

MATERIAŁY

*Barbara Kamińska-Czubata***Serwis informacyjny jako maszyna medialna**

Architektura informacji poszukuje teoretycznych i praktycznych rozwiązań, które mogłyby stać się inspiracją dla projektantów wirtualnej przestrzeni informacyjnej – obiektów funkcjonujących w sieci WWW, takich jak portale, wortale, serwisy informacyjne, witryny firm, instytucji i organizacji, publikacje on-line. Najwięcej nowych rozwiązań w zakresie struktury i organizacji przestrzeni informacyjnej internetowego serwisu może dostarczyć sztuka kształtowania rzeczywistych przestrzeni, architektura i filozofia miasta – „naturalnego” środowiska współczesnego człowieka. Odsłonięcie w obu tych światach strukturalnych podobieństw otwiera interesujące perspektywy kształtowania nowych form przekazu informacji, daje możliwość przewyższenia stereotypów i projektowania portali internetowych zgodnie z nowoczesną estetyką mieszkańców post-polis.

Formowanie i organizowanie wirtualnego środowiska, w którym ludzie spędzają coraz więcej czasu, wydaje się równie ważne i jest podobne do pracy architektów i urbanistów, gdyż, jak powiedział Winston Churchill: „We shape our buildings and afterwards our buildings shape us” („my kształtujemy nasze budowle, ale i nasze budowle kształtują nas”). To, kim jesteśmy w dużej mierze zależy od estetycznego oddziaływania rzeczy, których obecności doświadczamy w życiu codziennym. Architektura informacji nie jest tylko zbiorem praktycznych umiejętności przydatnych w budowie serwisów lub zwiększaniu ich użyteczności, ale jest też wiedzą o sposobach kształtowania zbiorów informacji w postaci dokumentów.

Do zadań tej nowej specjalności w ramach nauki o informacji należy próba odpowiedzi na pytanie, jak powinien być skonstruowany serwis o kulturze regionu, aby skutecznie, atrakcyjnie przekazywać informacje, i by zgodnie z duchem czasu integrować uczestników kultury wokół serwisu, inicjującego twórcze interakcje społeczne i kulturalne.

Aby znaleźć inspirujące pomysły do poszukiwania nowej formuły gromadzenia i prezentowania informacji w bibliotecznym lub miejskim serwisie, a szczególnie tej jego części, która dotyczy kultury, można poddać analizie rodzime i zagraniczne wzory lub spróbować wykorzystać rozważania kulturoznawców wskazujące nowe kierunki eksperymentowania.

Prezentowany poniżej model miejskiego serwisu informacyjnego o kulturze regionu jako maszyny medialnej powstał w wyniku analizy wybranych koncepcji występujących we współczesnej architekturze i urbanistyce oraz filozofii ponowoczesnego miasta. Szczególnie inspirujące wydają się związki między mentalnym, fizycznym i wirtualnym charakterem przestrzeni przedstawione przez Ewę Rewers w książce *Post-polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*¹ oraz oryginalne sposoby jej doświadczania i kształtowania.

Związki architektury informacji z architekturą jako sztuką kształtowania przestrzeni zostały dostrzeżone przez wielu projektantów serwisów. Wirtualne poruszanie się w serwisie można porównać do komunikacji w wielokondygnacyjnej budowli lub sektorze miasta, w której w uporządkowanych pomieszczeniach (budowlach, pokojach) przechowywane są informacje. Sprawną komunikację w tej strukturze zapewnia sieć linków pełniących funkcje korytarzy lub ulic.

W serwisie, tak jak w rzeczywistym budynku lub mieście, znajdują się miejsca wyróżnione. Zazwyczaj blok aktualności zajmuje miejsce centralne (główny hol – punkt krzyżowania się ciągów komunikacyjnych). Pozostałe informacje są rozmieszczone na stronach i podstronach (kondygnacjach) zgodnie z relacjami podzędności lub współrzędności, jakie pełnią względem siebie.

Wydaje się, że byłoby nieroztropnie nie wykorzystać tych analogii w projektowaniu serwisów, ale nie w sensie dosłownym, poprzez symulowanie autentycznych wnętrz (choć takie próby były także podejmowane), ale przez tworzenie struktur nawiązujących sposobem ukształtowania przestrzeni do rozwiązań występujących w realnie istniejących budowlach i miastach, tak, aby poruszanie się w nich było intuicyjne, łatwe, przyjemne i zrozumiałe.

Być może należy zastanowić się nad strukturami nowoczesnych miast, aby odkryć główne tendencje, cechy charakterystyczne nowego stylu miejskiej kultury oraz nowe potrzeby mieszkańców post-polis: elektropolis², *Event City*³ czy *Ekstasycity*⁴ opisywane przez kulturoznawców i filozofów. Do wyróżniających cech ponowoczesnego miasta zalicza się dziś policentryczność, zdarzeniowość, transkulturowość. Najbardziej spektakularna jest utrata dominującego centrum funkcjonalnego miejskiej przestrzeni, którym był na przykład rynek starego miasta, plac defilad, gmachy urzędów stołecznych przy głównych bulwarach, alejach czy promenadach. Okazuje się, że te dominujące w strukturze *polis* – jak to przedstawia Ewa Rewers – architektoniczne obiekty nie tyle zamykają przestrzeń miasta, co wyznaczają „między-przestrzeń” miejskich zdarzeń⁵.

Gdzie zatem koncentrują się codzienne trasy mieszkańców miast? Czy na centralnie położonym rynku, wokół urzędów, szkół, węzłów komunikacyjnych czy w galeriach rozmieszczonych policentrycznie w różnych rejonach miasta? Wydaje się, że galerie nie tylko bardzo szybko wrosły w tkanekę miasta stając się jak „pu-

¹ E. Rewers, *Post-Polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Kraków 2005.

² E. Rewers, op.cit., s. 132–145.

³ Ibidem, s. 90–94.

⁴ Ibidem, s. 336–340.

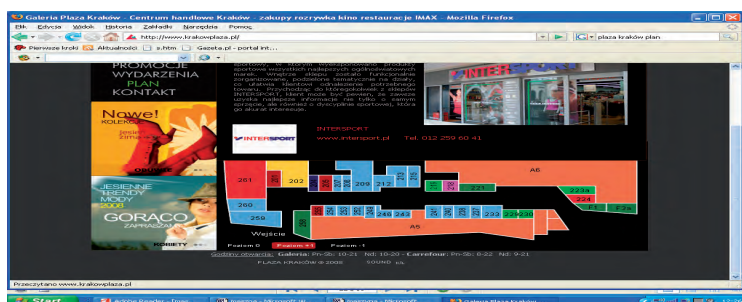
⁵ Ibidem, s. 173–178.

dełko w pudełku” fragmentem – kopia miasta pod jednym dachem⁶. Forma galerii okazała się tym, czego oczekuje, potrzebuje i estetycznie akceptuje społeczeństwo konsumentów. Dlatego też formuła galerii jest naśladowana intencjonalnie lub nieintencjonalnie, gdy tworzy się lub przekształca obiekty zgodnie z nowym stylem kultury (nowym gustem, czyli „siatką” aprobowanych i hierarchizowanych wartości).

Na to funkcjonalne podobieństwo zwrócił uwagę Wojciech Szklarczyk, pisząc:

Stare miasta, centra, przedmieścia, ulice, a teraz stacje kolejowe, szpitale, szkoły, Internet a nawet wojsko jest formowane przez mechanizmy przestrzeni centrów handlowych. Kościoły udają centra handlowe, aby przyciągnąć wiernych. Porty lotnicze stały się wyjątkowo rentowne dzięki przekształceniu podróżnych w konsumentów. Muzea zamieniają się w sklepy aby przeżyć⁷.

Analiza architektury informacji w internetowych serwisach edukacyjnych pozwoliła na dostrzeżenie nie tylko na funkcjonalnego, ale także strukturalnego podobieństwa serwisu informacyjnego z centrum handlowo-rozrywkowym⁸. Uważam, że struktura serwisu informacyjnego jest niemal kopią planu (rzutu poziomego) galerii, na którym można zaznaczyć tym samym kolorem tematycznie powiązane miejsca sprzedaży podobnych produktów, a informacja zgrupowana w blokach tematycznych pełni podobne funkcje, jak towary wystawione na pokaz.



Ryc. 1. Plan poziomy 1 Galerii Plaza w Krakowie

Źródło: <http://www.krakowplaza.pl/>

To strukturalne podobieństwo potwierdza przedstawione powyżej i poniżej wnętrza galerii Plaza, w której ciągi butików, restauracji, kawiarni sytuowane są wokół otwartej centralnej przestrzeni komunikacyjnej (jak na stronie głównej serwisu podstawowe kategorie tematyczne zgrupowane są w bocznym lub górnym menu), umożliwiającej każdemu użytkownikowi-klientowi wyznaczanie własnych tras – tworzenie indywidualnych scenariuszy zwiedzania galerii – surfowania po stronie głównej serwisu.

⁶ Por. E. Rewers, op. cit., s. 172 „Projekt Tchumiego okazał się tym samym architektonicznym wariantem dyskusji z koncepcją niekończącej się interpretacji zapożyczoną od Nietzschego (koncepcja pudełka w pudełku)”.

⁷ W. Szklarczyk, *Biblioteka dla dzielnicy*, „Architektura & Biznes” 2001, nr 10.

⁸ B. Kamińska-Czubała, *Architektura informacji w internetowych serwisach edukacyjnych*, [w:] *Profesjonalna informacja w internecie*, pod red. M. Kocójowej, Kraków 2005, s. 114–118.



Ryc. 2. Wnętrze centrum Plaza

Źródło: <http://www.krakowplaza.pl/>

Kolekcje – nowy sposób organizowania informacji

Informacje w serwisie ukształtowanym na wzór galerii handlowej mogą być z pożytkiem potraktowane jako towar na sprzedaż, który właściwie eksponowany i reklamowany tworzy kolekcje oparte na nowych zasadach skupiania. Należą do nich pozornie „przypadkowe” związki często niepodobnych obiektów, które mają zdolność wchodzenia w spontaniczne interakcje z użytkownikiem. I właśnie ta zdolność wchodzenia w nieprzewidywalne relacje wydaje się najważniejszą cechą prezentowanego tu modelu serwisu. Zadaniem projektantów i administratorów serwisu jest więc tworzenie przestrzeni dla takich nieplanowanych zdarzeń, dla doświadczania wrażeń wędrowca – turysty poruszającego się w nieznanym terenie. Zjawisko surfingingu lub samplowania ukazuje performatywne aspekty poruszania się w przestrzeni informacyjnej, a także uświadamia, że nie mniej ważna niż pożytki informacyjne jest estetyczna przyjemność poszukiwania, oglądania, konsumowania informacji – ekstatyczne „zanurzenie” w przestrzeni informacyjnej jak w ruchliwym, oświetlonym, tętniącym niespokojnym rytmem mieście, pełnym gmachów-luster⁹, gmachów-ekranów¹⁰. Dla człowieka w mieście i w serwisie odwzorowującym życie miasta ważniejsze staje się „zanurzenie” w przestrzeni przypadkowych, nieoczekiwanych (a przez to ekscytujących) zdarzeń, niż zaspokojenie praktycznych, wyraźnie określonych potrzeb w funkcjonalnie zorganizowanej architektonicznej przestrzeni. Na tę właściwość wskazują także badacze *shoppingu*, w którym potrzeby ekstatyczne dominują nad praktycznymi. To „zanurzenie” w miejskiej przestrzeni ma charakter performatywny – współkształtuje przestrzeń architektoniczną.

⁹ E. Rewers, op. cit., s. 118–123.

¹⁰ Ibidem, s. 124–131.

Czy tego sposobu doświadczenia miasta poszukują turyści? Czy podobnych mentalnie doświadczeń wirtualnej przestrzeni może dostarczyć serwis miejski?

Szczególnie inspirującym źródłem pomysłów dla twórców miejskich serwisów informacyjnych o kulturze regionu może być projekt galerii, która zmienia przestrzeń tradycyjnego centrum handlowo-rozrywkowego poprzez wprowadzenie do niej obszarów bibliotecznych i ekspozycyjnych. Robert Brodziński i Andrzej Niegrzybowski, autorzy tego projektu – nazwanego „Maszyną medialną”¹¹ w radykalny sposób odwrócili proporcje między funkcjami komercyjnymi (np. sklepów i barów) oraz rozrywkowymi, dominującymi dotychczas nad funkcjami aktywnego uczestnictwa w kulturze.

Metafora maszyny medialnej zastosowana do architektonicznego kompleksu i serwisu informacyjnego przywołuje znane z doświadczenia obrazy maszyn, umożliwiając opisane przez Georga Lakoffa i Marka Johnsona „pojmwanie rzeczy w terminach innej rzeczy”¹². Wskazuje cechy i funkcje, które dzięki zastosowaniu metafory ulegają wypukleniu. Ale co może mieć wspólnego urządzenie takie, jak na przykład kombajn, robot kuchenny czy automat do napojów, z centrum biblioteczno-ekspozycyjnym lub serwisem informacyjnym? Czy twórcom tej koncepcji bliższa była maszyna medialna w postaci komputerowego programu *Media Machine 1.0*, sterującego odtwarzaniem plików audio i wideo (podobnie jak elektryczna szafa grająca) lub sam komputer (np. *Monster Media Machine Using Shuttle's SD39P2 XPC*), „maszyna” używana do magazynowania, przetwarzania danych lub odtwarzania plików tekstowych, graficznych, dźwiękowych?

Prawdopodobnie nie ma większego znaczenia czy wyobrazimy sobie maszynę mechaniczną z dowolnym napędem czy maszynę elektroniczną, gdyż chodziło o wskazanie na podstawową i niezbywalną cechę każdej maszyny, jaką jest złożoność z wielu współpracujących ze sobą części, tworzących sprawnie działającą całość, zdolną do wytwarzania czegoś lub wykonywania pracy. Ponadto z działaniem każdej maszyny łączy się ruch oraz zmiana jednego stanu w drugi.

W gdańskim projekcie Brodzińskiego i Niegrzybowskiego – jak w komputerze – informacja gromadzona i udostępniana w części bibliotecznej jest przetwarzana przez artystów i naukowców, a następnie prezentowana widzom i słuchaczom, użytkownikom galerii. Informacje wprowadzone na wejściu zostałyby przetworzone, dając na wyjściu spektakle, wydarzenia kulturalne, konferencje, koncerty lub inne „obiekty” medialne.

Maszyna medialna to „obiekt wielofunkcyjny”, który „byłby miejscem, narzędziem w rękach artystów” i „miałby im służyć zasobami bibliotecznymi, zasobami medialnymi, zapleczem technicznym i organizacyjnym”¹³.

Miałyby to być miejsce pracy animatorów, nie tylko artystów plastyków, lecz wszystkich ludzi aktywnych, naukowców, badaczy, muzyków, którzy poprzez swoje działanie,

¹¹ Robert Brodziński, Andrzej Niegrzybowski, *Maszyna medialna – urbanistyka*, praca dyplomowa wykonana na Wydziale Architektury Politechniki Gdańskiej pod kierunkiem dr B. Domsty, st. wyk. S. Dopierały, dr P. Lorensa [Online] [Dostępny 2008-11-2] [Tryb dostępu: WWW http://jarmusch.republika.pl/broda/doc/maszyna_medialna_architektura.pdf].

¹² G. Lakoff, M. Johnson, *Metafory w naszym życiu*, Warszawa 1988.

¹³ R. Brodziński, A. Niegrzybowski, op. cit., s. 5.

organizację widowisk, słuchowisk, seansów, dyskusji przyciągaliby innych zaspokajając poniekąd potrzeby, popyt¹⁴.

Maszyna medialna powinna być obiektem, w którym można przeczytać, zapalić, zjeść, wypić, obejrzeć, posłuchać, posiedzieć przy ognisku, naprawić łódkę, zamieszkać, zapłacić, kupić, kupić, kupić¹⁵,

w którym

część nadziemną stanowią podwieszane do wspomnianych ram różnego rodzaju boksy funkcjonalne; zgrupowane w dwóch zespołach, północnym – bibliotecznym i południowym – ekspozycyjnym. [...] Do części bibliotecznej można dojść poprzez park i warsztat naprawczy łodzi. W południowym foyer znajdują się sale kinowe, część widowiskowa oraz strefa wejściowa do sal ekspozycyjnych

– piszą autorzy tej pracy¹⁶.

Część ekspozycyjna w ich koncepcji składa się z pięciu połączonych boksów, z których jeden – przeszklony – pełni rolę nadrzędną, znajdują się w nim windy, rampy i chodniki komunikujące całą część ekspozycyjną, na ostatnim piętrze umieszczona została restauracja oraz bary. W części żółtej ulokowano pomieszczenia ekspozycji stałych oraz sale konferencyjne. Natomiast w częściach zielonej i czerwonej znajdują się szuflady, boksy do wydarzeń jednorazowych lub ekspozycji terminowych, które otwierają się na czas wydarzenia i zamykają na czas przygotowania. Ostatni boks, czarny, to część dla wspomnianych wcześniej animatorów; tu musiałyby się znajdować ich pracownie oraz sale konferencyjne.



Ryc. 3. Maszyna medialna – koncepcja architektoniczna – strona południowa¹⁷

¹⁴ Ibidem, s. 5.

¹⁵ Ibidem, s. 11.

¹⁶ Ibidem, s. 14.

¹⁷ Ibidem, s. 15.

Z kolei część biblioteczna znajduje się po przeciwnej stronie części ekspozycyjnej i składa się również z pięciu części:

z części głównej przeszklonej, zawierającej zasoby, informację biblioteczną, sklepy oraz doczepionych funkcji pomocniczych. Tymi funkcjami są magazyn główny i główny serwer informatyczny znajdujący się w części żółtej oraz czytelnia i kawiarnia w części zielonej i czarnej. W całej części bibliotecznej mieszczą się różnokolorowe boksy bogato wyposażone w media pełniące rolę separatek, których ilość może być regulowana w zależności od potrzeb¹⁸.

Na uwagę zasługuje wpisana w tę budowę możliwość zmian w układzie elementów tej złożonej, wieloczęściowej struktury i nieustannego dostosowywania jej do aktualnych potrzeb, np. poprzez otwieranie i zamykanie pomieszczeń oraz zmianę ich funkcji. Najważniejsze wydaje się jednak w tej koncepcji to, że gdańska maszyna medialna nie służy wyłącznie konsumpcji towarów i usług, ale jest w stanie wytwarzać wartościowe kulturalnie zjawiska. Taka wizja zachęca zarówno do rozszerzania formuły centrum handlowo-rozrywkowego o moduły kulturalne: ekspozycyjno-biblioteczne, jak i serwisu kulturalnego o moduły komercyjno-rozrywkowe. Wskazuje na potrzebę znaczącego zbliżenia tych sfer, co nie jest oczywiste dla zwolenników elitarności kultury (wysokiej) także w serwisach informujących o kulturze.

Serwis informacyjny jako maszyna medialna

Częściowo do modelu portalu miejskiego jako maszyny medialnej zbliża się gdański internetowy serwis informacyjny Trójmiasto (<http://trojmiasto.pl>), gdzie informacje o kulturze występują w kategoriach: Kino, Imprezy, Zabytki, Nauka (Biblioteki) i swobodnie „mieszają” się i skupiają (łączą się) z informacjami o restauracjach czy klubach, z informacjami typowymi dla portali ogólnoinformacyjnych (kartki, dom, dziecko) oraz informacjami właściwymi dla miejskich portali internetowych (komunikacja, sport, rowery, telefony).



Ryc. 4. Fragment podstrony Serwis Kultura w portalu trojmiasto.pl

Źródło: <http://kultura.trojmiasto.pl>

¹⁸ Ibidem, s. 22.

W portalu miejsce poszczególnych bloków informacji o kulturze wydaje się przypadkowe. Podobnie jak w supermarketach zmiany sposobu i miejsca wystawiania towarów mogą być wykorzystane do sterowania uwagą użytkowników serwisu. Takie zmiany są zazwyczaj wynikiem śledzenia ruchu użytkowników w portalu¹⁹, analizy chmury tagów. Postępowanie jest podobne jak w galerii handlowej, w której butiki są likwidowane lub przenoszone w tańsze miejsce, jeśli nie cieszą się dostatecznym zainteresowaniem.

Układ i nazwy kategorii nie odpowiadają dziedzinowym podziałom hierarchicznym (Kultura, Film, Imprezy), podobnie jak kolejne sklepy i bary w galerii nie układają się w porządek, którego reguły można łatwo odgadnąć; być może jest to wynik nałożenia kilku porządków – „interferujących ze sobą poziomów wielokulturowej tożsamości”²⁰. Zgodnie z ponowoczesną estetyką skupianie się informacji w inspirujące sąsiedztwo jest ważniejsze od alfabetycznego czy rzeczowego porządku. Jeśli istnieje możliwość dotarcia do poszukiwanej informacji przez wyszukiwarke, rzeczywiste uporządkowanie kolekcji informacji może być oparte na zasadach, które przewyżniają formalny – sztuczny porządek „od najmniejszego do największego”, od A do Z, od ogółu do szczegółu. Nie zawsze więc sposób organizacji informacji oparty na formalnych kryteriach, które propagują m.in. Louis Rosenfeld i Peter Morville²¹, jest właściwym rozwiązaniem.

Ten postulat nie jest jednak sprzeczny z zasadą intuicyjności zachowań użytkowników w serwisie, gdyż dotyczy ukształtowania informacji wewnątrz transparentnej struktury²². W tym nowym architektonicznym porządku serwisy kulturalne przestają być w tradycyjny sposób uporządkowanymi zbiorami – statycznymi składnikami informacji o kulturze regionu (słupami, tablicami, gablotami, katalogami), a stają się miejscami zdarzeń tworzącej się kultury. Architekt informacji serwisu posiadającego strukturę maszyny medialnej jest performerem – współtwórcą kolekcji zdarzeń medialnych i kulturalnych, a nie budowniczym sztywnych struktur „archiwalnych” z założoną z góry, już w projekcie, funkcją. Główną rolą performerera jest e s t e t y c z n e kształtowanie i skupianie informacji, łączenie ich²³ (stwarzanie technicznych możliwości łączenia informacji na różnych poziomach serwisu), a tym samym otwieranie przed użytkownikiem możliwości „ekstatycznego” zanurzenia się w cyberprzestrzeni serwisu i „skakania z fali na falę”. Serwis informacyjny jako maszyna medialna „wciąga” użytkownika do wnętrza, w którym zanurza się jak w fantastycznej grze. Architekt-performer wprawia w ruch i zestawia rzeczy pozornie niepodobne, otwiera przestrzenie możliwych zdarzeń. Ruch to nie tylko szybkie tempo wymiany i aktualizacja informacji o wydarzeniach kulturalnych, ale „teleskopowe mieszanie tego, co globalne, z tym co lokalne” nadawanie „globalnej

¹⁹ J. Cohen., *Serwisy WWW. Projektowanie, tworzenie i zarządzanie: wszystko, co powinieneś wiedzieć, by Twój serwis WWW odniósł sukces*, Gliwice 2004.

²⁰ E. Rewers, op. cit., s. 297–310.

²¹ L. Rosenfeld, P. Morville, *Architektura informacji w serwisach internetowych*, Gliwice 2003.

²² S. Krug, *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, Gliwice 2006.

²³ J. Kalbach, *Projektowanie nawigacji strony WWW: optymalizacja funkcjonalności witryny*, Gliwice 2008.

perspektywy temu, co lokalne oraz lokalizacja tego co globalne”. Strona główna serwisu jest miejscem e s t e t y c z n e g o skupiania się w całości i kreowania zdarzeń medialnych, inspirowania działań, których skutków nie da się przewidzieć, a nie tylko precyzyjnego informowania o kulturalnych imprezach, które będą lub już były.

Użytkownik–czytelnik serwisu staje się również architektem informacji – performerem, gdyż przeglądając je według własnego scenariusza uczestniczy w procesie wprowadzania fragmentów informacji w nowe konstelacje. W trakcie uprawiania swobodnego informacyjnego *shoppingu* łączy „mostami” (poprzez sieć odnośników i komentarzy) informacje dotyczące kultury popularnej, ludowej genderowej, wysokiej, które zazwyczaj tworzą oddzielone od siebie archipelagi. Użytkownik serwisu powinien mieć możliwość aktywnego uczestnictwa w kreowaniu zdarzeń medialnych, na przykład poprzez komentowanie wypowiedzi znanych osób – celebrytów i celebrytek – czy prowadzenie z nimi rozmów, rozwijania wątków – pozostawiania śladów swojego uczestnictwa w zdarzeniach, a tym samym wypełniania „międzyprzestrzeni” (the „in between”), której duże znaczenie dla mieszkańca *Event-Cities* przypisywał Bernard Tschumi²⁴. Wydaje się, że serwisy wzorujące swoją strukturę na żywych przestrzeniach nowoczesnych obiektów architektonicznych mają dziś szansę uchwycić „ducha czasu” i współbrzmieć z oczekiwaniami mieszkańców nowoczesnych miast.

Information service as a media machine

Abstract

Information service as a media machine is a model of a city's internet portal customised to meet aesthetic and information needs of inhabitants of a post-modern city. Features of post-modernity indicated by architects, urban planners and culture experts and presented in Ewa Rewers' *Post-polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta* (Post-polis. Introduction to a Philosophy of a Post-modern City, Kraków 2005) were applied to analyze the architecture of a shopping and cultural centre designed by Robert Brodziński and Andrzej Niegrybowski and the information architecture of a city's web site. The article presents the results of the analyses and the discovered analogies; it also puts forward theoretical and practical solutions relating to the information architecture of web sites.

²⁴ Zob. koncepcję miasta zdarzenia i „miasta zdarzeń” B. Tschumiego (*Event-Cities. Praxis*, Cambridge, Mass., London: The MIT Press 1994) przedstawioną przez E. Rewers, op.cit., s. 90, 169.