

BLANKA BRZozowska

MIEJSKIE TŁUMY

MIASTO
I WSPÓLNOTOWOŚĆ
W DOBIE
SIECIOWEJ
WSPÓŁPRACY



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

SZTUKA / MEDIA / KULTURA

MIEJSKIE TŁUMY
MIASTO I WSPÓLNOTOWOŚĆ
W DOBIE SIECIOWEJ WSPÓŁPRACY

SZTUKA/MEDIA/KULTURA

seria pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego

Dotychczas opublikowane:

PERSPEKTYWY BADAŃ NAD KULTURĄ

pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego i Anny Zeidler-Janiszewskiej

Katarzyna Prajzner

TEKST JAKO ŚWIAT I GRA.

Modele narracyjności w kulturze współczesnej

Blanka Brzozowska

SPADKOBIERCY FLÂNEURA.

Spacer jako twórczość kulturowa - współczesne reprezentacje

Kamila Żyto

STRATEGIE LABIRYNTOWE W FILMIE FIKCJI

Dagmara Rode

POLITYKA W PIERWSZEJ OSOBIE.

Twórczość Dereka Jarmana

TRAJEKTORIE OBRAZÓW.

Strategie wizualne w sztuce współczesnej

pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego i Dagmary Rode

PARADYGMATY WSPÓŁCZESNEGO KINA

pod redakcją Ryszarda W. Kluszczyńskiego,

Tomasza Kłysa i Nataszy Korczarowskiej-Różyckiej

Agnieszka Przybyszewska

LIBERACKOŚĆ DZIEŁA LITERACKIEGO

Maria B. Garda

INTERAKTYWNE FANTASY.

Gatunek w grach cyfrowych

Marcin Składanek

SZTUKA GENERATYWNA.

Metoda i praktyki



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

Blanka Brzozowska

MIEJSKIE TŁUMY
MIASTO I WSPÓLNOTOWOŚĆ
W DOBIE SIECIOWEJ WSPÓŁPRACY

Blanka Brzozowska – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Mediów i Kultury Audiowizualnej, Zakład Teorii Kultury
90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

RECENZENT

Anna Zeidler-Janiszewska

REDAKTOR INICJUJĄCY

Urszula Dzieciatkowska

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Bogusława Kwiatkowska

SKŁAD I ŁAMANIE

Munda – Maciej Torz

PROJEKT OKŁADKI

Grzegorz Laszuk

© Copyright by Blanka Brzozowska, Łódź 2017
© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2017

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.07766.16.0.M

Ark. wyd. 20,3; ark. druk. 16,5

ISBN 978-83-8088-659-9
e-ISBN 978-83-8088-660-5

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63

*Pamięci Pani Profesor
Anny Zeidler-Janiszewskiej*

Spis treści

Wstęp	9
Problemy z miejską wspólnotą	13
Wprowadzenie	13
Jeszcze Nowszy Urbanizm	23
Sąsiedztwo i współpraca	32
Wspólnota wirtualna?	36
Wspólnotowość a kultura uczestnictwa	51
Fandom i kapitał subkulturowy	54
Kultura uczestnictwa jako spadkobierca fandomu	58
Od prosumpcji do <i>produsage</i>	68
Od ekonomii daru do gospodarki społecznościowej	72
Plemiona, tłumy i roje	76
Plemiona	78
Tłumy	87
<i>Crowdsourcing</i> i <i>crowdfunding</i>	90
Roje	96
Krytyka kultury uczestnictwa	99
W stronę nowej wspólnotowości miejskiej	105
Medialne terytoria wspólnotowości w mieście „cyfrowo zaktualizowanym”	113
Urbanizm społecznościowy	131
Kontekst urbanizmu społecznościowego	131
<i>Crowdsourced city</i> i urbanizm taktyczny	142
<i>Placemaking</i> i miasto piesze	151
Miasto-ogród (społecznościowy)	159
Miejskie ogrodnictwo w kontekście rozwoju mediów sieciowych	159
Wspólnotowość jeżdzących	165
<i>Crowdsourcing</i> , <i>crowdfunding</i> i <i>crowdmapping</i> jako formy partycypacji w planowaniu i użytkowaniu przestrzeni zielonych	169
Grywalne miasto	175
Wspólnotowość zabawy	175
Zabawa i gra miejska	179
Grywalność i gamifikacja w mieście	183
Miasto – plansza do gry	197
Miejska wspólnotowość ludyczna?	209
Wspólnotowość tematyzowana	213
Wspólnota jako temat miasta	213
Rewitalizacja wspólnotowości	218
Wspólnota jako marka	220

Miasto kreatywne	223
Klasa kreatywna a wspólnotowość.....	223
Kreatywność wernakularna.....	231
Zakończenie	237
Bibliografia	239
Indeks nazwisk	257

Wstęp

Ostatnie lata obfitują w dyskusje na temat społecznych przemian, które zachodzą w przestrzeni miasta. Szczególnie frapujące są zjawiska dotyczące ludzkiego współdziałania i prób budowania lub też odbudowywania miejskiej wspólnotowości. Poszczególnym ich przejawom poświęcone są liczne publikacje, które analizują temat z perspektywy ujęć specjalistycznych. Znajdujemy zatem prace dotyczące miejskiego ogrodnictwa, sztuki ulicy, „kulturowego” planowania przestrzeni czy miejskich gier. Brakuje natomiast ujęcia całościowego, podejmującego próbę zdefiniowania i opisu fenomenu kulturowego, który nazwać można nową miejską wspólnotowością w odniesieniu intensywnego rozwoju mediów sieciowych oraz z uwzględnieniem szerokiego kontekstu kulturowych studiów miejskich.

W obliczu intensywnie rozwijających się w Polsce kulturowych studiów miejskich w kształcie zaproponowanym przez badaczy z Instytutu Kulturoznawstwa w Poznaniu¹, wydaje się zasadne rozwinięcie nakreślonego już obszaru badań o tematykę dotyczącą kultury lub też kultur miasta tworzących się na styku fizycznej miejskiej przestrzeni oraz „medialnych terytoriów” lub też „cyfrowych sąsiedztw”. Niniejsza książka stanowi propozycję takiego rozwinięcia w oparciu o dyskusję nad tak szeroko przywoływanym obecnie – zarówno w badaniach nad miastem, jak i w badaniach nad mediami – pojęciem wspólnoty.

Krytycznemu namysłowi nad często nieuprawnionym stosowaniem owego pojęcia do opisu współczesnych zjawisk kulturowych towarzyszy intencja nakreślenia i przedstawienia trzech obszarów kultury miejskiej, w których jest ono wykorzystywane. Są to: miasto medialne i urbanizm społecznościowy, „grywalne miasto” oraz miasto tematyczne i kreatywne. Opisując te trzy obszary w oparciu o krytyczną dyskusję na temat wspólnoty miejskiej oraz medialnej kultury uczestnictwa i „kolektywnej” kultury konsumpcyjnej, pragnę przedstawić alternatywną propozycję opisu „wspólnotowości” jako cechy kolektywnych działań w przestrzeni miejskiej i medialnej, pozostającej jednak w opozycji do wspólnoty rozumianej w sposób, w jaki definiują ją tradycyjna socjologia czy antropologia. Takie rozumienie pozwala na szukanie analogii i podobieństw pomiędzy tym, co nazywam „nową wspólnotowością” a kulturami miejskimi i sąsiedztwami w ujęciu kulturowych studiów miejskich oraz medioznawstwa.

¹ *Kulturowe studia miejskie. Wprowadzenie*, Ewa Rewers (red.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014.

Odnosząc powyższe założenia do zarysowanych trzech obszarów kultury miejskiej, w których poszukiwać chcę znamion miejskiej wspólnotowości, pragnę zadać następujące pytania, wyznaczające ramy dalszej dyskusji: Czym jest nowa wspólnotowość i gdzie należy szukać jej wyznaczników? W jaki sposób nowe praktyki medialne miałyby przyczyniać się do wytwarzania tego, co nazwać można nową miejską wspólnotowością? Jaka rolę w jej tworzeniu odgrywają konkretne cyfrowe technologie i w jaki sposób zmieniają one poczucie i produkowanie miejskości jako wartości wspólnej? Czy nowa wspólnotowość stanowić może antidotum na współczesne problemy miasta, a jeśli tak, to w jakim stopniu ma ona charakter subwersywny, a w jakim daje się godzić z oficjalnymi politykami miejskimi?

Odpowiedzi na te pytania poszukiwać pragnę na styku różnych obszarów badawczych w przekonaniu, że pozwoli to na uniknięcie ograniczeń w definiowaniu wspólnotowości w jej najnowszym kształcie. Najistotniejsze są tu intuicje dotyczące powiązania kulturowych studiów miejskich z badaniem mediów, co znajduje swoje odzwierciedlenie w rozważaniach takich badaczy jak Maja Klausen czy Johan Fornäs, którzy proponują posługiwanie się terminem MediaCity oraz rezygnację z rozdzielnego traktowania *urban studies* i *media studies*, jak również *spatial* i *cultural studies*, wskazując na ich konwergencję. Na przykładzie różnych konfiguracji badawczych – kultura w przestrzeni, przestrzeń w kulturze, media w mieście, miasto w mediach – wskazać należy, że rozłączne traktowanie tych obszarów opiera się na błędnych założeniach. Media i miasto stanowią w istocie dwa wymiary tego samego fenomenu, który łączy w sobie badanie przestrzeni miejskich oraz przestrzeni zapośredniczanych przez media². Rozwiązaniem tego problemu jest właśnie idea MediaCities ujmująca te dwa obszary jako konstytutywne³. Można posunąć się jeszcze dalej i założyć nawet, że współczesne media cyfrowe powinny być ujmowane jako technologie, które całkowicie przekształcają miasto i jego doświadczenie⁴.

Można również, idąc tropem rozważań Simone Tosoni i Matteo Tarantino, wskazać na konieczność spotkania badań publiczności (*audience studies*) i studiów miejskich (*urban studies*)⁵. Połączenie tych perspektyw dla analizy nowych praktyk medialnych w przestrzeni miasta pozwala na podjęcie interdyscyplinarnych badań nad „mediowanym urbanizmem” (*mediated urbanism studies*)⁶.

² Maja Klausen, *Making Place in the Media City*, „Culture Unbound. Journal of Current Cultural Research” 2012, vol. 4, s. 570.

³ Johan Fornäs, *Introducing MediaCities*, [w:] *Introduction in paper from the ESF-LiU Conference Cities and Media: Cultural Perspectives on Urban Identities in a Mediatized World*, Vadsstena, Sweden 2006, s. 8–9.

⁴ Scott McQuire, *Mobility, Cosmopolitanism and Public Space in the Media City*, [w:] *Urban Screens Reader*, Scott McQuire, Meredith Martin, Sabine Niederer (red.), Institute of Network Cultures, Amsterdam 2009.

⁵ Simone Tosoni, Matteo Tarantino, *Media territories and urban conflict. Exploring symbolic tactics and audience activities in the conflict over Paolo Sarpi, Milan*, „International Communication Gazette” 2013, vol. 75, no 5–6.

⁶ Seija Ridell, Frauke Zeller, *Mediated Urbanism: Navigating an interdisciplinary terrain*, „International Communication Gazette” 2013, vol. 75, no 5–6, s. 447.

Odnosząc się do tych propozycji, mam na myśli „nasączenie” przestrzeni miejskiej mediami i włączenie do codziennej praktyki związanych z nimi aktywności⁷. Dotyczy to w szczególności stopniu odbiorczych praktyk „drugiego stopnia”, które mają charakter funkcjonalny w stosunku do innych praktyk, takich jak socjalizacja, orientowanie się w przestrzeni (*wayfinding*) czy występowanie jako zbiorowość (*public* rozumiane zarówno jako publiczność, ale i społeczeństwo lub wspólnota) w miejskich konfliktach⁸. Użyteczne jest w tym kontekście pojęcie „medialnych terytoriów” (*media territories*), które stwarza przestrzenną metaforę dla opisu ścierających się interesów różnych zbiorowości, gdzie społeczni aktorzy w ramach podejmowanych symbolicznych taktyk posługują się współdzielonymi reprezentacjami i wyobrażeniami na temat terytoriów skonfliktowanych⁹. Przeniesienie takiego ujęcia do studiów miejskich pozwolić może na lokalizowanie i rozpoznawanie nowych typów wspólnotowości i kultur miejskich, powstających na styku medialnych terytoriów i tradycyjnie ujmowanych terytoriów miejskich.

Istotnego kontekstu do tak zarysowanego problemu badawczego dostarcza również tradycja badań wspólnot konsumenckich, wskazująca na jeden z najistotniejszych wątków we współczesnych rozważaniach z obszaru kultury konsumpcyjnej i nowych mediów. Znajdujemy tu, z jednej strony, wywodzący się z tradycji brytyjskich badań kulturowych problem poszukiwania źródeł współczesnej wspólnotowości w zjawiskach subkultur i wspólnot fanów, co jednocześnie pozostaje w zgodzie z postulatem włączenia do badań miejskich *audience studies*. Z drugiej natomiast, szereg najnowszych zagadnień z zakresu mediów społecznościowych, partycypacji kulturowej i współpracy w sieci, co staje się przedmiotem zainteresowania badaczy mediów, ale również ekonomistów zajmujących się ekonomią kultury czy teoretyków marketingu. Połączenie tych perspektyw pozwala na nowe ujęcie, któremu można wprawdzie niekiedy zarzucić nazbyt optymistyczny ton, ale które może uzupełnić perspektywę kulturowych studiów miejskich. Nie chodzi tu w żadnym razie o postrzeganie nowych miejskich wspólnotowości w kategoriach prostego przeciwstawiania się dominacji kultury konsumpcyjnej. Pomimo bowiem, iż zawierają one w sobie pewien potencjał oporu i subwersji, to, jak pokazują badania wspólnot fanowskich, wspólnot marek i tzw. plemion konsumentów, relacje pomiędzy producentami i konsumentami kultury nie składają się na jednoznaczny, dwubiegunowy model, w którym sposoby działania wyczerpują się w możliwościach oporu lub też bezwolnego poddania się manipulacji. Spektrum możliwości jest tu zatem szerokie, zaś traktowanie konsumpcji jako komunikacji i wykorzystywanie tekstów oraz produktów w sposób niezgodny z pierwotnym założeniem nie oznacza koniecznie sprzeciwu na poziomie ideologicznym, a wręcz przeciwnie, służy często bardziej efektywnemu zaspokajaniu

⁷ Chodzi mi w tym miejscu o społeczny wymiar tych praktyk, który wiązany być może z szeroko rozumianą wspólnotowością. Z nieco innej perspektywy nasączeniu przestrzeni miejskiej mediami przygląda się Anna Nacher w książce *Media lokacyjne: ukryte życie obrazów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.

⁸ S. Tosoni, M. Tarantino, *Media territories and urban conflict...*, s. 575.

⁹ *Ibidem*, s. 577 i dalsze.

potrzeb konsumentów. Dwuznaczność tego układu stanowi podstawę dyskusji nad takimi pojęciami jak prosumpcja czy *crowdsourcing* i owocuje wprowadzaniem ciągle nowych hybryd pojęciowych, które służyć mają opisowi problemu w kontekście zmieniającego się środowiska medialnego, wyznaczającego kształt współczesnej kultury konsumpcji.

Problemy te pojawiają się również w odniesieniu do kulturowych badań miejskich. Sporo miejsca w dyskusji nad kształtem współczesnej miejskości poświęca się partycypacji w rozumieniu obywatelskiego zaangażowania mieszkańców. Postrzegana jest ona jako przeciwieństwo lub też strategia oporu wobec komercjalizacji przestrzeni miejskiej i związanych z tym negatywnych zjawisk społecznych. Na uwagę zasługuje fakt, iż, o ile dominują badania naukowe analizujące przestrzeń miejską jako przestrzeń konsumpcji, głównie z perspektywy jej degradacji i zaburzenia społecznej tkanki miejskiej, to nieopracowany jest do tej pory temat mieszkańców miasta jako aktywnych konsumentów, którzy współdziałają na zasadach kultury uczestnictwa. W krytycznym ujęciu problemu konsumpcji miejskiej przestrzeni znajdują swoje rozwinięcie m.in. tematy rewitalizacji, gentryfikacji, gettoizacji, sztuki ulicy czy problem angażowania mieszkańców w proces zarządzania miastem, np. w ramach miejskich budżetów obywatelskich. Pojawia się w tym kontekście interesujący również dla badań kulturowych wątek alternatywnej konsumpcji, który za sprawą takich zjawisk jak np. powrót do tradycyjnego jedzenia i zbieractwa, miejskie ogrodnictwo, kooperatywy spożywcze czy wreszcie finansowanie społecznościowe (*crowdfunding*), staje się istotnym punktem w dyskusji nad miastem jako przestrzenią konsumpcji i jednocześnie działania nowych wspólnotowości.

Żaden jednak z tych tematów nie może być podejmowany w oderwaniu od najnowszych zjawisk medialnych, bowiem współczesne wspólnotowości miejskie w mniejszym lub większym stopniu opierają swoje działanie na komunikacji z wykorzystaniem najnowszych narzędzi medialnych, a dla niektórych stanowią one wręcz podstawę pozwalającą na zaistnienie współdziałania i partycypacji w fizycznej przestrzeni. Dlatego też celem książki jest połączenie perspektywy kulturowych studiów miejskich oraz medioznawstwa, które koncentruje się na społecznym wymiarze działania mediów sieciowych, włączając w to problematykę konsumenckich wspólnot. Istotny punkt odniesienia stanowi dla mnie dorobek studiów kulturowych, socjologii oraz antropologii w zakresie tematu wspólnotowości, zbiorowości miejskich, fandumu czy kultury uczestnictwa. Całościowy obraz zjawiska uzupełniony być musi z wykorzystaniem prac z zakresu teorii komunikacji, ekonomii i marketingu. Taka interdyscyplinarna perspektywa, będąca również podstawowym założeniem kulturowych studiów miejskich, pozwala na zbudowanie teoretycznego modelu, co posłuży do analizy różnorodnych przykładów współczesnej miejskiej kultury lub też kultur, których tworzenie coraz wyraźniej jawi się jako efekt partycypacji i zaangażowania na różnych poziomach działania społecznego oraz świadomego wykorzystania wielowymiarowego środowiska, jakim jest współczesne miasto.

PROBLEMY Z MIEJSKĄ WSPÓLNOTĄ

Wprowadzenie

Problem miejskiej wspólnoty wpisuje się w szerszą dyskusję dotyczącą diagnozowanego kryzysu wspólnoty jako takiej. Prace Ferdinanda Tönniesa, Maxa Webera, Georga Simmla czy późniejsze Luisa Wirtha, Roberta Nisbeta i Roberta Putnama pokazują szereg negatywnych przemian w tej sferze, które dokonały się w związku z procesami industrializacji i urbanizacji. Podobnie długą tradycję ma myślenie o odtwarzaniu relacji wspólnotowych, często nacechowane nostalgiczną tęsknotą za wspólnotą w jej postulowanym, wyidealizowanym wymiarze¹. Socjologia miasta u swoich początków sytuuje problem wspólnoty jako kluczowy dla badania specyfiki miejskiego życia, od klasycznych rozważań Georga Simmla, poprzez dokonania zespołu Roberta E. Parka czy kulturalistyczne analizy Floriana Znanieckiego, aż po współczesne teorie „odnowy miast”². Przeglądu literatury przedmiotu dokonują w polskojęzycznych publikacjach m.in. Robert Idem³, Andrzej Majer⁴, Bohdan Jałowiecki i Marek Szczepański⁵ czy, w kontekście nowych zjawisk medialnych, np. Marta Olcoń-Kubicka⁶. Systematyczny obraz rozwoju ewolucji miejskiej wspólnoty od początków urbanizacji przedstawić można na skali od *door-to-door community* (bliskie relacje sąsiedzkie „drzwi-w-drzwi”),

¹ Dyskusje pomiędzy zwolennikami tezy o „upadku” wspólnoty oraz ich przeciwnikami referują między innymi Robyn B. Driskell, Larry Lyon, *Are Virtual Communities True Communities? Examining the Environments and Elements of Community*, „City & Community” 2002, vol. 1, no 4; David Levinson, Kristen Christensen, *Encyclopedia of community: from the village to the virtual world*, Sage, Thousand Oaks 2003; Tony Blackshaw, *Key Concepts in Community Studies*, Sage, Los Angeles, London 2009.

² Nie odnoszę się tu do rozważań na temat definiowania wspólnoty jako takiej. Jak pokazuje Barry Wellman, sama socjologia na swoje potrzeby używa różnych jej definicji. Barry Wellman, *Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2001, vol. 25, no 2, s. 228.

³ Robert Idem, *Kształtowanie mikrośrodoiska jako miejsca wspólnoty*, Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2014.

⁴ Andrzej Majer, *Odrodzenie miast*, Wydawnictwo Scholar, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Warszawa 2014.

⁵ Bohdan Jałowiecki, Marek S. Szczepański, *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006.

⁶ Marta Olcoń-Kubicka, *Indywidualizacja a nowe formy wspólnotowości*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009.

poprzez *place-to-place community* (przemieszczanie się z miejsca do miejsca, gdzie przywiązanie do jednego miejsca traci na znaczeniu, a rozwój transportu i komunikacji pozwalają na łączenie większych grup), aż do współczesnych przemian inicjowanych przez rozwój najnowszych mediów w modelu *person-to-person connectivity* (relacje pomiędzy konkretnymi osobami, związek z miejscem oraz sąsiedztwo nie mają znaczenia)⁷. To właśnie te ostatnie staną się podstawą moich rozważań na temat nowej miejskiej wspólnotowości.

Klasyk socjologii miasta, Aleksander Wallis, sytuuje miejską wspólnotę w mieście średniowiecznym, wskazując, iż nastanie ery przemysłowej przyczyniło się do postrzegania zamieszkiwania miasta raczej w kategoriach administracyjnych niż wspólnotowych⁸. Istotną rolę w tym kontekście odgrywa wprowadzone przez niego pojęcie obszaru informacyjnego. Indywidualizacja obszarów informacyjnych prowadzi bowiem do degradacji elementu wspólnotowego, który zastępowany jest przez „podkultury” związane z grupami zawodowymi oraz innymi grupami interesów, co finalnie prowadzi do degradacji przestrzeni publicznej⁹. Wielorakość i ulotność miejskich kontaktów prowadzi do tego, że „poczucie codziennych więzi z miejską wspólnotą” sprowadza się do „ciągu styczności”¹⁰. Kontynuując rozważania słynnego socjologa, owe ciągi styczności odnaleźć można również w sieciowych formach społecznego życia, pojawiają się tu jednak liczne wątpliwości, które wynikają z automatycznego często przenoszenia klasycznych modeli do analiz najnowszych zjawisk. Dla przykładu, Marta Olcoń-Kubicka¹¹ wskazuje na ten problem i jednocześnie dostrzega w działaniach forów internetowych brak „moralnego zobowiązania”, charakteryzującego tradycyjne wspólnoty, zastępowanego przez „normy współżycia” oraz „poczucie swojskości”. Nowe formy określane są jako stabilne, nie wymagają całkowitego zaangażowania, działają też na zupełnie innych zasadach. Na pierwszym planie są wartości indywidualne, a odstępstwo nie jest piętnowane. W takiej sytuacji jednostka określana jest przez swoje kompetencje, umożliwiające jej swobodne przechodzenie z jednej grupy do

⁷ B. Wellman, *op. cit.*

⁸ Aleksander Wallis, *Socjologia i kształtowanie przestrzeni*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1971, s. 12.

⁹ Wallis wprowadza pojęcie obszaru informacyjnego, wskazując z jednej strony na jego złożoność (różne funkcje i typu znaków), z drugiej natomiast, na ilość obszarów informacyjnych w przestrzeni miasta, z których część na siebie zachodzi, część pozostaje w styczności, a część całkowicie się rozmija. Istotnym zagadnieniem jest tu zindywidualizowanie obszarów informacyjnych, które wynika z faktu, iż mieszkańcy miasta funkcjonują w wielu układach społecznych naraz i w ten sposób każdy mieszkaniec miasta żyje w „innym mieście”. Chodzi tu zatem o unikalną konfigurację obszarów informacyjnych, która sprawia, że doświadczenie miasta na poziomie komunikacyjno-społecznym jest niepowtarzalne i nie daje się sprowadzić do pewnych typów. Warto zauważyć, jak prekursorska jest to idea w stosunku do sytuacji, którą stwarza rozwój mediów sieciowych.

¹⁰ Aleksander Wallis, *Informacja i gwar: o miejskim centrum*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1979, s. 57–59, 124.

¹¹ M. Olcoń-Kubicka, *op. cit.*

drugiej. Zygmunt Bauman określa to mianem wspólnoty „szatniowej” lub też „wieszakowej” (*peg community*), która zorientowana jest zadaniowo i poprzez ten fakt efemeryczna oraz niezdolna do tworzenia trwałych relacji. Jednocześnie jest w pełni podporządkowana wymogom kultury konsumpcyjnej z jej postulatem nowości. Wspólnota szatniowa jest zaprzeczeniem *communitas* z jej anarchistycznym potencjałem i samowystarczalnością. Jako taka staje się symbolem upadku socjalności na rzecz zadaniowości i chwilowych kontaktów¹². Tego typu wspólnoty „wieszakowe” mają przede wszystkim charakter estetyczny, co przekłada się na ich powierzchowność i nietrwałość więzi, lecz zarazem bezproblemowość (jako niezobowiązujące nie wywołują lęku przed przywiązaniem)¹³. Jeśli chodzi zatem o nowe formy organizacji społecznej w mediach, nie można mówić o powrocie do wspólnoty w rozumieniu Tönniesa, gdyż zmienia się charakter relacji jednostka – zbiorowość, oddając tej pierwszej decyzję o stopniu zaangażowaniu i ewentualnym przystąpieniu lub wystąpieniu ze wspólnoty¹⁴. Samo jednak przypisanie cechy „estetyczności” nowym formom organizacji społecznej posiada wymiar wartościujący i w sposób negatywny nawiązuje do tradycyjnego modelu, wskazując na rozmaite „braki”, które miałyby one posiadać, a jednocześnie utrzymuje się w narracji „dawnych dobrych czasów”. Biorąc pod uwagę takie zjawiska, jak chociażby *crowdfunding* czy kolektywne mapowanie, można, moim zdaniem, w ogóle zrezygnować z rozważań na temat ich „trwałości”, gdyż cecha ta nie stanowi punktu odniesienia dla opisu ich funkcjonowania, co nie przekreśla jednak możliwości współdziałania.

Problem ten w coraz większym stopniu dotyczy również tego, co nazwać by można wspólnotą miejską, która silnie związana jest z rozwojem najnowszych technologii komunikacyjnych. Wątpliwości co do jej charakteru nie są zresztą niczym nowym i stanowią obiekt namysłu socjologów miasta od dawna. Małgorzata Dymnicka nawiązuje do tego problemu, zauważając, iż w socjologii funkcjonuje pojęcie miejskiej wspólnoty, którą wyróżniają takie cechy, jak: rozmiar, heterogeniczność mieszkańców, tolerancja, racjonalność w rozumieniu czasu i wartości oraz brak większego przywiązywania do tradycji¹⁵. Określając pojęcie miejskiej wspólnoty, należy również uwzględnić to, iż jest ona obiektem społecznego oraz architektonicznego eksperymentu – od Platona, poprzez renesansowe projekty Campanelli, Utopię More’a, aż po dwudziestowieczny rozkwit architektonicznych projektów idealnego społeczeństwa w pomysłach Roberta Owena, Ebenezera Howarda czy Le Corbusiera, które znajdują dziś wciąż swoich naśladowców i kontynuatorów m.in. w ramach Nowego Urbanizmu, projektów „zielonych miast” czy rozmaitych pomysłów wpisujących

¹² Zygmunt Bauman, *Razem, osobno*, tłum. Tomasz Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2003, s. 180. Zygmunt Bauman, *Wspólnota: w poszukiwaniu bezpieczeństwa w niepewnym świecie*, tłum. Janusz Margański, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2008, s. 25.

¹³ Z. Bauman, *Wspólnota...*, s. 97.

¹⁴ M. Olcoń-Kubicka, *op. cit.*, s. 76–78.

¹⁵ Cytat za: R. Idem, *op. cit.*, s. 24.

się w ogólną ideę „zrównoważonego rozwoju”¹⁶. Owe społeczne eksperymenty, nawet jeśli okazują się nieudane lub niemożliwe do zrealizowania, stanowią ważne punkty odniesienia w dyskusji nad problematyką miejskiej wspólnoty. Niejednokrotnie znajdują też swoje kontynuacje we współczesnych politykach miejskich, przywołując w nowym kontekście pytania o jej charakter, możliwości tworzenia czy też odtwarzania, rewitalizacji *etc.*

Na różnorodność socjologicznych definicji wspólnoty zwracają uwagę między innymi Barry Wellman¹⁷, Tony Blackshaw¹⁸ oraz Robyn Bateman Driskell i Larry Lyon¹⁹. Wszyscy ci autorzy odwołują się do konstatacji George’a A. Hillery’ego Jr. z 1955 r., który przedstawił około dziewięćdziesięciu czterech definicji wspólnoty, wskazując na różne elementy przyjmowane jako wyróżniki i dzieląc definicje na te, poświęcone ogólnym cechom wspólnotowości i te, dotyczące zbiorowości wiejskich. Co istotne, pomimo dzielących je różnic, Hillery wymienił trzy podstawowe komponenty cechujące wspólnotę: miejsce, kolektywne więzi oraz interakcję²⁰. Autor nie poświęcił jednak odrębnego miejsca definicjom wspólnoty miejskiej, co wydaje się interesujące z perspektywy niniejszych rozważań, gdyż pokazuje, iż pomimo wskazania powyższych komponentów całościowe ujęcie zjawisk wspólnotowych w mieście nastrocza pewnych problemów.

Na problemy z definicją wspólnoty wskazują również autorzy *Encyclopedia of Community*, deklarując, że celem, leżącym u podstaw tej obszernej pracy, było zniwelowanie sytuacji, w której prawie wszystkie formy działania zbiorowego mogą być uznane za wspólnotę. Jednocześnie, bazując na doświadczeniach Kroebera i Kluckhohna w definiowaniu kultury, nie widzieli oni konieczności poszukiwania jednej definicji wspólnoty, a jedynie zgromadzenie różnych perspektyw, które mogą ją opisywać²¹. Takie rozwiązanie prowadzić może jednak do wątpliwości i konstatacji o jałowości samej dyskusji na temat wspólnoty oraz do postulowania rezygnacji z posługiwania się tym terminem²². Wskazać można jednocześnie, jak robi to np. Tony Blackshaw, na współczesną tendencję do „przywłaszczania” pojęcia wspólnoty w rozmaitych ideologiach

¹⁶ Jak zauważa Ewa Rewers, ponowoczesne miejskie utopie drugiej połowy dwudziestego wieku opierają się na idei wycofania, w przeciwieństwie do wcześniej dominującej idei postępu i liniowego rozwoju. Są to utopie nostalgiczne, które budowane są na społecznym dystansie i przestrzennym oddaleniu. E. Rewers, *Triumf i upadek ponowoczesnych utopii miejskich. Jak utopie miejskie przekształcały się w towar?*, „Kultura i Społeczeństwo” 2005, nr 1, s. 13.

¹⁷ B. Wellman, *op. cit.*, s. 228.

¹⁸ T. Blackshaw, *op. cit.*

¹⁹ R. B. Driskell, L. Lyon, *op. cit.*

²⁰ George Hillery, *DEFINITIONS OF COMMUNITY: AREAS OF AGREEMENT*, „Rural Sociology” 1955, vol. 20, no 2.

²¹ *Introduction*, D. Levinson, K. Christensen, *op. cit.*, s. XXXVII.

²² Na ten temat wypowiadają się m.in. Colin Bell i Howard Newby w *The Sociology of community: a selection of readings* oraz *Community studies: an introduction to the sociology of the local community*, wskazując, że nie stworzono satysfakcjonującej i przydatnej badawczo definicji wspólnoty, a wśród znanych (w połowie lat 70., gdy to pisali) definicji jedynym wspólnym elementem jest człowiek. Za: *ibidem*, s. 226.

i politykach²³ (również miejskich), a wreszcie i w marketingu w postaci *brandingu* wspólnoty (w tym przypadku w formie określonych polityk i strategii miejskich, mających na celu promowanie konkretnej marki miejskiej). Ilość publikacji wciąż powstających na temat różnych form zbiorowości określanych jako „wspólnoty” zdaje się jednak temu przeczyć i wciąż mamy do czynienia z próbami podejmowania na nowo dyskusji na temat jej kryzysu, regeneracji *etc.*, co zyskuje szczególnie interesujący wymiar w kontekście rozwoju mediów. Żywy jest również nurt społecznego aktywizmu postulujący odbudowę wspólnoty – a zwłaszcza dotyczy to wspólnoty miejskiej²⁴. Ten ostatni znajduje swoje nowe oblicze na forum kolektywnej aktywności w mediach sieciowych, gdzie wskazywane w powyższych pracach wyznaczniki wspólnotowości nie znajdują często racji bytu. Jednocześnie pojawia się silna potrzeba określenia pojawiających się zjawisk i opisanie ich za pomocą formuły w jakiś sposób łączącej zjawiska medialne z istniejącym dorobkiem teoretycznym na temat wspólnoty miejskiej.

Ten swoisty zwrot w stronę problematyki wspólnoty wyjaśnić można między innymi tendencją do zwiększania się interdyscyplinarności badań, która ujawnia dotychczasowe ograniczenia w badaniu przejawów omawianego zjawiska, co szczególnie jest widoczne w dziedzinie historii²⁵. Stwarza to, moim zdaniem, ogromną okazję do podjęcia dyskusji przez kulturoznawstwo i kulturowe studia miejskie, wykorzystujące badania mediów oraz badania z zakresu zachowań konsumentów jako swoistej „publiczności miasta”.

W tym miejscu należy jednak zwrócić uwagę, że wspomniany zwrot nacechowany jest często idealistycznym dążeniem do odbudowy czegoś, co nie tylko nie istniało, ale również nie mogło istnieć w takim kształcie, jaki się często postuluje. Co więcej, w jej idealistycznych wyobrażeniach pomijane są aspekty związane z ograniczaniem wolności i wykluczeniem. Postulując powrót do wspólnoty, niejako milcząco zakłada się oczywistość zgodności poglądów i zdolność do porozumienia, zapominając, że to ostatnie osiągnięte jest często nie tylko w wyniku skomplikowanych negocjacji i kompromisów, ale również w wyniku przemocy – i dzieje się to zarówno w relacjach określanych jako „tradycyjnie” wspólnotowe, jak i w ich najnowszych formułach, gdzie określenie „kolektywne” może nieść ze sobą negatywne konotacje i wprowadzać modele działania oparte na nierównowadze relacji, a nawet wyzysku (wątpliwości takie niesie ze sobą np. forma współpracy, jaką jest *crowdfunding*). Jak zauważa Zygmunt Bauman, współcześni poszukiwacze wspólnoty skazani są na los Tantala i Syzyfa oraz wieczną mękę, bowiem każde odnalezienie upragnionej wspólnoty przynosi rozczarowanie i potęguje lęki, zamiast je niwelować, a odnajdywana wspólnota nie jest podobna do tej wymarzonej²⁶. Również David Levinson i Kristen Christensen zauważają, iż problem ze wspólnotą nie

²³ T. Blackshaw, *op. cit.*, s. 5 i dalsze.

²⁴ Dla przykładu próby takiej podejmuje się David B. Clark. David B. Clark, *The Concept of Community: A Re-Examination*, „The Sociological Review” 1973, vol. 21, no 3.

²⁵ *Introduction*, D. Levinson, K. Christensen, *op. cit.*, s. XXXIX.

²⁶ Z. Bauman, *Wspólnota*, s. 17, 27.

polega na jej upadku, ale negowaniu pewnych jej aspektów. Jest ona bowiem kluczowa dla rozwoju takich wartości jak tolerancja czy cnoty obywatelskie, ale również stanowi podstawę fundamentalizmu, rasowej segregacji oraz przemocy²⁷. Znajduje to, rzecz jasna, swoje przełożenie na kontrowersje wokół pewnych aspektów polityk miejskich oraz nowych form wspólnotowości w mediach (zwłaszcza mediach społecznościowych). W tej dyskusji istotny jest wątek demokracji, która jest całkowicie obca tradycyjnej, zhierarchizowanej zbiorowości. Wspólnota niesie przecież za sobą konieczność podporządkowania się, co często odbywa się kosztem dobra jednostki. Dodatkowy problem stanowi fakt, iż wartości wspólnotowe odbierane są w sposób emocjonalny, a jednocześnie stają się podstawą budowania strategii „naprawczych” i programów gospodarczo-politycznych. W ten sposób „pozytywne” pojęcie wspólnoty przypisywane jest określonym frakcjom i programom²⁸.

Wszystko to odnajdujemy również w politykach miejskich oraz oddolnych działaniach aktywistów i w przekonaniach samych mieszkańców, którzy dostosowują swoje działania do przyjętego pojęcia wspólnoty, formułując niekiedy nierealistyczne oczekiwania. Ten ostatni problem dotyczy np. mieszkańców nowych, zamkniętych osiedli, którzy, kierując się wykreowaną przez deweloperów wizją, spodziewają się życia w bezproblemowej, zgodnej i bezpiecznej wspólnocie, tak jakby wszystko, co może zakłócać ów wymyślony porządek, znajdowało się „na zewnątrz” i jakby kluczowym elementem demokracji nie była różnorodność poglądów. W tej sytuacji wielopoziomowość kontaktu – w tym sieciowego, np. poprzez fora mieszkańców – odsłania rzeczywisty i złożony kształt relacji, które nie wpisują się w model wspólnoty traktowanej jako „brand”.

Przemiany medialne, a w tym rozwój mediów sieciowych, społecznościowych, mobilnych, lokacyjnych²⁹ i wszystko, co określić można w kategoriach

²⁷ Tony Blackshaw, odnosząc się do tego problemu, koncentruje się na krytyce Roberta Nisbeta, który w swoim entuzjazmie dla pojęcia wspólnoty pomija jej aspekty związane z pragnieniem ustawiania się w opozycji do „inności”. T. Blackshaw, *op. cit.*, s. 21 i dalsze. Wątek podejmuje w swoich pracach również Zygmunt Bauman, wskazując na jej negatywny wymiar i dylemat wolności jednostek, a jednocześnie na nostalgiczną tęsknotę za wspólnotą w płynnie-nowoczesnym świecie. Z. Bauman, *Wspólnota...*

²⁸ Levinson i Christensen pokazują m.in., że w zależności od przyjętej interpretacji pojęcie małej wspólnoty może być rozumiane przez amerykańskich konserwatystów jako wrogie kapitalizmowi (w ujęciu lewicowej myśli komunitaryzmu, gdzie zagraża przedsiębiorczej sile jednostek) lub zgodne z pionierskim duchem Ameryki (powrót do idei samowystarczalności w produkowaniu żywności i małych rodzinnych gospodarstwach). *Introduction*, D. Levinson, K. Christensen, *op. cit.*, s. XXXVIII.

²⁹ Terminami tymi będę się posługiwać w zależności od wypuklanego w danym miejscu aspektu działania mediów, jednak najczęściej będę używać w odniesieniu do całokształtu opisywanych tu zjawisk pojęcia „media sieciowe”. Skłania mnie do tego, z jednej strony, ich specyfika nakierowana na działania wspólnotowe oraz fakt funkcjonowania w przestrzeniach hybrydycznych, na co wskazuje Ryszard W. Kluszczyński (Ryszard W. Kluszczyński, *Sztuka interaktywna: od dzieła – instrumentu do interaktywnego spektaklu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 19. oraz chęć uwydatnienia aspektu procesualności, która wpływa na konieczność przeformułowania dotychczasowych ustaleń na temat problemu miejskiej wspólnotowości (na aspekt ten w odniesieniu do nowego języka opisu obrazów, przekraczającego ograniczenia reprezentacjonizmu, pisze Anna Nacher. A. Nacher, *Media lokacyjne*, s. 40.). Jeśli chodzi o rozumienie pojęcia „media

CMC (*computer-mediated-communication*) i CMI (*computer-mediated-interaction*), stwarzają nowy kontekst dla tej dyskusji, skłaniając do ponownego zadawania pytań o miejską (medialną) wspólnotę oraz relacje funkcjonujące w jej ramach. W pojęciach, takich jak sąsiedztwo, kultura uczestnictwa czy wspólnoty wiedzy (tworzone przez „plemiona”, „roje” lub „tłumy”) kryje się zarówno potencjał odkrywania nowej miejskiej wspólnotowości, jak i zagrożenie w próbach odnajdywania śladów wyidealizowanego pierwowzoru. Problem ten dostrzec można już w badaniach Szkoły Chicagowskiej, gdzie znajdujemy silny element nostalgii za tradycyjną wspólnotą, a zatem i dążenie do znajdowania jej odpowiedników w chaotycznej, zdeorganizowanej przestrzeni nowoczesnego miasta³⁰. Widoczny jest także w pracach wciąż na nowo przywoływanych badaczy, konkludujących upadek lub kryzys wspólnotowości – m.in. Roberta Putnama i Luisa Wirtha – którzy przyjmują za punkt wyjścia formułę wspólnotowości nieadekwatną do charakteru współczesnej metropolii i stwarzają niejako zwierciadlane odbicie „utopii nostalgicznych”.

Problem ten, wraz z wątpliwościami na temat kontaktów typu CMC i CMI, przenosi się na dyskusje o mieście jako przestrzeni kształtowanej medialnie. Na nowo odżywają również pytania o powierzchowność i ulotność miejskich kontaktów, które obecnie w dużym stopniu zapośredniczane są przez media. Szczególny kontekst wnosi współczesna kultura konsumpcyjna i powstające w jej obrębie nowe formy zbiorowego działania, identyfikowane niekiedy jako odmiany wspólnotowości. Wydają się one szczególnie warte przedyskutowania z perspektywy badań miejskich, gdyż nie tylko miasta stanowią centra konsumpcyjnych stylów życia, ale również same są promowane jako produkty w ramach rozmaitych strategii branding. W tej sytuacji również szeroko i w różny sposób pojmowana wspólnota staje się obiektem działań marketingowych oraz przedmiotem konsumpcji.

W tym kontekście należy zauważyć, iż same pojęcia wspólnoty i konsumeryzmu postrzegać można jako reprezentacje dwóch sposobów życia pozostających w sprzeczności. Idąc tym tropem, podkreśla się m.in. rozluźnienie

lokacyjne”, to oprócz wspomnianej pozycji przydatna jest tu również definicja Christiana Licoppe, która określa je jako „definiowane przez jakiegokolwiek sieciowe usługi dostępne poprzez mobilne urządzenia, które są w stanie dostarczać użytkownikom będącym w ruchu refleksyjnej świadomości lokalizacji siebie oraz innych lub wzajemnej bliskości w przestrzeni”. Christian Licoppe, *Merging mobile communication studies and urban research: Mobile locative media, “onscreen encounters” and the reshaping of the interaction order in public places*, „Mobile Media & Communication” 2013, vol. 1 no 1, s. 123. Warto również przywołać Michiela de Lange, który wymienia następujące aspekty działania mediów lokacyjnych: nawigacja i odnajdywanie drogi, pomiary i wizualizacja tego, co do tej pory pozostawało niewidoczne, uzupełnianie fizycznych lokalizacji o informacje cyfrowe, organizacja społecznych interakcji oraz gry miejskie (*pervasive games* – po polsku często używa się określenia „gry miejskie”, co niedokładnie oddaje „wszechogarniający” charakter, ale z kolei dobrze wpisuje się w „miejskość” opisywanych tu praktyk). Michiel L. de Lange, *Moving circles: mobile media and playful identities*, Erasmus MC: University Medical Center Rotterdam. Dostępne pod adresem: <http://hdl.handle.net/1765/21334>, s. 145.

³⁰ Agata Skórzyńska, *Działanie w mieście. W poszukiwaniu miasta jako praxis*, [w:] *Kulturowe studia miejskie. Wprowadzenie*, Ewa Rewers (red.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014.

relacji rodzinnych jako jedną z konsekwencji społecznych przemian towarzyszących industrializacji, urbanizacji i rozwojowi kapitalizmu³¹. Nie oznacza to jednak konieczności degeneracji więzi międzyludzkich, można bowiem wskazać, iż deficyt zaufania w sferze do tej pory przynależnej rodzinie zastępowany jest przez nowy typ związków pozostających w sferze wyboru, a jednocześnie stanowiących swego rodzaju odpowiedź na kryzys wspólnoty w rozumieniu tradycyjnym³². Podobnie ujmuje to Ethan Watters, który postrzega zjawiska osłabiania więzi rodzinnych i wzmacniania przyjacielskich jako charakterystyczne dla „miejskich plemion”, które stanowią fenomen pokoleniowy będący zaprzeczeniem negatywnego wizerunku tzw. pokolenia X w rozumieniu wyalienowanych, aspołecznych *slackerów*³³.

Na marginesie można zauważyć, że problem pokoleniowości w interesujący sposób przeplata się z zagadnieniem miejskiej wspólnotowości. O ile Watters postuluje uznanie pokolenia X za podstawę „miejskich plemion” – i należy podkreślić, że to właśnie „iksy” stworzyły podwaliny współczesnej medialnej kultury uczestnictwa³⁴ – to częściej mówi się o tym, że to tzw. millenials sta-

³¹ Alan E. Aldridge, *Konsumpcja*, tłum. Maciek Żakowski, Sic!, Warszawa 2006, s. 130.

³² W tym kontekście interesujące są uwagi Alvina Tofflera, który w następujący sposób pisał na temat grup samopomocowych, gdzie „nałogowi palacze, jąkały, niedoszli samobójcy, hazardziści, anginowcy, rodzice bliźniaków, obzartuchy i inni ludzie złączeni jakimś wspólnym zmartwieciem – tworzą gęstą sieć organizacji, która zazębia się i stapia z nowym modelem rodziny oraz z nowymi strukturami przedsiębiorstw gospodarczych trzeciej fali”. Alvin Toffler, *Trzecia fala*, tłum. Ewa Woydyło, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986, s. 314.

³³ Ethan Watters, *Urban Tribes: Are Friends the New Family?*, Bloomsbury, London 2004. Problem *slackerów* omówiłam szerzej w pracy: Blanka Brzozowska, *Gen X: pokolenie konsumentów*, Rabid, Kraków 2005.

³⁴ Na uwagę zasługują krytyczne głosy przedstawicieli pokolenia X, wyrażające sprzeciw wobec komercjalizacji kultury uczestnictwa i kultury medialnej, za której twórców się uważają. Mamy tu do czynienia z klasycznym pokoleniowym sporem, gdzie wchodzący już powoli w wiek średni przedstawiciele pokolenia X poddają krytyce bezrefleksyjny, ich zdaniem, stosunek tzw. millenialsów do kultury medialnej i konsumpcyjnej. Na ten temat zob. Jeff Gordinier, *X saves the world: how Generation X got the shaft but can still keep everything from sucking*, Viking, New York 2008. Zupełnie inne stanowisko prezentuje Axel Bruns, opisując nowe środowiska, które określa mianem *produsage* (zob. rozdz. *Od prosumpcji do produsage* w niniejszej pracy). Autor wiąże je z pojawieniem się tzw. „generacji C” – przy czym podkreśla, że nie jest ona definiowana jedynie poprzez wskaźnik demograficzny, a raczej poprzez skłonność do przyjmowania konkretnych postaw, zwłaszcza jeśli chodzi o uczestnictwo w sieciowych wspólnotach wiedzy. „C” oznacza „kreatywne, kolaboracyjne, krytyczne, kombinatoryczne i komunikatywne” (*creative, collaborative, critical, combinatory, and communicative*). Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage*, Peter Lang, New York 2008, s. 341–343. Owo „C” można jednak również, jak chcą twórcy portalu Trendwatching, tłumaczyć jako *content*, wiążąc problem pokolenia z cyrkulowaniem i tworzeniem treści w sieci. „C” oznacza tu również „kreatywność (*creativity*), stopniowy upadek (*casual collapse* – chodzi tu o stopniową transformację istniejących modeli działania z wykorzystywaniem ich najlepszych aspektów, zob. również *ibidem*, s. 90), kontrolę (*control*) oraz sławę (*celebrity*). Komponenty te składają się na specyfikę tworzenia treści przez pokolenie „C”, które wykorzystuje upadek powszechnych przekonań na temat pożądaných i efektywnych ścieżek kariery i kieruje się w stronę tzw. zawodów kreatywnych. Wiąże się to z kluczowymi potrzebami uzyskiwania kontroli nad procesem tworzenia treści oraz procesem konsumpcji (co przejawia się m.in. w idei współ-kreowania) oraz dążeniem do zaprezentowania swoich dokonań szerokiej publiczności. Zob. http://trendwatching.com/trends/GENERATION_C.htm

nowią motor nowych miejskich inicjatyw³⁵. To oni bowiem poświęcają więcej uwagi zdrowemu stylowi życia, w tym również zainteresowani są tzw. pieszymi strefami w mieście, rezygnują z modelu mieszkania na przedmieściu, wyżej ceniąc atrakcje miejskiego życia i, dodajmy, jako tacy spełniają kryteria przynależności do „klasy kreatywnej”. Pozostaje jednak wątpliwość, na ile owo zaangażowanie millenialsów stanowi element szerszej społecznej zmiany, a na ile po prostu nowy wymiar konsumpcyjnego stylu życia, będącego tylko jedną z propozycji oferowanych przez miasto jako przestrzeń konsumpcji. Spoglądając na ten problem krytycznie, można powiedzieć, że jeśli chodzi o miejskie inicjatywy, owo zaangażowanie często sprowadza się do „lajkowania” stron na Facebooku i chwilowych zrywów, które nie znajdują jednak przełożenia na trwałe zmiany w jakości miejskiej przestrzeni. Przyjęcie takiej perspektywy postrzegania powyższego problemu skłania do przedstawiania „kreatywnego miasta” w jego najbardziej pesymistycznym ujęciu, do czego powrócę szerzej w rozdziale poświęconym temu tematowi.

Postawę millenialsów wpisać można jednak również w to, co Ray Pahl określa mianem „przyjacielskiego społeczeństwa”, i co wiązać się ma z „bardziej ludzką i twórczą polityką”, która wynika z tych samych uwarunkowań, co współczesne tendencje związane z wolnością kreowania tożsamości i stylu życia³⁶. Chodzi tu o przeformułowanie modelu organizacji społecznej z uprzywilejowaniem jednych typów relacji kosztem innych, jednak bez postrzegania tego w kategoriach straty, a raczej potencjału czy możliwości. Nie chodzi tu zatem jedynie o ekspresję indywidualnej tożsamości w ramach danego stylu życia, ale w równym stopniu o swobodne kreowanie wzorów życia społecznego. W takim ujęciu, można powiedzieć, że rozwój nowych technologii przyczynia się do umacniania kontaktów przyjacielskich i są to kontakty nie tyle w sieci społecznej, co we „wspólnocie personalnej”³⁷. Oznacza to, że „przyjaciele naszych przyjaciół” nie mają już dla nas większej wartości, gdyż ich nie wybieramy sami, co jest znamienne w kontekście rozwoju mediów społecznościowych i „przyjacielskich” połączeń w modelu Facebooka. Pozostawmy na ten moment otwartą kwestię, jak to się ma do relacji pomiędzy użytkownikami miasta czy raczej podmiotami lub istotami miejskimi³⁸, które cechuje nowy rodzaj medialno-miejskiej mental-

Na ten temat zob. również Yochai Benkler, *Bogactwo sieci: jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, tłum. Rafał Próchniak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

³⁵ Mike Lydon, Anthony Garcia, *Tactical urbanism: short-term action for long-term change*, Island Press, Washington DC 2015, s. 65 i dalsze.

³⁶ Ray Pahl, *Przyjaźń – społeczne spoiwo współczesnego życia społecznego?*, tłum. Marta Śleboda, [w:] *Socjologia codzienności*, Piotr Sztompka, Małgorzata Bogunia-Borowska (red.), Wydawnictwo Znak, Kraków 2008, s. 177.

³⁷ A. E. Aldridge, *op. cit.*, s. 133–134.

³⁸ Odnoszę się tu, za Ewą Rewers, do określenia *urban being* poprzez analogię do *human being*. Zdaniem autorki, można w tym kontekście mówić o „podmiotach miejskich” (Ewa Rewers, *Miejska przestrzeń kulturowa: od laboratorium do warsztatu*, [w:] *Kulturowe studia miejskie. Wprowadzenie*, Ewa Rewers (red.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2014, s. 53) lub też o „istotach miejskich” (Ewa Rewers, *Miasto-twórczość: wykłady krakowskie*, Akademia Sztuk Pięknych im. J. Matejki, Kraków 2010, s. 135). Używam tego określenia, mając świadomość jego wieloznaczności.