

Vesna PETREŠIN

Evropske transformacije med virtualnim in realnim

1. Evropa – realnost sprememb

Politične, gospodarske in socialne spremembe na vzhodnoevropskem ozemlju so odmevale tudi na zahodu in povzročile oblikovanje novih vektorjev ter žarišč moči. Regije in fronte, ki jih je blokovska delitev izbrisala, se ponovno vzpostavljajo, prav tako oživljajo tudi nekdanje metropole. Dezindustrializacija ter informacijska revolucija spodbujata gospodarske in kulturne transformacije. Srce mesta se krepi in postaja težišče.

Stara srca Evrope ne doživljajo generalnih prenov, temveč bolj posamezne operativne posege: transplantacije, *by-passe*, vstavljanje magnetov in implantatov, ki jih je urbanistično-arhitekturna terminologija uvozila iz klinične medicine, pa tudi s področja *body arta* 90-ih. Ritem novih mestnih struktur in komunikacijskih *bypassov* poživlja in preusmerja utrujeni utrip ter ustvarja kakovostni habitat znotraj mestnega prostora. Novi motivi pospešujejo pretok, animirajo uporabnike ter usmerjajo pozornost na srce mesta in povečujejo njegovo ekonomsko in arhitekturno privlačnost. Za mesta v Evropi je tako kot za evropsko zgodovino kontinuiteta bistvena. Če se je mesto v devetnajstem stoletju ponašalo s palačami, opernimi hišami in gledališči, bulvarji, železniškimi postajami, parki in kasarnami, je za mesto danes izziv arhitektura hotelov, muzejev, kinodvoran, klubov, birojev, bank, podzemnih železnic in parkirišč.

Revitalizacija četrti ter novo definiranje industrijskih in vojaških območij znotraj mestnih središč ustvarjata agregate, ki potencirajo mestno energijo. Mesto se v smislu kapilarne zgoščene rasti podaljšuje navznoter.

2. Urbane preobrazbe evropskih mest

Wim Wenders se je pred leti pogovarjal z arhitektom Kolhoffom o premostitvi prepada med preteklostjo in prihodnostjo ter poetično podal svoje prepričanje:

»Vsako mesto živi tudi iz protislovij, iz ostankov površin – ne le iz načrtovanih – saj ohranjajo spomin. Brez spomina pa ni prihodnosti.«

Zdi se, kot da bi prav ta citat lahko služil Barceloni kot moto, saj je postala vzor uspešne urbanizacije z reševanjem problemov infrastrukture in pretesnega starega predela. Mestni organizem je zlasti s premišljenimi političnimi potezami dobival sveži kisik. Novo zgrajeni avtocestni ringi delujejo kot *by-passi*, nove javne stavbe, kakršna je npr. Muzej sodobne umetnosti, pa ustvarjajo poživljajoče implantate v mestnih udih. Olimpijsko pristanišče s terasami ob vodi deluje kot magnet za obiskovalce. Prav tako je razveseljiva ugotovitev, da se zvišuje povprečni dohodek na prebivalca in zmanjšuje nezaposlenost. Ugodni dejavniki okolja in zvišana življenjska raven so to regijo povzdignili na položaj »evropske Kalifornije«.

Bilbao je bil donedavno središče težke industrije, v postindustrijski dobi pa je postal ena sama rjaveča ruševina, katere zapuščeni objekti so privabljali le teroristične skupine. V zgodovini so ruševine mnogokrat postale diskurz novega začetka. Za nekdanj noperspektivni Bilbao se je odrešitev pojavila v obliki novega Guggenheimovega muzeja Franka Gehryja. Če zanemarimo težave organizacijsko-ekonomske narave, gre dejansko za koncept mesta kot eksperimenta, kjer arhitektura funkcionira kot *deus ex machina*.

Evropa Kibermesto Urbana transformacija

Razumevanje političnih, socialnih in kulturnih sprememb v evropskem prostoru pomaga razkriti ozadje strategij nastajanja novih mestnih struktur. Ritem novih mestnih struktur in komunikacijskih by-passov poživlja in preusmerja utrujeni utrip ter ustvarja kakovostni habitat znotraj mestnega prostora. Novi motivi povečujejo privlačnost mesta, revitalizacije četrti ter redefinicija industrijskih in vojaških območij pa znotraj mestnih središč ustvarjajo agregate, ki potencirajo mestno energijo. Arhitektura je sredstvo motivacije in ustvarjanja imidža mestnega prostora, informacijska tehnologija pa oblikuje sfero virtualnega: medijski pejzaž se staplja z grajenim okoljem. Članek navaja primere urbanih transformacij v nekaterih evropskih mestih.

Cybercity Europe Urban transformation

Understanding political, social and cultural changes within Europe can reveal the strategies of creating new urban structures. The rhythm of the new city structures and communication bypasses eliminates the fatigue of many European city centres, thus creating a quality habitat within them. New, attractive architectural motives increase the fluidity of the urban space, while reanimation of city quarters, as well as redefinition of industrial and military zones energise the cities of Europe while information technology creates the virtual worlds: the media landscape merges with the built environment. The article presents examples in certain European cities.

Lizbona je še pred Expom 1998 pričakovala rešitev strukturnih problemov, s katerimi se otepajo evropske prestolnice. Ta mega projekt je skušal v urbanističnem smislu izboljšati mobilnost, zgraditi transportna in komunikacijska omrežja, nove železnice, nove funkcije pristanišča ter vzpostaviti ekonomsko in arhitekturno ravnovesje med mestnimi območji. Nasprotno od primera Seville, kjer so bili kmalu po končanem Expu že primorani razmišljati o novih funkcijah sejmskih objektov, se v Lizboni trudijo tudi po končani razstavi ohraniti pozornost javnosti z zvezdniškimi imeni (Santiago Calatrava, Alvaro Siza, SOM ...) ter korenitim in, upajmo, daljnosežnim oživljanjem mesta z implantati in *by-passi*.

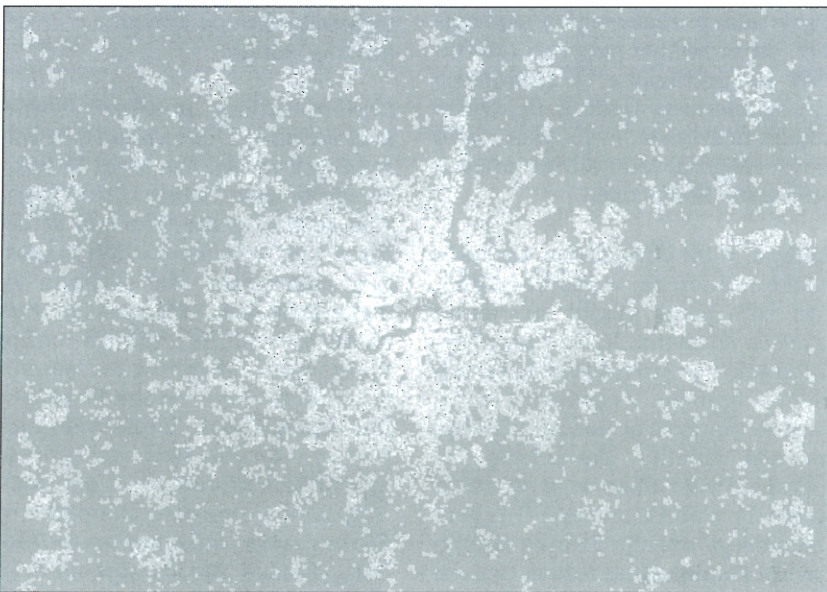
Lyon, drugo največje francosko mesto, je po letih zapuščenosti začel iskati svojo identiteto. Največji problem je bilo gotovo središče prometne osi sever-jug, ki je potekalo skozi samo središče mesta. To je bil vzrok za prometne infarkte izjemnih razsežnosti zlasti v času poletnih dopustov. Nova obvoznica je ta problem rešila, mesto pa je svojo podobo popestrilo tudi z magneti: gre za projekte velikih arhitektov, kot so opera Jeana Nouvela, železniška

postaja Santiaga Calatrave, pa tudi drobnimi, a gosto posejanimi oblikovalskimi prizadevanji. Cilj mestnih oblasti je bil ohraniti stare materiale v mestu, restavrirati mestno substanco in vpeljati cone za pešce ter industrijo prostega časa. V sklopu teh operacij so kar precej visokih stolpnic iz šestdesetih let znižali za nekaj nadstropij ter izpeljali barvne študije mestnih fasad. Lyonu pa verjetno primanjkuje urbanističnih posegov v okviru celovitejše strategije.

Pariz je, če pustimo Mitterandove spomenike ob strani, uporabil muzejski kompleks Louvre kot implantat za oživljanje mesta ter institucijo za ustvarjanje identitete. Poleg rekordnega števila turistov, ki jih privablja vse od postavitve steklene piramide arhitekta Peia, se zgrinjajo vanj tudi prebivalci pariških *banlieues*, kar pospešuje integracijo meščanov z lastnim mestom ter motiviranost za delo in bivanje v pariški regiji. Vendar ta model ni mogoče enostavno prenesti na ostala evropska mesta, predvsem zaradi ključne vloge, ki jo je Louvre odigral v zgodovini pri vzpostavljanju francoske narodne identitete.

Londonski urbanistični teoretiki se pritožujejo nad pomanjkanjem teoretičnega znanja in vizij. Na prizorišču vladata dva arhitekturna biroja - Norman Foster in Richard Rogers, ki s pragmatično *hi-tech* arhitekturo skušata konkurirati vse bolj agresivnim istovrstnim implantatom ameriško-japonske naveze. Podoba stanja divje rasti pa opozarja predvsem na potrebo po obstoju vezi mesta s samim sabo. Kompromis med razvojem in ohranjanjem, ki so ga londonski urbanisti sprejeli v osemdesetih letih, je prisoten še danes. Dovoljeno je umeščanje ogromnih hermetičnih stavb z elektronskimi komunikacijskimi sistemi v stare četrti, vendar le skrite za prenovljene fasade v okviru srednjeveške ulične mreže.

Firenze so primer zase: arhitektura dvajsetega stoletja je od Bauhausa naprej zahtevala stavbo kot samostojni organizem, ki funkcio-



Slika 1: Batty, M., Longley, P.: Fraktalni metropolis. V: *The Fractal City*, *New Science = New Architecture*, *Architectural Design*, *Academy Editions*, London 1997.

nira od znotraj navzven. Ker je mestno jedro Firenz biser arhitekturne zgodovine, se dogaja, da konzervatorstvu na ljubo uniformne uporabne površine ostajajo skrite za tankimi, banalnimi kulisami, še raje pa kar za propadajočimi historičnimi fasadami.

Berlin se je iz svojega sna prebudil v letu 1990, v dobi posturbanege sveta ponovne združitve. Dodatki k celostnemu načrtovanju mesta izvirajo še iz časa nacionalsocializma, katerega rezultat je nedokončana gigantska os sever-jug. Med časom delitve je zahodni Berlin urejal mesto in gradil nove stanovanjske četrti, kulturna središča, po znova pridobljenem statusu prestolnice pa so sledile naloge prenove Reichstaga, Potsdamer Platza, borze in Kreuzberga, kar je seveda predstavljalo velike investicije. Novo elektronsko informacijsko okolje vse bolj prevzema funkcije, ki so tradicionalno izpolnjevale mestni prostor. Vendar pa ključni problem predstavljajo urbani prostor in javne zgradbe, ki so simboli socializma in torej danes brez vrednosti. Čeprav je bila v Berlinu strategija že po tradiciji podiranje preteklega in gradnja novega, pa *Planwerkstadt historisches Zentrum* na čelu z Dietrom Hoffmannom-Axthelmom predlaga integracijo socialistične preteklosti z mestom. Značilnost modernega urbanega razvoja Berlina je že kar poststrukturalistično upiranje centru, strah zahodnega ter ambivalentnost vzhodnega centra. Prav zato PhZ predlaga ustvarjanje umetnega srca, tj. centra, ki bo sčasoma postal pravo srce. V nasprotju s trenutnim reševanjem nepremičnin kot investicij si omenjena institucija prizadeva ojačati strategijo in dejansko ustvariti mestni center.

Današnja realnost mest opredeljuje pojem *city marketing*, ki uvaža mesto kot kompleks produktov (objektov) in storitev, ki ga je mogoče tržiti. Trd tržni boj med evropskimi mesti je najlažje ilustrirati s primerom pojava Eurallille. V ekonomskem okviru urbanega razvoja sinergija privatnih

investicij ter nebirokratskih potez, podrejenih gospodarskim interesom, botruje uspešnim arhitekturnim zasnovam, ki niso dokončne in se morajo podrežati zahtevam trga. Ena od stranpoti trde konkurence med mesti in diktata tržne logike pa je popolna razprodaja mesta (tudi v okviru natečajev znotraj EU).

Arhitektura je tako sredstvo motivacije za sodelovanje in dejavnost v mestnem prostoru. Animacija v evropskih mestnih centrih zapolnjuje emocionalni primanjkljaj ter kot nasprotje odtujenosti in nemotiviranosti utrjuje mestno identiteto. Ustvarjanje drugačnosti in posebnosti je pogoj za oblikovanje mestnega imidža.

Evropski mestni centri morajo za ustvarjanje ugodne investicijske klime povečati svojo privlačnost: poleg geografsko pogojenih kakovosti, kot so dostopnost, podnebje ali možnost funkcionalne izrabe zemljišč, je pomembna še kumulacija izobraževalnih, kulturnih, znanstvenih in rekreacijskih ustanov.

3. Digitalna decentralizacija

Tendenca razpadanja in decentralizacije mest se zrcali v procesu *sprawling*, ki se zdi vsaj na površju kaotičen; mesta se širijo prek nekdanjih meja vedno globlje v okolico in tvorijo urbane regije z mnogimi subcentri. Te urbane regije združujejo tako urbane kot tudi ruralne funkcije ter načine življenja; poimenujemo jih aglomeracije, mestne regije, *edge Cities*, metropolitansko področje. Globalno mesto ni več homogeno, v metropolitanskih aglomeracijah se odvijajo procesi preslojevanja, funkcije podpore pa se koncentrirajo v suburbanih *back-offices*. Subcentri so še vedno povezani s starimi mestnimi jedri, čeprav se osamosvajajo in pridobivajo gospodarsko in finančno moč. Obstoj centrov in subcentrov je možen zaradi navezave na tradicionalno obstoječe prometne mreže, ven-

dar pa se njihov karakter spreminja zaradi neprestanega pretoka informacij in produktov. Procesi kaosa, *sprawl* in decentralizacije so le nadaljevanje urbanizacije podeželja in transformacije urbanega evropskega prostora.

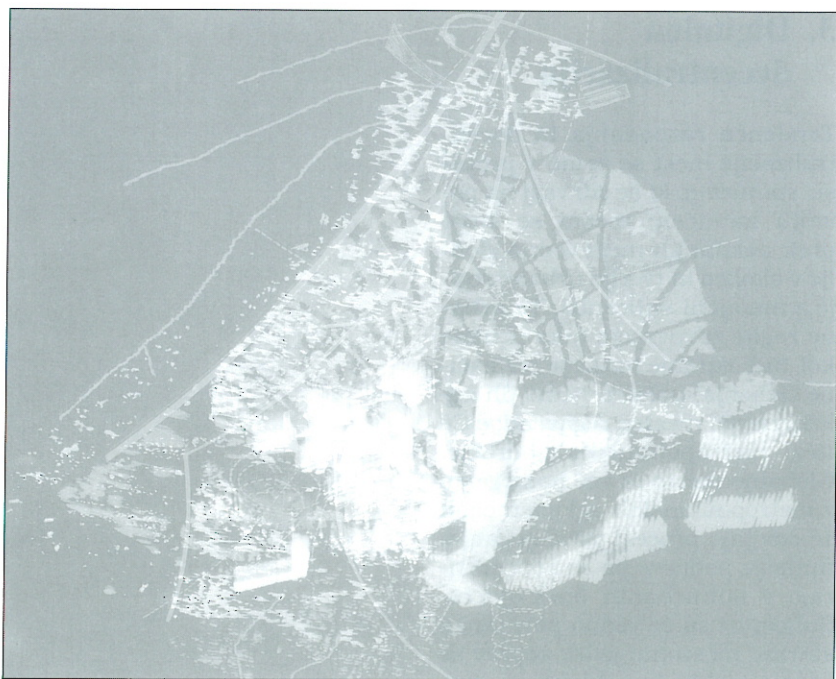
Vendar pa trend urbanizacije danes poteka v dveh smereh: transnacionalne urbane regije z lokalnimi zgoštvami so jedra moči v globalni informacijski družbi. Stara mestna jedra so bodisi historični parki z vso zaščito in preno bodisi koncentracije revnejših slojev, ki se niso prilagodile informacijski družbi.

Decentralizacija, ki jo omogočajo nove telekomunikacijske možnosti, povzroča selitev gospodarstva na periferijo, v bližino avtocestnih in železniških tras ter letališč. Globalno operativno mednarodno finančništvo in ekonomija širita svojo dejavnost v informacijski prostor, tako da se središča mest gospodarsko sproščajo. Uravnotežena mreža med mestom in regijo v Evropi je porušena. V geografskem prostoru mest se sicer še koncentrira mednarodni gos-

podarski prostor, vendar sta njegova organizacija in davčni sistem locirana v kiberprostoru, kjer ni teritorialne državne kontrole. Tako je tudi v novi prestolnici Berlinu le še vprašanje časa, kdaj se bodo decentralizirale tudi mestotvorne centralne funkcije – sedeži firm, muzeji, univerze, nakupovalni in prostočasovni centri. *Edge City* je po Joelu Garreauju sicer ameriški pojav, vendar bi z njim lahko dobro opisali tudi današnji Muenchen ali Berlin. *Central Business District* je še vedno najvidnejši izraz globalnega pomena mesta, kamor se steka infrastruktura in realna produkcija. Vendar pa McLuhanov *Global Village* postaja vse bolj skupek *electronic cottages*, ki jih po vsem svetu povezujejo informacijske avtoceste in hitri transportni sistemi. Mobilnost obstaja v realnem in informacijskem prostoru.

Mesta, ki so se prilagodila informacijski družbi, povečujejo svojo politično in gospodarsko moč. Vse bolj se zastavlja vprašanje, ali pomeni digitalni urbanizem smrt ali ponovno rojstvo mesta. Novi mediji, informacijska in komunikacijska tehnologija spreminjajo obstoječe strukture, tudi samo arhitekturo ter strukturo in podobo mest. Z zgodovinskega vidika je ta pojav za mesto kot kompleksen organizem, ki se je spreminja do neprepoznavnosti, skoraj pravilo. Pomislimo samo na radikalno modernizacijo Pariza sredi 19. stoletja pod vodstvom Haussmanna. Evropska mesta vse od srednjega veka nepretrgano rastejo, med industrijsko revolucijo pa so formalno eksplodirala in se kot vzorec razširila tudi po vsem planetu kot gigantske metropole.

Realnost evropskih mest pa je stanje organizma, ki mu zaradi konzumiranja lastnih virov grozi, da bo izumrl. Nahrada navaja, da 2 % ruralnih površin na planetu zavzemajo mesta, v katerih živi 45 % svetovnega prebivalstva, ki porabi več kot 75 % vseh razpoložljivih materialnih virov. London ali Pariz porabita toliko vode, živil, kisika in lesa kot vsa Anglija ali Francija. Ekološko smiselno mesto pa naj bi



Slika 2: Davidson, P., Bates, D., Kipnis, J.: *Informacijska struktura in grajena oblika*. V: *Future Generations University, Architecture Alter Geometry, Architectural Design, Academy Editions, London 1997.*

imelo 50.000 do 150.000 prebivalcev. Mesta te velikosti so že danes prijetna za bivanje, saj imajo prednosti velemest, ne pa tudi njihovih slabosti.

Že vse od sedemdesetih let se celinska Evropa od Londona do južne Italije povezuje v ekonomsko krajino. Tržnice so nadomestile nakupovalna središča: samo v Angliji so med leti 1985 in 1989 postavili sto nakupovalnih središč, od katerih jih ima vsaj polovica več kot 100.000 m² površine, deset pa jih leži na obvoznici M25 okoli Londona. To je realnost arhitekture novih medijev, urbanost iz neurbane potrošniške mreže, ki ni umeščena v zgodovinski kontekst, je brez dokumentacije in jo strokovna javnost ignorira. Centralizacija se zdi nepotrebna, urbanost starih jeder pa stvar preteklosti.

Spreminjanje tradicionalnih mestnih struktur pomeni, da mesta izgubljajo tradicionalno funkcijo prometnega, gospodarskega, političnega in kulturnega vozlišča. Vloga mesta prihodnosti na preseku med realnim in virtualnim je še vprašljiva, saj se vse bolj uveljavlja kot prostor podatkovnih mrež in vizualizacije storitev in transporta. Razvoj naj bi potekal v smeri inteligentnih mest z učinkovito porabo surovin, energije in odpadkov. Ekologi zatrjujejo, da nove tehnologije ne bodo botrovale propadu, temveč renesansi mest. Kombinacija napredka gradbene biologije in predrugačenih strukturnih zahtev ustvarja mestno arhitekturo, katere vizija je kontinuiteta in trajnostni razvoj.

4. Kibermesto

Človekova močna prevzetost z iluzijami kot prevarami čutov je razvidna že iz Platonove primere o jami, v kateri imajo ujetniki sence ljudi, živali in stvari za resnične, čeprav jim v življenju nikoli ne bo dano spoznati resničnega sveta. Čutni svet sicer pojmuje kot dejanski, vendar je po Platonu resnični svet pravzaprav identičen svetu idej, s katerimi pa smo povezani le prek arhetipov.

Moderna znanost je položaj stvari opisala z njihovo umeščenostjo v koordinatni sistem prostora in časa, na prehodu v tretje tisočletje pa je svet vse bolj kompleksen in vedno težje oprijemljiv, saj poleg dejanske resničnosti in dejanskega sveta idej obstaja še virtualnost.

Dvojnost obstoja grajenega in informacijskega okolja omogočajo informacijske avtoceste, VR in kiberprostor. Realno telo prebivalca je vključeno v fizično sedanost, fiktivno pa ga oblikuje informacija. Naraščajoča prisotnost fiktivnega telesa ne zahteva fizičnega prostora, a v mestih kljub temu v polju intimne komunikacije narašča pojav odtujevanja in desocializacije.

Če je mesto zgolj fiktivna struktura, ne more več izpolnjevati realnih potreb prebivalstva, saj le realno mesto nudi čutne izkušnje. Z informacijsko tehnologijo se oblikuje sfera virtualnega: medijski pejzaž se staplja z grajenim okoljem in pri tem tvori t.i. hiperpovršine. Gre za konstrukte, ki vsebujejo pojavne ali zaznavne izkušnje prostorsko-časovnih informacij. Hiperpovršina ni v binarnem odnosu s prostorom, saj presega kategoriji realnega in virtualnega s tem, da ju prepleta. Dinamiko hiperpovršin ustvarja medijski pejzaž, ki je kombinacija elektronskih znakov in grajene arhitekture.

Coop Himmelb(l)au namesto statične arhitekture ustvarja *liquid architecture* z mediji, ki reagirajo na dejanja uporabnika. Občutki se prenesejo na fasado, ki reagira s svetlobo in barvo. Urbani prostor je potrebno na novo definirati kot fluiden, povezan z medijsko mrežo, kar pa se že danes odraža v arhitekturno-urbanističnih posegih v evropskih mestih.

Novi koncept mesta je usmerjen k zgostitvi, prepletu, platenju in je urbanistično urejen. Gosto, kompaktno mesto, ki varčuje s prostorom in rešuje komunikacijsko transportne probleme, postaja urbanistični ideal.

Evropska mesta naj bi razvila skupni informacijski prostor, saj bo tudi po ocenah EU že v tem letu več kot 60 % delovnih mest informacijsko in telekomunikacijsko usmerjenih. Nova delitev dela, tako mednarodna kot medregionalna, sproža naslednje procese:

- krepitev metropol-centralnih vozlišč;
- informacijska moč in nove komunikacijske tehnike poglobljajo globalni vpliv;
- padec industrijskih regij, ki se niso prilagodile informacijski revoluciji;
- vzpon novih regij kot dinamičnih gospodarskih središč v novi geospodarski geografiji.

Evropska mesta so vozlišča, magneti novega globalnega gospodarstva. V globalnih mestih pa vlada tržni prostor nad lokalnimi in regionalnimi strukturami.

Informacijsko mesto ni oblika, temveč urbana matrica informacijske družbe. Procesi, ki tvorijo obliko in dinamiko novega urbanega sistema, so razvidni iz socialnih in gospodarskih tendenc, ki strukturirajo njegov teritorij. Informacijsko mesto je tudi globalno mesto, ki ima v mreži central za obdelavo podatkov vodilno vlogo v globalnem gospodarstvu. Globalizacija mestnih oblik in funkcij presega funkcionalno in politično ter vpliva na vzorce potrošnje, na način življenja in oblikovno simboliko. Informacijsko in globalno mesto sta podlaga urbanim procesom evropskih metropol. Kriza in destabilizacija bi se utegnili pojaviti zaradi slabe komunikacije med vodilnimi gospodarskimi dejavnostmi in dostopnostjo informacij od lokalnega prebivalstva.

Kibermesto je mnemotehnični pripomoček za orientacijo, je koncept, ki z virtualizirano podobo prostorske resničnosti mesta (npr. Berlina) ponuja možnosti orientacije in navigacije za pridobitev informacij. Metafora mesta služi kot individualna upodobitev spomina na prostore in doživetja.

Space of flows je sloj nad geografskim prostorom in proizvaja vir-

tualne prostore interaktivnih komunikacij. Opišemo jih kot telepolis, digitalno mesto, infocity. Digitalne metafore mesta so po eni strani oddaljevanje od resničnega prostora in telesnosti, po drugi strani pa animirajo zasebno življenje. Novi, umetni prostori doživetij se ravnaajo po obliki mesta. Tako so leta 1994 odprli vrata v *De Digitale Stad Amsterdam*, s čimer naj bi neznani internet ustoličili kot medij neskončnih možnosti povezovanja. Kar je bil sprva eksperiment, se je razvilo v trajno obliko ureditve.

Klasične izkušnje merila in dimenzije so v simuliranih okoljih brez pomena. Prostor, oblika in vsebina so v virtualnih prostorih drugače definirani. Kibersvet se razvija v paralelni digitalni svet, ki je nastal iz hipermedijskega okolja, iz hiperstruktur mest, kjer samostojni dejavniki obstajajo poleg digitalnih predstavitev uporabnika – avatarjev.

5. Družbeni procesi v evropskih mestih

Kakovost mesta deluje kot program mestne rasti in prenove, govori pa tudi o frekvenci in intenziteti medčloveški odnosov ter preseku in prepletu dejavnosti.

Mesta pa dobivajo tudi nove naloge, zlasti zaradi uveljavljanja dela na daljavo, pri katerem se vse bolj stapljata delo in bivanje.

Zanimivo je, da uporabniki komunikacijskih mrež po vsem svetu predstavljajo svoje odnose z mestom, kar je lahko tudi metafora konca realnega mesta, ki izginja v globalizacijskih procesih ekonomije in kulture. Z razvojem telematskih medijev je kultura dvajsetega stoletja dosegla vrhunec. Novi mediji dezurbanizirajo kulturo, realne mestne prostore pa nadomeščajo medijski prostori in časi. To povzroča procese družbene in kulturne individualizacije, razpad družbenih skupin, slojev in razredov ter nanje vezanih življenjskih kultur in oblik komuniciranja.

Evropska mesta postajajo v informacijski družbi in globalnem gospodarstvu tako kompleksna, da je povezava med prostorom in družbo, med mestom in zgodovino njihovo izrazno sredstvo. Družbena matrica se vtisne v prostor z dialektiko izmenjav in socialnih konfliktov. Informacija pa je surovina, iz katere so družbeni procesi in organizacije. Procesiranje informacij ima prednost pred izdelavo proizvodov in storitvami. Evropa se po padcu SZ sooča z nastankom novih regij, ki se poskušajo priključiti toku tega globalnega gospodarstva.

Gosto poseljena Evropa poskuša postati transnacionalna, ne da bi pri tem izgubila posamezne nacionalne identitete. Proces evropske integracije naj bi omogočil politično zvezo, skupni trg, skupno tehnično in gospodarsko politiko. Premiki v evropskih mestih pa povzročajo krizo identitete, razpeto med zgodovinske, nacionalne vrednote in realnost heterogene družbe.

Informacijska družba sicer kopiči bogastvo in moč, vendar polarizira družbene skupine. Te strukturne tendence in družbeni procesi tvorijo okvir prostorskih posledic nove dinamike evropskih mest.

Družbenoprostorski procesi v evropskih mestih se zrcalijo v prostorskih fenomenih:

- poslovni center je ekonomsko gibalno v globalni informacijski družbi, jedro infrastrukture telekomunikacijskih oblik in servisov;
- nove stanovanjske četrti delujejo kot centri z vsemi kulturnimi in bivanjskimi navadami elit;
- predmestja so socialno diferenciran prostor, deloma tudi prostor industrijske proizvodnje;
- v centrih se oblikujejo geta ali marginalne oblike bivanja;
- evropska metropola se razlikuje po strukturi urbanega prostora – dinamika mesta igra veliko vlogo v mestnih in poslovnih četrtih; večja kot je moč mesta v novi globalno gospodarski hierarhiji, večji je vpliv

na poslovne četrti in servise ter posledično na urbano prestrukturiranje prostora.

Mesta Evrope imajo bogato zgodovino in kulturo, to dejstvo pa je mogoče uporabiti tudi kot orožje proti odtujevanju. Za oblikovanje identitete je pomembnejša od globalnega gospodarstva in *hi-tech* kompleksov prav zavest o zgodovinski in nacionalni vrednosti mest. Na ta način bi se lahko vzpostavila vez med kultom moči in kulturo kot naslednja stopnja razvoja evropske urbane civilizacije.

Asist. Vesna Petrešin, univ. dipl. inž. arh.,
Fakulteta za arhitekturo, Univerza v Ljubljani
e-mail: vesna.petresin@arh.uni-lj.si

Viri in literatura

- Boyer, Ch.: *Cyber Cities: Visual Perception in the Age of Electronic Communication*; Princeton Architectural Press, Princeton 1996.
- Fassbinder, H. (ur.): *Strategien der Stadtentwicklung in europäischen Metropolen*, Hamburg 1993.
- Helbricht, I.: *Stadtmarketing. Konturen einer kommunikativen Stadtentwicklungspolitik*, Birkhäuser Verlag, Basel 1994.
- Hoffmann-Axthelm, D.: *Anleitung zum Stadtumbau*, Campus Verlag, Frankfurt/New York 1996.
- Jencks, Ch.: *The Architecture of the Jumping Universe*, Academy Editions, London 1997.
- Maar, Ch., Roetzer, F. (ur.): *Virtual Cities*, Birkhäuser Verlag, Basel 1997.
- Mitchell, W., J.: *City of Bits*, Birkhäuser Verlag, Basel 1996.
- Morley, D., Robins, K.: *Spaces of Identity, Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, Routledge Company, London 1996.
- Pile, S.: *The Body and the City: Psychoanalysis, Space and Subjectivity*, Routledge Company, London 1996.
- Perrella, S. (ur.): *Hypersurface Architecture*, Architectural Design, Academy Editions, London 1998.
- Perrella, S. (ur.): *Hypersurface Architecture, Vol. 2*, Architectural Design, Academy Editions, London 1999.
- Sassen, S.: *The Global city: New York*, London, Tokyo, Boyer, Ch.: *Cyber Cities: Visual Perception in the Age of Electronic Communication*; Princeton Architectural Press, Princeton 1991.