

CITY MOOD. ABOUT (CULTURAL) STATE OF THE CITY SPACE

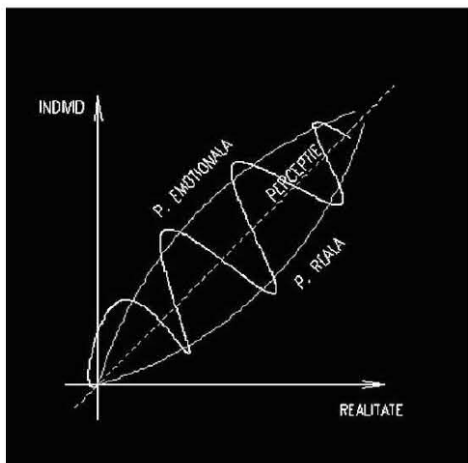
There is a mood or a sensitive disposition of some cities... It is connected with histories and stories the city is telling about itself, how much it inspires or asks for a special emotional state at individual level. Some things can be demonstrated, others not... the dedicated landscape speaks to us about demonstrations, in specific words we may say that so does the cultural landscape... but at concrete, demonstrable level.

How much one place or another inspires us, the answer is connected to its state of resonance or even to the general disposition of the city. The information advertised through urban guides, commercials or even through movies, is at our disposal. Reading the information and dreaming are a first degree of perception regarding the city status; the visiting possibilities have diversified from dreaming about to the actual tangible visit by living the experience: online visiting... and even the rapid documenting (Google earth, Google map, street view, connected links), virtual tour/s as variant to

online visiting, virtual environment as archaeological reconstruction of heritage (Ioan, 2013, pp.116) from the past physical-architectural city, and games experimentation with in-game digital replicas of some dedicated physical spaces (for example remakes of medieval and renaissance cities of Florence, Venice, Rome, Sienna, etc. in Assassin's Creed). Lecturing a book that describes the city status at a certain moment, either from the point of view of some characteristics (of life, fashion) or the author's view, for the delimitation of scenography of places, is another kind/ way of visiting.

On the other hand the inspiration of the place is dependent on the type of audience or better put the targeted public. In my doctoral thesis (Mihaila, 2011) I have presented a possible classification as elitist, money and crowd public and sub-classification of the interested audience (see Fig 1), leading to a different perception, interest and experience in the personal experimentation of space.

No doubt, the city mood may be/ is a continuous narration about a resultant force in-between the built environment and its details, styles and colors, architectural monuments and landmarks, and also in the cultural happenings in the air of pedestrian paths and open plazas, in the dressing fashion of the residents, in the urban ambiance as well as in some unidentified ingredients of the atmosphere (Zumthor, 2006) and perception (Holl et al., 2006) of memory. Some cities have defined their mood by rewriting the initial information in an intuitive or thought way, by linking valuable information from different places, or simply by regenerating some sites in a new vision which implies contemporary habits. Others reevaluate their architectural built heritage in a sense of city images continuity, as a habit of visiting and defining successive motions (Schonning, 2009) in space. Directing the images and perception may be important for the correct reception of information and impression, sensations, sense of understanding and emotion. City mood may



For who is architecture meant?
It has to have an address?
FOR: city+context+city settings
FOR: nature+environment+landscape

FOR/ ADDRESS TO: PUBLIC:

elitist public architects & artists designers culture people	money public investors money makers marketing and management people advertising journalists	crowd public the crowd/ uninformed public functional public
--	---	--

inform experience entertain inspire free talk	impress emotion relax set attention amaze experiment	evolve imagine travel express amaze innovate
---	--	--

Fig. 1 - Drawings and ideas of space perception. Copyright Marina Mihaila (2011, Doctoral Thesis, (Working with/in New Office - concepts&technology)

narrate about memory types, either predefined or the possibly formative, the inspiring ones. The types of memory could be: direct – personal-implicit, informative or eulogy – monuments, spatial-architectural, memory transformed in legend/story/tradition, path memory and experiments, evocative-temporal-regenerative or the site as memorial (Mihaila, 2012). Thinking about predefined spaces and places with atmosphere, here is a short notation on few examples which retained my attention. These are some examples of the predefined city moods as scenographic identity illustrated by the world of film – a perfect recipe of atmosphere and background, of the architectural and urban nature. The example of perfect frame is the one defined by successive details (Marcu-Lapadat, 2003) and nuances, it is complete, and its state of musicality completes most of the time the enounced story. Cities used as dedicated scenography have gained through successive happenings and have verified their authenticity (Choay, 1998, pp.196-198) of living, experiences and memories. They have the benefit of a defined urbanity and a certain state of space, but also of an architectural framework (Zumthor, 2010) that predisposes the perception to the sought sensation. The place of the communication with the space and of the socialization is the place of the happening. The time is connected to the past as well as to the present memory. There are few cities that are used in a nuanced manner, but still in a common and unitary palette, in many cinematographic productions, as a state of feeling and memory of the place (as urban-architectural texture) (Mihaila, 2012), the perfect setting for the specific story underway.

Analyzed cities as a state of urban memory and illustrative for defining the city mood are (as summarized in Table 1) : Paris in *Angel-A* (2005) directed by Luc Besson, Venice in *The Tourist* (2010) directed by Florian Henckel von Donnersmarck, London in *Scoop* (2006) directed by Woody Allen, Berlin in *The Bourne Identity*.*The Bourne Supremacy* (2002-2004) directed by Doug Liman. If Paris city mood in *Angel-A* (2005), directed by Luc Besson, describes fantasy, romanticism, drama, art-architecture as status of the urban environment, the selected places are Senna, Tour Eiffel and Notre Damme. The motives and image patterns are the urban space as it is, the water as presence, the bridge(s), height, architecture as statement, the city, multiculturalism as social definition. The time is essential: always and now, continuous. In a simple but effective scenographically and as lecture, the Venice city mood in *The Tourist* (2010), directed by Florian Henckel von Donnersmarck, is defined through romanticism, intrigue, mystery, art-architecture as state of the city, to which adds the patterns of dance and of the party. The mentioned places are Canal Grande, Venice as a complete-complex environment and as motives are presented the style and uniqueness of urban space. The time presents the city as history and is illustrated simply: now. *Scoop* (2006), directed by Woody Allen, depicts London city mood as traditional, and sketches it in several lines as a detective plot, mystery, supernatural, the city in terms of green status, British etiquette and language (with specific accent and expression); the places are images without a certain specification – in the city, in the green city. Specific places are the mansion of heraldry and tradition, the park as a

status of urbanity, the theatre, the stage, the nature, the lake. The time is “now” but retroactive as a status of the individuals (of their life). The action is carried out slowly, as calm as in a play. *The Bourne Identity*. *The Bourne Supremacy* (2002-2004) directed by Doug Liman, succeeds to define a city mood for Berlin in a context of action scenes cloaked in an atmosphere of espionage, the memory of cold war, drama, a new city stratified over the old city, more as the East City than the West City, in an emotional sequence of space, the Wall (existing as memory) between the East and the West City. The relevant sites are selected in the same idea: Charlie’s Point, Alexander Platz, Potsdamer Platz, Ost Bahnhof. The motives are: the global unique city between the East and West, espionage, multiculturalism and policies, while the time is a contemporary and non-contemporary past: the time of the cold war that still dominates the city. The city mood is an inner research method of discovering the status, traditions and the predefined values but also the emotion of an urban-architectural place/ city, as well the new statement that might be made for the lecturing of the urban patterns and trends. If the city mood can speak about tradition in the spirit of place or/and of time (Genius-loci or Zeitgeist) this could be a question for defining the limits of evocative memory. The perception depends on the acuity of the individual, and may be a resultant force between reality and emotion (or the emotional response to lecturing the environment). Different types of public may perceive differently a place, a city, a predefined urban-architectural environment and the culture of a space. Among

A. city, place:	Paris
1. film:	<i>Angel-A</i> (2005), directed by Luc Besson, with Jamel Debbouze and Rie Rasmussen
2. film details:	French movie, awarded at Sundance Film Festival in 2007
3. city mood:	fantasy, romantism, drama, art-architecture as status of the urban environment
4. places:	Senna, Tour Eiffel, Notre Damme
5. motives:	urban space, water, bridge, height, architecture, city, multiculturality
6. time:	always and now
B. city, place:	Venetia
1. film:	<i>The Tourist</i> (2010), directed by Florian Henckel von Donnersmarck, with Angelina Jolie and Johnny Depp
2. film details:	USA film, remake after Anthony Zimmer movie in 2005
3. city mood:	romanticism, intrigue, mystery, art-architecture as state of the city, the dance, the party
4. places:	Canal Grande, Venice as complete-complex environment
5. motives:	style and unique urban space
6. time:	city as history and present simple: now
C. city, place:	London
1. film:	<i>Scoop</i> (2006), directed by Woody Allen, with Scarlet Johansson, Hugh Jackman and Woody Allen
2. film details:	American with Britain atmosphere movie
3. city mood:	cop intrigue, mystery, supernatural, city as green status, British etiquette and language (accent and expression)
4. places:	without a certain specification – in city, in green city
5. motives:	mansion with etiquette and tradition, park as a status, the theatre, the stage, nature, lake
6. time:	now, but retroactive as a status of individual.
D. city, place:	Berlin
1. film:	<i>The Bourne Identity</i> , <i>The Bourne Supremacy</i> (2002-2004) directed by Doug Liman, with Matt Damon, Franka Polente, Chris Cooper and Clive Owen
2. film details:	American movie after the novel with the same name of the Robert Ludlum
3. city mood:	espionage, cold war, drama, new city-old city, more East City than West City, the Wall between East and West
4. places:	Charlie’s Point, Alexander Platz, Potsdamer Platz, Ost Bahnhof
5. motives:	unique city between the East and West, espionage, multiculturalism and politics
6. time:	time of the cold war that still dominates the city

Tab. 1 - Case Study: brief analysis city mood. Paris, Venetia, London, Berlin in some films definitions. Copyright Marina Mihaila (2011, completed/reedited 2013)

policies of heritage, urban development and quality of life, a new definition of something to be called cultural policies should be important to preserve a component of space, both emotional and material, which might be captured as an image described as the city mood, but may also become a premise for defining what the cultural space should mean to a city, region, or federation.

REFERENCES

Books and articles:

- [1] Choay, F. (1998) *Alegoria patrimoniului. urmată de Șapte propoziții despre conceptul de autenticitate și folosirea acestuia în practica patrimoniului istoric*. București, Uniunea Arhitecților din România, Editura Simetria.
- [2] Holl, S., Pallasmaa, J., Pérez Gomez, A. (2006). *Questions of perception: phenomenology of architecture*. San Francisco, CA, William Stout.
- [3] Ioan, A. (2013). *Arhitectura memoriei. Noua frontieră a spațiului sacru*. București, Iglooedia.
- [4] Marcu-Lapadat, M. (2003). *Fețele ornamentului: arhitectura bucureșteană în secolul 20*. București, Univers Enciclopedic.
- [5] Mihaila, M. (2012). *Urban Memory and Continuity*, Journal: Argument 4/2012, pp. 307-323. Bucharest, "Ion Mincu" University Publishing House.
- [6] Mihaila, M. (2011). *Working with-in New Office- concepts and technologies*, Doctoral Thesis, University of Architecture and Urbanism "Ion Mincu" Bucharest.
- [7] Schonning, P., Löffler, J., & Azevedo, R. (2009). *Cinematic architecture*. London, Architectural Association.
- [8] Zumthor, P. (2006). *Atmospheres: architectural environments, surrounding objects*. Basel, Birkhäuser.
- [9] Zumthor, P. (2010). *Thinking architecture*. Basel, Birkhäuser.

Films:

Angel-A (2005), directed by Luc Besson
Scoop (2006), directed by Woody Allen
The Bourne Identity. The Bourne Supremacy (2002-2004) directed by Doug Liman
The Tourist (2010), directed by Florian Henckel von Donnersmarck

Web:

Assassin's Creed <http://assassinscreed.ubi.com/en-gb/home/index.aspx>

CITY MOOD. (STAREA DE SPIRIT A ORAȘULUI) DESPRE STAREA CULTURALĂ A SPAȚIULUI URBAN.

Există o stare de spirit sau o (pre)dispoziție sensibilă a unor orașe... Are legătură cu istoriile și poveștile pe care orașul le spune despre sine, cât de mult inspiră sau pune întrebări despre o stare emoțională specială la nivelul individului. Anumite lucruri pot fi demonstrate, altele nu... peisajul dedicat ne vorbește despre demonstrații, în cuvinte specifice am putea spune că și peisajul cultural face același lucru... dar la nivel concret, demonstrabil. Cât de mult un loc sau altul ne inspiră, răspunsul are legătură cu starea sa de rezonanță sau chiar disponibilitatea generală a orașului. Informațiile promovate prin ghiduri urbane, reclame sau chiar filme, sunt la dispoziția noastră. Citirea informațiilor și visarea sunt primul grad de percepție cu privire la statusul orașului;

posibilitățile de vizitare s-au diversificat de la visare până la vizita actuală tangibilă prin trăirea experienței: vizita online... și chiar documentarea rapidă (Google earth, Google map, street view, connected links), tururile virtuale ca variantă a vizitării online, environmentul virtual ca reconstrucție arheologică de patrimoniu (Ioan, 2013, pp.116) din orașul fizic-arhitectural din trecut, și experimentarea prin jocuri cu replici digitale ale unor spații fizice dedicate (de exemplu refaceri ale orașelor medievale și renaștentiste – Florența, Veneția, Roma, Siena, etc., în jocul Assassin's Creed). Citirea unei cărți care descrie statusul de la un anumit moment dat al orașului, fie din punctul de vedere al unor caracteristici (de viață, modă) sau de vedere ale autorului, pentru delimitarea scenografiei locurilor, este un alt fel/mod de vizitare.

Pe de altă parte, inspirația locului este dependentă de tipul de audiență sau mai bine spus de publicul vizat. În teza mea de doctorat (Mihailă, 2011) am prezentat o posibilă clasificare ca public elitist, public cu forță financiară și mulțimea și o sub-clasificare a audienței (a se vedea Figura 1), ceea ce duce la o percepție, interes și experiență diferită în experimentarea personală a spațiului.

Fără îndoială, city mood - starea de spirit (sau emoțională) a orașului poate fi/ este o continuă narațiune despre o forță rezultantă între mediul construit și detaliile sale, stiluri și culori, monumente arhitecturale și repere, precum și între întâmplările culturale din aerul aleilor pietonale și al piețelor deschise, în moda vestimentară a locuitorilor, în ambianța urbană ca și în câteva ingrediente neidentificate ale atmosferei (Zumthor, 2006) și ale percepției (Holl et al., 2006) memoriei. Unele orașe și-au definit starea emoțională prin rescrierea informației inițiale într-un mod intuitiv sau gândit, prin legarea informațiilor valoroase de diferite locuri, sau simplu prin regenerarea unor situri printr-o nouă viziune care implică comportamente contemporane. Altele și-au reevaluat patrimoniul construit arhitectural într-un sens al continuității imaginilor urbane, ca obicei al vizitării și definirii percepției succesive în spațiu (Schonning, 2009). Direcționarea imaginilor și a percepției poate fi importantă pentru receptarea corectă a informațiilor și impresiilor, senzațiilor, sensului de înțelegere și emoției. Starea de spirit a orașului - city mood - poate vorbi despre tipuri de memorie, fie predefinite, fie posibil formative, cele inspirante. Tipurile de memorie ar putea fi: directă – personală – implicită, informativă sau elogiul – monumente, spațial – arhitecturală, memorie transformată în legendă/ poveste/ tradiție, trasee memoriale și experimente, memorii evocative – temporale – regenerative, sau site-ul ca memorie (Mihaila, 2012).

Gândindu-mă la spații predefinite și locuri cu atmosferă, iată câteva notații pe marginea unor exemple care mi-au reținut atenția. Sunt câteva exemple ale unor 'stări emoționale' predefinite ale unor orașe – city moods – ca identitate scenografică ilustrată de lumea filmului – o rețetă perfectă de atmosferă și background, a naturii arhitecturale și urbane. Exemplul cadrului de imagine perfect este cel definit prin detalii succesive (Marcu-Lăpădat, 2003) și nuanțe, este complet, și starea muzicalității sale completează de cele mai multe ori povestea enunțată. Orașele folosite ca scenografie dedicată și-au dobândit prin întâmplări succesive și și-au verificat autenticitatea (Choay, 1998, pp.196-198) trăirii, experiențele și memoriile. Ele au avantajul de a avea o urbanitate definită și o anumită stare a spațiului, dar și un cadru arhitectural (Zumthor, 2010) care predispoze percepția către senzația căutății. Locul comunicării - cu spațiul și al socializării în sine - este locul întâmplării. Timpul este conectat cu trecutul la fel de mult ca și cu memoria prezentă.

Există câteva orașe care sunt folosite într-o manieră nuanțată, dar totuși într-o paletă comună și unitară, în multe producții cinematografice, ca stare a sentimentului și memoriei locului (ca textură urbană -

arhitecturală) (Mihaila, 2012), cadrul perfect pentru derularea poveștii specifice.

Orașele analizate ca stare a memoriei urbane și ilustrative pentru definirea city mood sunt (așa cum sunt sumarizate în Tabelul 1) : Paris în *Angel-A* (2005) în regia lui Luc Besson, Venice în *The Tourist* (2010) în regia lui Florian Henckel von Donnersmarck, London în *Scoop* (2006) în regia lui Woody Allen, Berlin în *The Bourne Identity. The Bourne Supremacy* (2002-2004) în regia lui Doug Liman.

Dacă city mood pentru Paris în *Angel-A* (2005), în regia lui Luc Besson, descrie fantezia, romantismul, drama, relația artă – arhitectură ca status al environmentului urban, locurile selectate sunt: Senna, Tour Eiffel și Notre Damme. Motivele și pattern-urile de imagine sunt spațiul urban așa cum este, apa ca prezență, podul (podurile), înălțimea, arhitectura ca statement, orașul, multiculturalitatea ca definiție socială. Timpul este în principiu: mereu și acum, continuu. Într-un fel simplu dar eficient scenografic și ca lecturare, city mood-ul Veneției în *The Tourist* (2010), în regia lui Florian Henckel von Donnersmarck, este definit prin romantism, intrigă, mister, relația artă – arhitectură ca status al orașului, la care se adaugă pattern-ul dansului și al petrecerii. Locurile menționate sunt Canal Grande, Veneția ca environment complet și complex, iar ca motive sunt prezentate: stilul și unicitatea spațiului urban. Timpul prezintă orașul ca istorie, și este ilustrat simplu: acum. *Scoop* (2006), în regia lui Woody Allen, descrie Londra și a sa city mood ca tradițională, și o schițează în câteva linii ca intrigă polițistă, stare de mister, supranatural, orașul în termenii de status verde, eticheta britanică și limbaj (cu accent și expresie specifică); locurile sunt imagini fără o specificație exactă – în oraș, în orașul verde. Locurile definite sunt conacul cu blazon și tradiție, parcul ca status al urbanității, teatrul, scena, natura, lacul. Timpul este 'acum' dar retroactiv ca un status al indivizilor (al vieții lor). Acțiunea este derulată încet, cu calmul unei piese de teatru. *The Bourne Identity. The Bourne Supremacy* (2002-2004) în regia lui Doug Liman, reușește să definească un city mood al Berlinului într-un context al scenelor de acțiune învăluite în atmosfera spionajului, memoriei războiului rece, drama, un oraș nou stratificat peste cel vechi, mai mult ca orașul de 'est' decât de 'vest', într-o succesiune emoțională de spațiu, Zidul (existent ca memorie) între orașul de 'est' și 'vest'. Locurile relevante sunt selectate în aceeași idee: Charlie's Point, Alexander Platz, Potsdamer Platz, Ost Bahnhof. Motivele sunt: orașul global unic între 'est' și 'vest', spionajul, multiculturalitatea și politicile, pe măsură ce timpul este trecut contemporan și non-contemporan: timpul războiului rece care încă domină orașul.

City mood este o metodă de cercetare interioară de a descoperi statusul, tradițiile și valorile predefinite, dar și emoția locului/ orașului urban – arhitectural, și de asemenea noul statement care ar putea fi făcut pentru lecturarea pattern-urilor și tendințelor.

Dacă city mood poate vorbi despre tradiție în spiritul locului sau/ și al timpului (Genius-loci și Zeitgeist) aceasta ar putea fi o întrebare pentru definirea limitelor memoriei evocative. Percepția depinde de acuitatea individului, și poate fi o forță rezultantă între realitate și emoție (sau un răspuns emoțional la lecturarea environmentului).

Diferite tipuri de public pot percepe diferit un loc, un oraș, un environment predefinit urban – arhitectural și cultura unui spațiu. Printre politici de patrimoniu, politici de development urban și politici pentru calitatea vieții, o nouă definiție a ceva care s-ar putea numi politici culturale ar trebui să fie importantă pentru a prezerva o componentă a spațiului, emoțională dar și materială, care ar putea fi surprinsă ca o imagine descrisă ca city mood, dar care ar putea fi și o premisă pentru definirea a ceea ce spațiul cultural ar trebui să însemne pentru un oraș, regiune, sau federație.