.

De verschijningen in de stedelijke openbare ruimte verwijzen hierdoor niet meer naar een vaststaande orde en bezitten daardoor geen gedeelde betekenis meer. Ze zijn min of meer arbitrair te noemen. Dit proces van 'arbitraïsering' is in het huidige tijdsgewricht volwassen geworden. De filosoof Baudrillard, een voornaam analist en criticus van de postmoderne cultuur, stelt het domein van consumptie centraal in deze ontwikkeling. Hij meent dat individuen in de consumptiemaatschappij van vandaag een 'persoonlijkheid' aangepraat krijgen, door middel van commerciële retoriek en reclame, die mensen wijzen op dát ene verschil dat hen 'zichzelf' doet zijn. Men gaat zich 'verpersoonlijken' met tekens, die onder meer bij verschijningen in de stedelijke openbare ruimte gepresenteerd worden. Deze tekens drijven volgens Baudrillard in een zee van duizenden andere tekens die uitsluitend worden gecreëerd om een volkomen synthetische individualiteit te vermaken. Dit systeem bestaat alleen nog uit verschillen, die op zichzelf weer te onderscheiden zijn van andere verschillen, maar

die niet te koppelen zijn aan een vast vergelijkingspunt of een vastomlijnd object.

Reflexief

Ondanks deze dystopische voorstelling van zaken lijkt de huidige tijdgeest niet het effect te sorteren dat er sprake is van een totale 'onleesbaarheid' van de verschijningen in de stedelijke openbare ruimte, van een totale tevergeefsheid om deze te 'decoderen'. Wat er te lezen valt zijn namelijk levensstijlen die het dagelijks leven zijn gaan beheersen en zich in de (binnen)stedelijke openbare ruimte zijn gaan manifesteren.

De socioloog Giddens stelt dat door de openheid van het huidige sociale leven, de pluralistische context van handelingen en de diversiteit van 'autoriteiten' levensstijlkeuzes steeds belangrijker worden in het bepalen van de persoonlijke identiteit in dagelijkse activiteiten. Hij noemt dit proces de 'reflexieve mobilisering van het zelf'. Deze taak moet volbracht worden temidden van een raadselachtige diversiteit aan mogelijkheden. De vraag 'how shall I live?' moet in dagelijkse beslissingen over gedrag, kleding, eten en vele andere zaken beantwoord en, in het kader van het openbaren van de persoonlijke iden-

titeit, geïnterpreteerd worden. Lash en Urry vullen naar eigen zeggen Giddens aan door te stellen dat deze reflexieve mobilisering van het zelf zich op esthetische basis voltrekt. Zij stellen, zich baserend op het werk 'Sources of the Self' van Charles Taylor, dat tijdens de moderne periode een levensbeschouwelijke verschuiving heeft plaatsgevonden van 'natuur', een vaststaande, universele orde, naar esthetiek. Esthetisch-reflexieve 'symbolen' verwijzen niet naar een objectieve orde, een punt dat ook in de theorie van Baudrillard naar voren kwam. Net als Baudrillard benadrukken Lash en Urry het belang van het domein van consumptie voor het 'verpersoonlijken' van het huidige individu.

De stelling dat het domein van consumptie niet alleen zorgt voor een onderscheid tussen het zelf en de ander maar ook tussen het spreekwoordelijke wij en zij, leidt tot de reeds genoemde hypothese dat de verschijningen in de openbare ruimte niet totaal 'onleesbaar' zijn geworden. Volgens Lash en Urry heeft consumptie op esthetisch-reflexieve basis naast individualisering van personen namelijk ook 'individuation' tot gevolg. Individuation is een categorisering naar eenvormige 'niche-marketed' consumenten. In deze niches delen de participanten een collectieve 'persoonlijkheid' die tot uiting gebracht wordt door uiterlijkheden, consumptiegedrag en de keuze van een stedelijke openbare (binnen)ruimte (zie volgende paragraaf). Als gevolg van 'individuation' verwijzen deze 'tekens' dus niet alleen naar bepaalde individuen, maar ook naar bepaalde groepen individuen. Hierdoor is er sprake van segmentering in plaats van atomisering. Deze segmentering leidt, in tegenstelling tot datgene wat atomisering tot gevolg zou hebben, tot enige mate van 'leesbaarheid' en 'decoderbaarheid' van de verschijningen in de openbare ruimte.

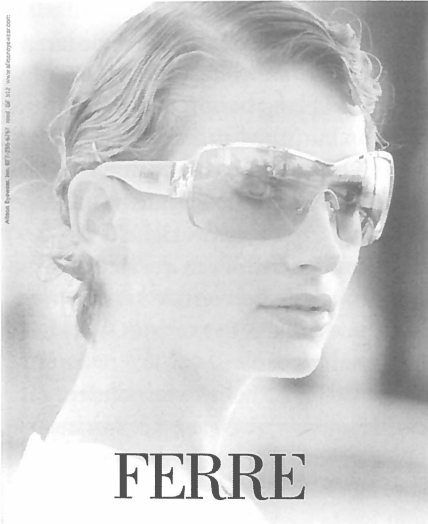
Zien en gezien worden

Niet alleen uiterlijkheden van degene die verschijnt zijn 'tekens' of expressie van een levensstijl, maar ook de ruimte waarin de verschijning plaatsvindt en aanschouwd wordt is als zodanig te bestempelen. Naast het merk schoener is daarom ook de plaats waar die de grond raken van belang bij het 'verpersoonlijken' van individuen. De reflexieve mobilisering van het zelf heeft daar-



(Foto: Cozewijn Bergenhengouwen)

Cultureel café De Balie in Amsterdam.



(Foto Surface)

FERRE

Verpersoonlijking door middel van consumptiegoederen en verschijning. Advertentie uit het tijdschrift 'Surface - the substance of style'.

mee een ruimtelijke vraag in zich. De vragen die het huidige individu zich volgens Giddens stelt, beginnen dus niet slechts met 'wat' maar ook met 'waar'. Deze 'waar-vraag' wordt in het postmoderne publieke domein beantwoord met het aanduiden van een stedelijke openbare (binnen)ruimte waarin zich een bepaalde consumptieve functie bevindt, die een bepaalde uitgesproken architectuur kent en waarin zich een bepaald publiek manifesteert. Deze drie aspecten bepalen een openbare (binnen)ruimte als 'teken', als expressie van een levensstijl. Kortom, je bent waar je komt. Voorbeelden van deze decors van het postmoderne publieke domein zijn voornamelijk publieke binnenruimten, zoals cafés, winkelcentra en galeries.

De dynamiek van het postmoderne publieke domein is te herleiden tot het zien en gezien worden. Dit is ook het proces dat ervoor zorgt dat er binnen het postmoderne publieke domein van diversiteit en cosmopolitische gelijktijdigheid geen sprake is. Naast materiële zaken als uiterlijkheden, (andere) consumptiegoederen en architectuur, identificeert de bezoeker van een openbare (binnen)ruimte zich namelijk met de andere personen die in die ruimte aanwezig zijn. Deze personen functioneren eveneens als 'tekens' en expressies van een levensstijl. Hun verschijningen zijn tot object geworden waarin de participant aan het postmoderne publieke domein een persoonlijke betekenis zoekt, waarin hij of zij zich wil weer-

spiegelen en waartussen hij of zij gezien wil worden. Als gevolg hiervan wensen de bezoekers van (binnen)stedelijke openbare ruimten slechts 'gelijken' om hen heen; in 'de ander', die verschilt van 'het zelf', kan namelijk geen 'persoonlijke' betekenis en geen bevestiging van levensstijl gevonden worden. Het gevolg is dat mensen de openbare ruimten waar een grote kans bestaat dat ze die ander tegen zullen komen mijden, of dat ze zich er onverschillig gedragen.

Een deel van de (binnen)stedelijke openbare ruimte, voornamelijk de openbare binnenruimten, is als gevolg van de manifestatie van het postmoderne publieke domein geëvolueerd tot een mozaïek van 'tekens'. Ruimtelijk van elkaar afgescheiden levensstijlenclaves worden daarbij, als gevolg van de grote rol die het domein van consumptie speelt in de postmoderne publieke cultuur, gretig gefaciliteerd door de markt. Uitwisseling en interactie tussen de verschillende enclaves ontstaat niet of nauwelijks; het is belangrijker om, spreekwoordelijk, te verkondigen wie men is, dan dat men de dialoog met de ander aan gaat. Voor alle duidelijkheid, in de levensstijlenclaves is er van een parochiaal domein, gekenmerkt door gemeenschapszin en deel uitmakend van het rijkte publiek-parochiaal-privaat, geen sprake. Er doet zich een homogeen publiek domein voor, waarbij de interactie gereduceerd is tot het zien en gezien worden van en door 'gelijken'. Men organiseert zich zo in 'psychological safe havens', die vanuit huis, de psychological safe haven pur sang, bereikt worden door zo min mogelijk gebruik te maken van, of betekenis te hechten aan het bezoeken van de omliggende openbare ruimte. De dynamiek van het postmoderne publieke domein valt daardoor niet te herleiden tot, zoals de klassieke definities van publiek domein omschrijven, de ongeplande en onverwachte ontmoetingen en confrontaties tussen van elkaar verschillende mensen. Integendeel.

Gozewijn Bergenhenegouwen is onlangs afgestudeerd als stadsgeograaf aan de Universiteit Utrecht en is redacteur van AGORA.

Literatuurselectie

- Apostel, L. & J. Walry (1997) Hopeloos gelukkig. Leven in de postmoderne tijd. Amsterdam: Meulenhoff/Kritak.
- Arendt, H. (1958) The public realm: the common, in: Glazer, N. (1987) The public face of architecture: civic culture and public spaces. New York: Free Press.
- Coninck, H. de (1998) De gedichten 2. Amsterdam: De Arbeiderspers.
- Giddens, A. (1991) Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age. Cambridge: Polity Press.
- Gils, W. van (1986) Realiteit en illusie als schijnvertoning. Over het werk van Jean Baudrillard. Nijmegen: Uitgeverij SUN.
- Lash, S. & J. Urry (1993) Economies of signs and space. London: Sage.
- Lofland, L. (1998) The public realm. Exploring the city's quintessential social territory. New York: Aldine de Gruyter.
- Sennett, R. (1974) The fall of public man. Editie 1992. New York: Norton.
- Wouden, R. van der (red.) (1999) De stad op straat: de openbare ruimte in perspectief. Den Haag: SCP/Elsevier.
- Zijderveld, A.C. (1983) Steden zonder stedelijkheid. Een cultuursociologische studie van een beleidsprobleem. Deventer: Van Loghum Slaterus.