

AGATA BONENBERG*

POSTRZEGANIE I OCENA MIEJSKICH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH W KONTEKŚCIE ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO

PERCEPTION AND EVALUATION OF PUBLIC SPACE IN CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF INFORMATION SOCIETY

Streszczenie

W artykule przedstawiono zagadnienie postrzegania i oceny przestrzeni miejskich poprzez media społecznościowe. Jako efektywne narzędzie przekazywania informacji, propagacji trendów, wyrażania emocji w odniesieniu do miejsc i wydarzeń miejskich, stanowią aktualny zapis preferencji użytkowników przestrzeni publicznej. W artykule opisane zostały popularne, lubiane (Lubię to!) miejsca wraz z uzasadnieniem, z czego wynikają towarzyszące im pozytywne przekonania i emocje. Artykuł jest próbą zdefiniowania preferencji przestrzennych i kompozycyjnych miejskich przestrzeni publicznych kształtowanych według upodobań społeczeństwa informacyjnego.

Słowa kluczowe: społeczeństwo informacyjne, media społecznościowe, przestrzenie publiczne

Abstract

The paper presents the issue of perception and evaluation of urban space through the perspective of social media. As an effective tool for passing information, propagating trends, expressing the emotions related to urban places and events, social media are the current record of the preferences of the users of public space. The article describes popular and liked (I like it!) places providing the reasons behind the positive beliefs and emotions. The article is an attempt to define the spatial preferences and the preferences concerning the composition of the urban, public space shaped accordingly to the likes of the information society.

Keywords: information society, social media, public space

* Dr inż. arch. Agata Bonenberg, Katedra Architektury Usługowej i Mieszkaniaowej, Wydział Architektury, Politechnika Poznańska.

1. Wstęp

Miasta są fizycznym przejawem życia społeczeństwa: dynamicznym połączeniem substancji budowlanej i organizacji społecznej. Podstawą podjęcia rozważań o przyszłości miasta jest przekonanie o znaczącej roli przepływu informacji jako historycznego czynnika konsolidującego i centrotwórczego. Równocześnie przyszłość miast niewątpliwie łączy się z zagadnieniem rozwoju społeczeństwa informacyjnego. W chwili obecnej budowa społeczeństwa informacyjnego jest jednym z głównych celów polityki społecznej Polski oraz Unii Europejskiej¹. Percepcja i ocena przestrzeni publicznych w kontekście rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest ważna ze względu na możliwość badania aktualnych preferencji oraz potencjału rozwojowego fragmentów tkanki miejskiej: dzielnic miejskich, sąsiedztw i rejonów.

2. Media społecznościowe i zapis postrzegania miejskiej przestrzeni publicznej

Przejawem organizacji społeczeństwa informacyjnego są media społecznościowe. Portale internetowe umożliwiające i optymalizujące kontakty w grupach spełniają funkcję kanału przekazu informacji, opinii, dzielenia się poglądami. Media społecznościowe stały się narzędziem tworzenia i propagacji trendów. Za ich pomocą można wykreować modę na konkretne obszary miasta jako miejsca spotkań w przestrzeni rzeczywistej. Dlatego zdaniem autorki istnieje zależność pomiędzy pozytywnym przekazem informacyjnym propagowanym poprzez Internet a aktywizacją społeczną i ekonomiczną przestrzeni publicznych w mieście. Tematyka aktywizacji przestrzeni miejskiej pod wpływem sieci internetowej jest przedmiotem intensywnych badań autorki². Celem badań jest ocena wpływu, jaki wywierają opinie użytkowników portali społecznościowych na przemiany przestrzeni publicznych. W szczególności dotyczy to miejsc spotkań towarzyskich, miejsc zakupów, miejsc wypoczynku i rekreacji, ale również przestrzeni publicznych związanych z interesującym wydarzeniem. Wydaje się, że kluczem do popularności tych przestrzeni jest wzbudzenie pozytywnych emocji. Natura emocji i motywacja nie zawsze są oczywiste, a spektrum subiektywnych odczuć może być bardzo szerokie. Autorka przeanalizowała 1500 popularnych profili na portalu społecznościowym Facebook, biorąc pod uwagę ilość oznaczeń „lubię to”. W wyniku analizy semantycznej przykładów wyznaczyła cztery dominujące odczucia przyczyniające się do pozytywnego zainteresowania przestrzeniami publicznymi:

1. Poczucie harmonii;
2. Poczucie ciekawości;
3. Pobudzenie kreatywności i dostarczenie inspiracji;
4. Wzbudzenie nostalgii, oddziaływanie na pamięć zbiorową.

Ad. 1. Poczucie harmonii poprzez poszukiwanie związku z naturą

Aranżacja przestrzeni zindywidualizowanej i niepowtarzalnej poprzez poszukiwanie związku z naturą jest rozpowszechnioną strategią w nowo projektowanych przestrzeniach publicznych. Sprawdza się przede wszystkim dzięki unikalności dzieł natury: niepowtarzalnym formom naturalnych zbiorników wodnych, charakterystycznej topografii terenu, typom występującej roślinności i klimatowi miejsca. Każdy z tych elementów może stać się podstawą kompozycji projektu, inspiracją, może decydować o zastosowaniu rozwiązań produkcji energii (woda, wiatr, słońce), może też decydować o wyborze materiału budowlanego. Wszystkie te czynniki wpływają na ostateczny kształt architektury. Zestawienie zabudowy miejskiej z wyjątkowymi cechami naturalnymi zwiększa szanse na stworzenie rozpoznawalnej, zindywidualizowanej przestrzeni. Warunkiem powodzenia jest wyeksponowanie najbardziej charakterystycznych walorów naturalnych, czyniąc je równocześnie dostępnymi dla użytkowników. Jednym z wielu pozytywnych przykładów są nowo projektowane przestrzenie publiczne wysp Zeeburg i IJburg w Amsterdamie. Rozwiązana te cieszą się pozytywnymi ocenami użytkowników przestrzeni rzeczywistej, co znajduje potwierdzenie w statystykach portali społecznościowych (13000 osób lubi te miejsca).

Ad. 2. Poczucie ciekawości poprzez zróżnicowanie wizualne podkreślające unikalny charakter miejsca

Zróżnicowanie wizualne podkreślające unikalny charakter miejsca polega na zestawieniu elementów historycznych istniejących w kontekście przestrzennym oraz nowych elementów zabudowy. Łączenie różnych jakości, różnych elementów w sposób czytelny i rozpoznawalny sprzyja tworzeniu barwnego, wielowątkowego kolażu form. Przykładem takiego podejścia jest rewitalizacja Porto Antico w Genui. Program aktywizacji średniowiecznego serca miasta (1992 rok) polegał na zestawieniu nowoczesnych uzupełnień architektury autorstwa Renzo Piano z zabytkową zabudową miasta. Mimo pozornego kontrastu formalnego i czytelnego rozgraniczenia nowych i starych elementów w rozwiązaniu tym czytelne są podstawowe zasady dobrego sąsiedztwa w komponowaniu przestrzeni miejskiej: zasady zachowania odpowiedniej skali, rozwiązań definiujących i porządkujących wnętrza urbanistyczne, dbałości o detal, faktury i kolorystykę w architekturze nowoczesnej. Porto Antico, przestrzeń publiczna ścisłego centrum miasta jest niezwykle lubianym przez użytkowników miejscem: tłem wydarzeń aktywizujących społeczność miejską – wydarzeń artystycznych, społecznych politycznych oraz miejscem sportu i rekreacji (lubi: 7855 osób).

Ad. 3. Pobudzenie kreatywności i dostarczenie inspiracji – wykorzystanie wzorców nurtu globalnego

Styling wynikający z promowanych wzorców nurtu globalnego ma swoje źródło w manifestacji przynależności do kultury globalnej. I chociaż jej definicja budzi wątpliwości socjologów, to już istnienie transnarodowych kultur (transnational cultures) i ideologii ponadnarodowych nie budzi żadnych wątpliwości. Ich wyznacznikami są zuniformizowany styl życia, zbliżone wartości moralne, posługiwanie się tymi samymi symbolami i metaforami. Przyjąć można, że kultury transnarodowe tworzą się przede wszystkim w światowych metropoliach, czyli środowiskach wielonarodowych i wieloetnicznych. Autorka uważa, że istotna jest również rola wirtualnej przestrzeni przepływu informacji, a jednym z ważniejszych narzędzi są media społecznościowe. Korporacyjny i międzynarodowy charakter działalności gospodarczej, który wpływa na przestrzeń publiczną w miastach, przyczynia się do stosowania jednokowych wnętrz i podobnej architektury w bardzo wielu różnych miejscach na świecie. Rezultatem jest tendencja do popularyzacji rozwiązań we wspólnym nurcie stylistycznym.

Ad. 4. Wzbudzenie nostalgii, oddziaływanie na pamięć zbiorową poprzez poszukiwanie związku z krajobrazem historycznym

Aranżacja przestrzeni zindywidualizowanej i niepowtarzalnej może się przejawiać w poszukiwaniu związku z krajobrazem historycznym lub w oparciu o historyczną tkankę budowlaną. Przestrzenie w zabudowie historycznej są niepowtarzalne ze względu na brak standardowych rozwiązań architektonicznych. Do tej strategii należy również wykorzystanie obiektów przemysłowych, będących relikami nieistniejących już technologii, a stanowiących świadectwo historii danego obszaru. Docenienie historycznej tkanki budowlanej przez społeczeństwo informacyjne jest jak najbardziej uzasadnione i wpisuje się w masowe dążenie do indywidualnych i niepowtarzalnych rozwiązań. Łatwość zdobycia i rozpropagowania wiedzy o miejscu poprzez Internet również nie jest bez znaczenia. Informacja o przeszłości, wiedza na temat dziedzictwa historycznego angażuje emocje, przywiązując użytkownika do otoczenia.

3. Wnioski

Przekształcanie przestrzeni miejskich zgodnie z wymaganiami społeczeństwa informacyjnego jest procesem dynamicznym, zależnym od kreowanych mód i trendów. Trendy rodzą się poprzez media społecznościowe i wyrażane za ich pośrednictwem emocje. W dyskusji o przyszłości miasta posłużenie się mediami społecznościowymi jako punktem odniesienia do obserwacji jest w pełni uzasadnione. Miejsce, które staje się lubianym i komentowanym tematem w przestrzeni wirtualnej, w przestrzeni rzeczywistej szybko przeradza się w miejsce realnych spotkań. Znamienne są preferencje nastawione na wielowątkowość i bogactwo form oraz rozwiązania sprzyjające emocjonalnemu przywiązaniu do miejsca, budujące jego tożsamość. Wybory dokonywane przez media społecznościowe są wyrazem emocji i identyfikacji z miejscem.

Przypisy

¹ Według raportu „Europa a społeczeństwo globalnej informacji – zalecenia dla Rady Europejskiej” opracowanego w 1994 r. przez Komisję Bangemanna. Komisja obradowała pod nadzorem Martina Bangemanna, komisarza Unii Europejskiej w latach 1993–1999, odpowiedzialnego za rozwój telekomunikacji i technologii informacyjnych. Głównego popularyzatora pojęcia „społeczeństwa informacyjnego” w Europie. Raport wskazywał kierunki i zasady organizacji europejskiego społeczeństwa informacyjnego.

² ULAR 6.

1. Introduction

The cities are a physical reflection of the social life: a dynamic conjunction of the construction substance and the social organization. The basis for undertaking the divagations on the future of the city is the conviction that the flow of information plays a significant role while the historical factor serves a consolidating and centre-forming role. At the same time, the future of the cities without doubt converges with the issue of the development of the information society. Presently, the emergence and structuring of the information society is one of the main aims of the social policy of Poland and the EU¹. Perception and evaluation of public space in the context of the development of the information society is important for the fact of the possibility of examining the current preferences and the potential for the development of the fragments of the urban structure: municipal districts, neighbouring areas and entire regions.

2. Social media and recording of the perception of urban public space

Social media are the feature of the organization of the information society. The Internet websites which allow people to contact one another in groups and which optimize such contacts serve as the information and opinion transfer channel and a forum for sharing the views. Social media have become a tool for the creation and propagation of trends. Using them we can make certain areas of the city become popular meeting places in the real space. For that reason, in the view of the author, there is an interdependence between a positive information post propagated through the Internet and the social and economic stimulation of the public space development in the city. The topic what impact the Internet websites exert upon the stimulation of development of the urban space shall be the subject matter of intensive research of the author². The research aims at the assessment of the influence of the opinions of the users of social websites upon the transformations of the public space. This in particular shall concern social meeting places, places popular for shopping, relaxation and recreation as well as the public space connected with some attractive event. It seems that the arousal of positive emotions is the key to the popularity. The nature of such emotions and motivation are not always obvious, the range of subjective feelings may be a very broad one. The author has analyzed 1500 popular profiles on Facebook social website, where as the factor for their selection she chose the number of ticks 'I like it'. As a result of the semantic analysis of the examples, she determined four dominating feelings contributing to the positive interest in the public space:

1. The feeling of harmony;
2. The feeling of curiosity;
3. Stimulation of creativity and being the source of inspiration;
4. Arousal of nostalgic feeling, impact upon collective memory.

Ref. 1. The feeling of harmony through the search for the bond with nature

Arrangement of individual and unique space through the search for the bond with nature is a commonly applied strategy in the newly designed public space. It serves its purpose well mainly thanks to the uniqueness of the pieces of nature: unique forms of the natural water reservoirs, characteristic features of the area topography, types of plants growing and the climate typical for the place. Each of these elements may become the basis for the design composition, it may be its inspiration, it may determine the application of energy generation solutions (water, wind, sun), it may also determine the selection of the construction material. All these factors exert influence upon the final shape of architecture. Juxtaposition of urban development with unique natural features increases the chances for the creation of outstanding, individualized space. Its success is conditioned upon the exposure of the most characteristic natural assets, being at the same time available to users. The newly designed in Amsterdam public space of the islands of Zeeburg and IJburg may serve here as one of many positive examples thereof. These solutions receive positive opinions of the real space users, which is confirmed with the statistics on the social websites (13 000 people ticked 'I like it').

Ref. 2. The feeling of curiosity through a visual variety which underlines the unique nature of the place

The visual variety which underlines the unique nature of the place consists in the juxtaposition of historical elements, existing in the spatial context, with the new elements of the development. Putting together different quality, different elements in a coherent way fosters the creation of a colourful and multi-layered collage of forms. Revitalization of Porto Antico in Genua may serve as an example of such an approach. Revitalization program for the heart of the medieval city (1992) consisted in the juxtaposition of modern in-fill architecture of Renzo Piano against the historical development of the city. Despite apparent formal contrast and clear cut division between the new and old elements, this solution offers transparent basic principles of good neighbourhood with regard to the composition of the urban space: the principles of maintaining the proper scale, solutions defining and ordering the urban interiors, care for details, texture and colour selection in modern architecture. Porto Antico, the public space of the very centre of the city is a place very much liked by the users: the place being the background of events motivating the urban community – artistic, social and political events as well as the place of sports and recreation. ('I like it': 7 855 people)

Ref. 3. Stimulating creativity and inspiration – application of patterns of the global trend

Styling resulting from the promoted patterns of the global trend has its roots in the manifestation of adherence to the global culture. And though its definition raises doubts among the sociologists, then the fact that transnational cultures and ideologies do exist raises no doubts whatsoever. Their indicators are as follows: uniform lifestyle, similar moral values, using the same symbols and metaphors. We can assume that transnational cultures get formed above all in global metropolises that is in multi-national and multi-ethnic communities. The author is of the opinion that the role of virtual space of the information flow is also very important and that the social media are one of the most important tools. Corporate and international nature of business, which affects the public space in the cities contributes to the application of the same interiors and similar architecture in many different places in the world. As a result, we can see a trend popularizing the solutions in one style trend.

Ref. 4. Arousal of nostalgic feelings, impact upon the collective memory via seeking the bond with the historical landscape

The arrangement of individualized and unique space may be expressed in the search for the bond with the historical landscape or based on the historical structure of buildings. Space in the historical development is unique for the reason of no standard architectural solutions applied. The use of post-industrial facilities, being the relicts of no longer existing technologies and certificates of the history of a given region, adheres to the same strategy. Appreciation of the historical building structure of the information society is well justified and is just part of the mass aspiration for individual and unique solutions. The fact that it is so easy to learn about a place via the Internet and propagate this knowledge is also significant. The information about the past, the knowledge on heritage involves emotions, creating a bond between the user and the surroundings.

3. Conclusions

Transformation of urban space in accordance with the requirements of the information society is a dynamic process which depends on the prevailing trends and fashions. Trends get created via the social media and are expressed through emotions. Discussing the future of the city, the application of social media as the reference point for the divagations is fully grounded. The place which becomes liked and commented in the virtual space, soon turns out the real meeting place in the real space. The preferences set on multi-layered structure and richness of form as well as on solutions favouring the emotional attachment to a place, which create the identity of such a place are typical here. Choices made via the social media are an expression of emotions and identification with a certain place.

Ednotes

¹ According to the report "Europe and the global information society – recommendations of the European Council" worked out in 1994 by the Bangemann Commission. The Commission held their debates under the auspices of Martin Bangemann, the European Union Commissioner in the years 1993–1999, who was responsible for the development of telecommunications and the IT technologies. Main propagator of the term 'information society' in Europe. The report indicated directions and principles for the organization of the European information society.

² ULAR 6.

Literatura/References

- [1] Bonenberg A., *Przekształcenia przestrzeni miejskich społeczeństwa informacyjnego*, [w] *Odnowa Krajobrazu Miejskiego*, Wyd. Wydział Architektury Politechniki Śląskiej i Komitet Architektury i Urbanistyki PAN, Gliwice 2012.
- [2] Jodlido P., *Temporary Architecture Now!*, Taschen 2011.
- [3] Kostof S., *The City Assembled*, Thames & Hudson Ltd, London 2004.
- [4] Thackara J., *In the bubble – designing in a complex world*, MIT Press, Cambridge MA, 2006.
- [4] Rifkin J., *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003.
- [5] Smith A.D., *Towards a global culture?* [w:] M. Featherstone, *Global culture: nationalism, globalization, and modernity*, SAGE Publications Ltd, London 1990, 172.