



**Politechnika Krakowska**  
im. Tadeusza Kościuszki

**ROZPRAWA DOKTORSKA**

**ZMIANY FUNKCJONALNE MIEJSKICH  
PIESZYCH PRZESTRZENI PUBLICZNYCH  
W PROCESACH KOMODYFIKACJI I  
PRYWATYZACJI**

**MARCIN GAŁKOWSKI**

**PRACA NAPISANA POD KIERUNKIEM PROF. DR. HAB. INŻ. ARCH. WACŁAWA SERUGI**

---

**KRAKÓW 2015**



**BIBLIOTEKA CYFROWA POLITECHNIKI KRAKOWSKIEJ**

*Kiedy przestaniemy cenić to, co publiczne,  
bardziej niż to co prywatne, z czasem trudno nam  
będzie pojąć, czemu mielibyśmy cenić prawo (dobro  
publiczne par excellence) bardziej niż siłę.*

*Tony Judt*



## SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> .....	7
<b>Rozdział 1</b> .....	11
Podstawy teoretyczne pracy.....	11
1.1. Cel i zakres przedmiotowy pracy.....	11
1.2. Teza pracy.....	13
1.3. Metoda pracy .....	13
1.4. Stan badań nad miejską przestrzenią publiczną.....	15
<b>Rozdział 2</b> .....	23
Zdefiniowanie podstawowych pojęć.....	23
2.1. Pojęcie <i>przestrzeni publicznej</i> .....	23
2.2. Systematyka współczesnych przestrzeni publicznych ze względu na funkcje i uwarunkowania społeczne. ....	26
2.3. Pojęcie przestrzeni społecznej .....	30
2.4. Pojęcia <i>komercjalizacji</i> i <i>komodyfikacji</i> .....	31
2.5. Sfera publiczna i przestrzeń społeczna a procesy komodyfikacji i komercjalizacji – w stronę przestrzeni hybrydowych .....	32
<b>Rozdział 3</b> .....	35
Krótki rys historyczny – geneza i przemiany miejskiej przestrzeni publicznej.....	35
3.1. Przestrzenie publiczne miast antycznych – greckie polis i ateńska agora.....	36
3.2. Przestrzenie publiczne i handel w mieście przedindustrialnym .....	38
3.3. XIX-wieczne miasto okresu industrializacji.....	43
3.4. Neoliberalizm, społeczeństwo konsumpcyjne i nowe przestrzenie piesze w XX wieku. ....	49



<b>Rozdział 4</b> .....	63
Funkcje współczesnej miejskiej przestrzeni publicznej oraz jej przemiany społeczno-kulturowe w XX i XXI wieku.....	63
4.1 Dominacja funkcji rekreacyjnej i rozrywkowej w pieszej przestrzeni miejskiej .....	63
4.2. Utowarowienie (komodyfikacja) pieszej przestrzeni miejskiej – prymat pieniądza nad wartościami społecznymi.....	69
 <b>Rozdział 5</b> .....	 83
Komodyfikacja pieszej przestrzeni miejskiej i jej przejawy na wybranych przykładach .	83
5.1. Kryteria doboru przykładów .....	83
5.1.1. Smithfield Plaza w Dublinie – przestrzeń gentryfikacji i wykluczenia	85
5.1.2. Bryant Park w Nowym Jorku – przestrzeń oczyszczona .....	95
5.1.3. Rynek Północny przed Galerią Handlową „Manufaktura” w Łodzi – przestrzeń hybrydowa .....	105
5.1.4 Plac Szewczyka i Galeria Katowicka wraz z dworcem kolejowym – przestrzeń hybrydowa. ....	117
5.1.5 Sony Center w Berlinie– przestrzeń hybrydowa, korporacyjna.....	131
5.1.6. Wewnętrzny skwer biurowca Metropolitan w Warszawie – korporacyjna przestrzeń hybrydowa .....	147
 <b>Rozdział 6</b> .....	 155
Analiza porównawcza przykładów .....	155
6.1. Kryteria analizy.....	155
6.2. Przyjęte metody badawcze.....	155
6.3. Ocena wpływu komercjalizacji i związanych z nią zjawisk na funkcje przestrzeni publicznej.....	165

6.4. WNIOSKI – komercjalizacja oraz konsumpcjonizm jako czynniki zagrażające równowadze miasta i społeczeństwa oraz bezpośrednio wpływające na funkcje jego przestrzeni publicznych. .... 173

**Bibliografia** ..... 177

**Spis rysunków i rycin**..... 189

**Spis zdjęć**..... 191

**Tabele i wykresy**..... 195

**Abstrakt** ..... 197



## WSTĘP

W niniejszej pracy analizuję temat zmieniającej się roli przestrzeni publicznej we współczesnym mieście, kładąc szczególny nacisk na postępujące procesy komodyfikacji oraz konsumpcjonizmu, które to czynniki uważa się obecnie za zagrażające równowadze współczesnego miasta.

Główny problem badawczy podjęty w niniejszej pracy można wyrazić pytaniem: jaki wpływ ma komodyfikacja i towarzyszące jej zjawiska na przestrzeń publiczną? Do pytań szczegółowych zaliczyć można z kolei: czy komodyfikacja przestrzeni publicznej jest procesem nieuniknionym we współczesnym mieście? Czy wpływ komercjalizacji na przestrzeń publiczną da się w jakiś sposób porównywać i wartościować? W jakich warunkach zjawiska towarzyszące komercjalizacji mają wpływ negatywny na przestrzeń publiczną, a w jakich mogą przynieść korzyści? W jaki sposób należy projektować (czy też programować) przestrzeń miejską, by uniknąć negatywnych zjawisk związanych z jej komercjalizacją? Praca ma zatem też wymiar praktyczny – może dostarczyć informacji pomocnych w projektowaniu pieszej przestrzeni publicznej, a także umożliwić ocenę i wartościowanie istniejących pieszych obszarów miejskich.

Nadmienić należy, że piesze przestrzenie publiczne są niezwykle ważne dla życia miasta, jako że stanowią podstawowe miejskie dobro wspólne, a w myśl obowiązującej Ustawy *obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokojenia potrzeb mieszkańców, poprawy jakości ich życia i sprzyjający nawiązywaniu kontaktów społecznych ze względu na jego położenie oraz cechy funkcjonalno-przestrzenne*<sup>1</sup>.

Praca składa się z sześciu rozdziałów: w pierwszym formułuję podstawy teoretyczne: tezę, cel, zakres przedmiotowy pracy, oraz opisuję zastosowaną metodę badawczą. W drugim rozdziale dokonuję zdefiniowania podstawowych terminów

---

<sup>1</sup> Art. 2 ust. 6 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 27 marca 2003 r. (Dz.U. 2003 nr 80 poz. 717).

wykorzystanych w rozprawie, jakimi są *przestrzeń społeczna*, *sfera publiczna*, a także *komercjalizacja i komodyfikacja*. Przedstawię w tym miejscu także wybrane systematyki przestrzeni publicznej (ze względu na funkcje i uwarunkowania społeczne). W trzecim rozdziale, w krótkim zarysie historycznym, referuję szereg zjawisk dokonujących się w obrębie współczesnej miejskiej przestrzeni publicznej, począwszy od publicznych przestrzeni w greckich miastach *polis* i *agorze*, po okres przedindustrialny (średniowieczny). W ostatnich podrozdziałach skupiam się na ewolucji interesujących mnie zjawisk w rzeczywistości określanej przez niektórych socjologów<sup>2</sup> mianem  *płynnej nowoczesności*, znamionującej etap rozwoju społeczeństwa konsumpcyjnego i powstawanie XX-wiecznych przestrzeni hybrydowych (Kohn, 2004) (Rochmińska, 2014) (Nissen, 2008). To właśnie nowoczesne przestrzenie hybrydowe, w obrębie których budowane są współczesne biurowce, hipermarkety i centra rozrywki, stanowią naturalny teren ekspedycji badawczych dla licznej rzeszy antropologów, socjologów kultury (w tym socjologów miasta), których poglądy prezentuję w rozdziale czwartym *Funkcje współczesnej miejskiej przestrzeni publicznej oraz jej przemiany społeczno-kulturowe w XX i XXI wieku*. W konkluzji stawiam hipotezę roboczą dotyczącą funkcji współczesnej miejskiej przestrzeni publicznej, którą weryfikuję w rozdziale piątym, ilustracyjnym, prezentującym wybrane przykłady komercjalizacji i komodyfikacji pieszej przestrzeni publicznej w Polsce i na świecie. Wszystkie przykłady ilustruję grafikami i zdjęciami. W rozdziale szóstym, analitycznym, dokonuję analizy porównawczej i prezentuję dyskusję (konfrontację poglądów zawartych w pracy z poglądami autorów) oraz wnioski z rozważań, odnosząc się do pytań postawionych na początku pracy.

Moje zainteresowanie tą tematyką trwa od okresu studiów na Wydziale Architektury Politechniki Krakowskiej, kiedy to uczestniczyłem – najpierw jako obserwator, a później też pełnoprawny członek zespołu – w kilku konkursach architektonicznych związanych z tzw. przestrzenią publiczną miasta. Jednym z nich był konkurs na zagospodarowanie obszaru katowickiego rynku. Ponadto w mojej blisko 15-letniej praktyce zawodowej projektowałem wiele przestrzeni o funkcjach komercyjnych –

---

<sup>2</sup> Termin ten użył jako pierwszy Zygmunt Bauman w pracy *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000. Wydanie polskie: *Płynna nowoczesność*. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2006.

zwłaszcza wielkogabarytowe centra handlowe i malle<sup>3</sup>. Z tego też względu zjawiska towarzyszące komercjalizacji przestrzeni miejskiej, a zwłaszcza wpływu komercjalizacji i prywatyzacji na zmiany funkcji społecznych przestrzeni miasta, zawsze leżały w kręgu moich zainteresowań naukowych.

W polskiej literaturze przedmiotu nie spotkałem się jak dotąd z jednoznacznym odróżnianiem (na bazie funkcji) przestrzeni pieszych poddanych komodyfikacji i skrytej prywatyzacji [*shadow privatization*, jak nazywa ją L. Lofland (Lofland, 2007 str. 211)] od publicznych (o nieskrępowanym dostępie i wolności obywatelskiej zapewnianej przez prawo państwowe), co zwykle prowadzi do niewłaściwego wartościowania przestrzeni miejskiej. Mam zatem nadzieję, że praca ta stanie się przyczynkiem do dyskusji i jeszcze głębszej analizy procesów komercjalizacji i prywatyzacji publicznych obszarów miejskich w Polsce.

---

<sup>3</sup> Jestem współautorem rozbudowy Centrum „Ogrody” w Elblągu, zajmowałem się projektem budynku „Placu Unii” oraz Centrum Handlowego „Promenada” w Warszawie, a także wieloma innymi podobnymi projektami w fazie analitycznej. Swoje zainteresowania przestrzenią miejską rozwijałem też uczestnicząc w związanych z tymi zagadnieniami konferencjach naukowych oraz w publikacjach dotyczących tematyki przestrzeni publicznej.



## Rozdział 1.

### Podstawy teoretyczne pracy

#### 1.1. Cel i zakres przedmiotowy pracy

Przedmiotem moich badań są wybrane problemy dotyczące zjawisk dokonujących się w obrębie współczesnej miejskiej przestrzeni publicznej, z których większość ma charakter uniwersalny i występuje zarówno w wielkich aglomeracjach, jak i mniejszych ośrodkach, w różnym ich nasileniu (przy czym można mówić o pewnych swoistych, zależnych od wielkości ośrodka postaciach występujących zjawisk). W pracy skupiam się na analizie pieszych przestrzeni publicznych, tj. odseparowanych od ruchu samochodowego, w obszarach centralnych ośrodków miejskich, pod kątem funkcjonalnym. Należą tu przestrzenie otwarte – place, skwery, parki, promenady, chodniki – jak i niektóre typy przestrzeni publicznych zamknięte w kubaturach: centrum handlowego, atrium budynku biurowego czy przestrzeni dworców kolejowych (systematykę przestrzeni publicznych przedstawię w rozdziale 2.6). Analizie zostaną poddane zarówno przestrzenie będące własnością miasta (a więc te, w których kontrola jest sprawowana przez władze miejskie), jak i obszary w pełni prywatne, gdzie za regulacje odpowiadają wyłącznie ich właściciele. Omówiona zostanie też szerzej tzw. przestrzeń hybrydowa, wnosząca pewne elementy przestrzeni publicznej w prywatne przestrzenie skomodyfikowane.

Badania obejmują zatem różne przestrzenie miejskie poddane w ostatnich latach presji globalnego kapitału. W tym kontekście **najbardziej interesujące są obszary centralne miast (śródmieścia)**, w których lokowane od zawsze były ośrodki władzy i religii i w których obrębie kształtowała się polityka. Zastanawiający jest bowiem fakt, iż są one obecnie poddane presji tendencji konsumpcjonistycznych i prywatyzacji. Geograficznie obszar moich analiz został zawężony do kręgu kulturowego państw Europy



oraz Ameryki Północnej. Uznaje się, że omawiane w niniejszej pracy procesy komercjalizacji są związane z najnowszymi formami gospodarki kapitalistycznej, które powstały w ostatnich 20 latach w wyniku rewolucji informatycznej.

Zakres przedmiotowy pracy nie obejmuje jednak przestrzeni zabytkowych, zachowanych w formie historycznej i ściśle chronionych. Przestrzenie te posiadają unikalne, jednostkowe cechy, związane także ze specyficznymi regulacjami konserwatorskimi różniącymi się w poszczególnych miastach i krajach, co wymagałoby zastosowania odmiennego podejścia analitycznego. Oczywiście niektóre zjawiska będące konsekwencją komodyfikacji (np. czyszczenie, estetyzacja, gentryfikacja) dotyczą także przestrzeni historycznych, czasem w bardzo dotkliwy sposób. Przestrzenie zabytkowe (za przykład może tu posłużyć starówka Wenecji) bywają przekształcane w swoiste historyczne parki rozrywki, w obrębie których dochodzi do zaniku ich właściwych funkcji społecznych, wypierani są mieszkańcy, a w to miejsce tworzony jest pseudohistoryczny spektakl na potrzeby turystyki.

Zagadnieniem bardzo ciekawym, jednak o odmiennej etiologii, są przestrzenie zielone – parki i błonia miejskie. Samo powstanie dostępnych, otwartych parków miejskich jest ważnym wątkiem związanym z działaniami społecznymi na rzecz przestrzeni publicznej. Parki i tereny rekreacji są oczywiście poddawane bezpośrednio procesom komercjalizacji, a także odgrywają niepoślednią rolę w nieustającej grze kapitału w mieście, jako że wartość nieruchomości w pobliżu terenów zielonych jest zwykle wielokrotnie większa. Warto tu też podać przykład parku Gezi w Turcji, gdzie próba przekazania publicznego zielonego skweru prywatnemu inwestorowi (miało tam powstać centrum handlowe) doprowadziła do wybuchu wielodniowych zamieszek i okupacji placu. W niniejszej pracy analizowane będą jedynie parki i tereny zielone położone w śródmieściach miast – w rodzaju Bryant Park w Nowym Jorku – które są ściśle związane funkcjonalnie ze zwartą zabudową miejską i mają funkcje zbliżone do placów miejskich.

Z analiz wyłączone są również osiedla zamknięte. Niewątpliwie wygradzanie nowych zespołów zabudowy jest związane z komodyfikowaniem przestrzeni miejskiej i występuje też (zwłaszcza w naszym kraju) w przestrzeni śródmieść – na równi z powstawaniem prywatnych przestrzeni biznesu (typu *bonus plaza*). Tym niemniej trzeba przyjąć, że temat osiedli zamkniętych związany jest w większym stopniu z mieszkaniową

zabudową przedmieść. Analizę tego tematu można znaleźć w wielu publikacjach, m.in. poruszają go Setha Low, a w naszym kraju Jacek Gądecki. Jak wynika z tych opracowań, powody groźnienia obszarów miejskich są złożone i choć niewątpliwie wiążą się z tematyką niniejszej pracy, to ze względu na jej ograniczoną objętość zagadnienie to nie będzie głębiej analizowane.

## 1.2. Teza pracy

W niniejszej pracy podejmuje próbę udowodnienia następującej tezy: **komodyfikacja redukuje funkcje pieszej przestrzeni publicznej, w efekcie czego przestrzenie te mają mniejszą wartość dla mieszkańców miast (pojmowaną w kategoriach dobra wspólnego) niż obszary prawdziwie publiczne, w pełni dostępne, poddane obywatelskiej i demokratycznej kontroli.** Podstawowym celem niniejszej pracy jest zatem opisanie wpływu zjawisk komercjalizacji i komodyfikacji na pieszą przestrzeń publiczną miasta, zwłaszcza w jej wymiarze funkcjonalnym. Wyrażenia *komodyfikacja*, *komercjalizacja* i *przestrzeń publiczna* zostaną wyjaśnione w rozdziale 2. niniejszej pracy.

## 1.3. Metoda pracy

W niniejszej pracy zastosowano metodę badawczą, jaką jest **metoda porównawcza oparta na koncepcji Lyn L. Lofland** (Lofland, 2007), w której autorka ta wyróżniła **sześć głównych funkcji przestrzeni publicznej**. W specjalnie przygotowanej matrycy dokonam wartościowania, przyjmując 3-stopniową ocenę. Celem tej analizy jest przedstawienie szerokiego kontekstu przemian społecznych, ekonomicznych i przestrzennych, które mają wpływ na współczesną przestrzeń publiczną miast, a zwłaszcza na jej prywatyzację i komodyfikację. Studia te zobrazowane są danymi liczbowymi dotyczącymi funkcji miejskich przestrzeni, pokazującymi dynamikę i kierunki przemian (trendy).

Aby opisać, jak poddane komodyfikacji piesze przestrzenie różnią się funkcjonalnie od siebie nawzajem, a także od rzeczywistych (a więc niepoddanych komercjalizacji i

komodyfikacji) pieszych przestrzeni publicznych, posłużę się też, podobnie jak Margaret Kohn (Kohn, 2004), **konceptcją Lawrence’a Lessinga (Lessing, 2001)**, prawnika, którego obszarem badań i działalności zawodowej są prawa autorskie. **Wyróżnił on trzy warstwy każdego przekazu informacyjnego: warstwę fizyczną, warstwę kodu oraz warstwę zawartości.** Według niego każda z tych warstw może być kontrolowana lub wolna, przy czym jako „wolną” autor rozumie pełną dostępność bez opłat lub licencji. W oparciu o wspomniany system warstw stworzył on przykładowe zestawienie, pokazujące stopień kontroli obszarów przestrzeni społecznej. Zaproponowana przez niego metoda porównawcza cechuje się bardzo dużą uniwersalnością – można zastosować ją tak do przestrzeni fizycznych, w których, jak wspomniałem powyżej, przekazywanie informacji odgrywa jedną z kluczowych ról, jak i do nowoczesnych mediów elektronicznych<sup>4</sup>. Za pomocą tych samych kryteriów dokonam analizy porównawczej zaprezentowanych pieszych przestrzeni miejskich, co pozwoli ocenić stopień ich kontroli i dostępności, jak i zawłaszczenia przez kapitał.

**Dla celów analizy porównawczej prezentuję sześć wybranych przykładów pieszej przestrzeni publicznej, ilustrujących na różne sposoby zjawisko zawłaszczenia przez kapitał, o różnej etiologii i przebiegu.** Prezentacja przypadków kończy się podsumowaniem, w którym skrótowo przedstawiam różnice funkcjonalne między nimi, w zależności od poziomu ich prywatyzacji i komodyfikacji. Na tej podstawie poprzez indukcje będzie możliwe sformułowanie ogólnych wniosków, które potwierdzą główną tezę niniejszej pracy.

W teoretycznej części pracy prezentuję też szeroki kontekst społeczno-kulturowy przemian współczesnej przestrzeni publicznej, kładąc nacisk na interdyscyplinarność źródeł. W poszukiwaniu różnych ujęć problemu sięgam do prac nie tylko autorów zajmujących się architekturą czy planowaniem przestrzennym, ale także socjologów miasta, geografów, ekonomistów i filozofów.

---

<sup>4</sup> W swej pracy Lessing przeanalizował tą metodą przestrzeń Madison Square Garden, system telefonii oraz telewizję kablową (Lessing, 2001).

#### 1.4. Stan badań nad miejską przestrzenią publiczną

Miasto i jego mieszkańcy są obiektem badań dla bardzo wielu dyscyplin nauki. Próbuje opisać je socjologia, urbanistyka i planowanie przestrzenne, a także geografia społeczna i ekonomia. Zrozumienie teorii opisujących mechanizmy powstawania i funkcjonowania miasta ma duże znaczenie dla właściwego opisu miejskiej przestrzeni publicznej.

Przedstawiając najważniejsze dla formułowanych w tej pracy założeń i tez badania warto podzielić dostępne opracowania na dwie grupy. Pierwsza to prace teoretyczne, badające społeczeństwo miejskie i jego wpływ na tkankę miasta – a także na jego przestrzenie publiczne. Badania w tej grupie prowadzone są głównie przez socjologów miasta, geografów społecznych i filozofów. Drugą grupę stanowią prace kładące większy nacisk na fizyczne składniki przestrzeni (czy wręcz jej funkcje, kompozycję i estetykę), które stawiają sobie praktyczne cele – a więc opisanie sposobów (wręcz recept) jak najlepszego jej kształtowania<sup>5</sup>. Przedstawicielami tego praktycznego nurtu są zwykle architekci, urbaniści i planiści.

Z pierwszej grupy teoretyków trzeba wymienić socjologa i filozofa Jurgena Habermasa, autora klasycznego dziś dzieła z 1962 roku *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej* (Habermas, 2007), w którym podejmuje on próbę zdefiniowania genezy i właściwości sfery publicznej – także w nawiązaniu do przestrzeni miejskich. To on pierwszy położył nacisk na kluczową cechę tej sfery – a więc dostępność – a także nakreślił rys historyczny powstania społecznego dyskursu w przestrzeni miejskiej. Nawiązania do jego pracy można znaleźć w większości publikacji socjologicznych dotyczących miasta i przestrzeni publicznych.

Rok wcześniej niż Habermas, bo w 1962 roku, publikuje swą książkę *The Death and Life of Great American Cities* pisarka i aktywistka społeczna Jane Jacobs. Ta publikacja wywarła bardzo duży wpływ tak na teorię z zakresu socjologii miasta, jak i na planowanie przestrzenne – i wpływ ten jest wciąż widoczny. W publikacji tej zawarła ona

---

<sup>5</sup> Problemem może w tym przypadku być zdefiniowanie beneficjentów takich działań, bowiem np. estetyzacja przestrzeni nie zawsze poprawia jej funkcje społeczne. Omawiam ten problem w dalszej części pracy.

krytykę rozrostu przedmieść, dominującej roli transportu samochodowego, po raz pierwszy kładąc nacisk na rolę ciągów pieszych i miejskich chodników jako miejsca spotkań i areny społecznych interakcji. J. Jacobs przedstawiła też krytykę ówczesnego modernistycznego planowania przestrzennego, opartego na separacji funkcjonalnej. Propagowała humanistyczną skalę miasta i mieszanie funkcji zabudowy (tzw. zabudowę *mixuse*).

Naukowcem, który w latach 70. XX wieku badał zjawiska występujące w przestrzeni miejskiej, w nowatorski sposób wykorzystując do tego celu marksistowską teorię produkcji i przepływu kapitału, był Henri Lefebvre. W swych książkach i publikacjach, z których do najważniejszych należą *La révolution urbaine* z 1970 roku oraz *La production de l'espace* z 1974 roku, opisuje i formułuje pierwsze definicje społeczeństwa miejskiego, wywodząc przemiany miasta z ewolucji stosunków społecznych. Wprowadza też do nauki tak często dziś dyskutowane sformułowanie *prawa do miasta*, które wydaje się kluczowe w dyskusji o miejskich przestrzeniach publicznych.

W tej samej tradycji intelektualnej swoje badania osadził inny socjolog miasta Manuel Castells (studiował też prawo i ekonomię). Bazując na fundamentach intelektualnych koncepcji Lefebvre'a, badał on procesy powstawania i rozwoju miast, polityki miejskiej i podstaw planowania przestrzennego. Szczególne miejsce w prowadzonych przez niego badaniach zajmują działania tzw. ruchów miejskich i ich rola w „oddolnym” kształtowaniu miasta. Analizował też powstanie metropolii i ich ewolucję.

Badaczem, który kontynuuje opis współczesnego miasta bazując na fundamentach teoretycznych Lefebvre'a i Castellsa, wykorzystując do tego celu ten sam wywodzący się z filozofii Marksa aparat pojęciowy, jest amerykański geograf i antropolog David Harvey. Jego książka *Bunt miast* (Harvey, 2012) przynosi niesłychanie wnikliwą analizę wpływu procesu akumulacji kapitału na środowisko miejskie. D. Harvey szczegółowo opisuje także zjawiska związane z globalną ekonomią, które zmieniają stosunki społeczne i przestrzeń miejską – a zwłaszcza przestrzeń publiczną. W innych książkach tego autora (*A brief history of Neoliberalism* z 2005, *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism* z 2010 roku, *Seventeen Contradictions and the End of Capitalism* z 2014 roku) można znaleźć doskonałą analizę współczesnej globalnej gospodarki i wnikliwą krytykę wszechobecnego liberalizmu.

Badaczem piszącym w podobnym, choć mniej radykalnym tonie jest Mark Gottdiener. Podejmuje on wyzwanie, jakim jest uwspółcześnienie i pogodzenie teorii Lefebvre'a i Castellsa, w swej książce *The Social Production of Urban Space* (Gottdiener, 1985). Ten sam autor analizuje też procesy sztucznego nadawania znaczenia (ang. *theming*) zachodzące we współczesnym społeczeństwie. Z wynikami tej analizy można się zapoznać w jego książce *The Theming of America. American Dreams, Media Fantasies, and Themed Environment* (Gottdiener, 2001). Bardzo ważną publikacją tego autora jest też *Public Space – The Management Dimension*, napisana wspólnie z Claudio de Magalhãesem oraz Leo Hammondem. W książce tej autorzy nie tylko przeprowadzają wyczerpujący opis funkcji przestrzeni publicznej w tkance miasta i definiują jej typologię, ale też analizują metody tworzenia przestrzeni publicznej oraz zarządzania nią we współczesnych metropoliach.

Bardziej praktyczne zagadnienia związane z presją kapitału na przestrzeń miejską – zwłaszcza w specyficznych warunkach amerykańskich – bada i opisuje geograf Don Mitchell. Jego prace dotyczą przede wszystkim kwestii wolności jednostek w przestrzeni publicznej miasta oraz zjawisk związanych z prywatyzacją przestrzeni miejskiej. Można w nich znaleźć ciekawe przykłady walki społecznej o dostęp do przestrzeni oraz analizy stosunków pomiędzy użytkownikami przestrzeni a władzą. Opublikował on szereg publikacji, z których warto wymienić choćby *The Right to the City. Social Justice and the Fight for Public Space* z 2003 roku czy *The People's Property: Power, Politics and the Public* z 2008. Podobnej tematyce poświęcone są dwie monografie wydane za oceanem: *Variations on a Theme Park. The New American City and the End of Public Space* pod redakcją Michaela Sorkina, zawierającą głęboką krytykę przemian przestrzeni publicznych za oceanem, oraz *The Politics of Public Space* z 2006, pod redakcją Neila Smitha oraz Sethy Low. Ta ostatnia autorka, profesor antropologii i psychologii środowiskowej, napisała również wspomnianą już książkę *Behind the Gates – Life, Security and the Pursuit of Happiness in Fortress America*, w której za pomocą ankiet i wywiadów z mieszkańcami próbuje nakreślić obraz społeczności amerykańskich osiedli grodzonych i przedstawić powody powstawania takich osiedli.

Jedną z kluczowych dla tej pracy analiz przestrzeni publicznej w ujęciu socjologicznym można znaleźć w książce amerykańskiej socjolog miasta Lyn H. Lofland, wydanej pod tytułem *The Public Realm. Exploring the City's Quintessential Social*



*Territory* (Lofland, 2007). Autorka niezwykle precyzyjnie definiuje podstawowe funkcje użytkowe przestrzeni publicznej, a także opisuje zagrożenia, jakie wiążą się z jej prywatyzacją i kontrolą (w tym specyficzną *kontrolą przez design*), i przeprowadza wiele interesujących analiz funkcjonalnych, estetycznych czy społecznych, które pomagają zrozumieć mechanizmy zachodzące w pieszych obszarach miasta.

Innym ważnym socjologiem amerykańskim jest George Ritzer, autor pojęcia *macdonaldyzacji*, który napisał m.in. znaną książkę *Magiczny świat konsumpcji* (Ritzer, 2001), stanowiącą jedno z podstawowych źródeł w niniejszej pracy. Pomocny w porządkowaniu pojęć i zrozumieniu mechanizmów użytkowania przestrzeni jest też Ray Oldenburg, który w książce *The Great Good Place. Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and other Hangouts at the Heart of a Community* definiuje społeczną potrzebę miejsc socjalizacji.

Z polskich socjologów podejmujących badania nad miastem chyba najbardziej znanym jest Bohdan Jałowiecki, który w swej przekrojowej książce *Społeczne wytwarzanie przestrzeni* (pierwsze wydanie z lat 70. XX w., następne w roku 2010) przedstawia analizę przestrzeni miasta w ujęciu socjologicznym, bazując na teoriach m.in. wspomnianych powyżej Lefebvre'a i Castellsa. Inna książka tego autora, obszerna monografia pod tytułem *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej* (Jałowiecki i inni, 2009), prezentuje podstawowe teorie z zakresu socjologii miasta powstałe w XX wieku, definiuje pojęcia i w ujęciu socjologicznym ujmuje historię rozwoju osadnictwa. Jest to pozycja ważna dla tej pracy, pomocna w uporządkowaniu podstaw teoretycznych i aparatu pojęciowego.

W ostatnim czasie wydano też w Polsce kilka innych, bardzo interesujących monografii, które bezpośrednio wiążą się z tematyką niniejszego opracowania. Pierwsza z nich to wydana w 2011 roku praca Marka Nowaka oraz Przemysława Plucińskiego, socjologów związanych z Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, pod tytułem *O miejskiej sferze publicznej. Obywatelskość i konflikty o przestrzeń*. Jest to bardzo ważna pozycja, w której autorzy (głównie socjologowie miasta) poruszają całe spektrum tematów – od wyjaśnienia podstawowych pojęć socjologii miasta w oparciu o najnowsze publikacje światowe, poprzez artykuły analizujące funkcje miejskiej przestrzeni publicznej, aż do rozważań na temat praw do przestrzeni i walki o jej odzyskanie.

Podobną tematykę porusza wydana rok później książka *Rynki, malle i cmentarze. Przestrzeń publiczna miast śląskich w ujęciu socjologicznym*, autorstwa Krzysztofa Bierwiaczonka, Barbary Lewickiej i Tomasza Nawrockiego (Bierwiaczonek i inni, 2012), socjologów z Uniwersytetu Śląskiego. Książka zawiera bardzo interesujące wprowadzenie, w którym autorzy definiują podstawowe pojęcia (w tym samej przestrzeni publicznej), oraz część analityczną, która zawiera wyniki ich badań, dotyczących wybranych przestrzeni publicznych z terenu Śląska. Badacze ci zajmują się jakością przestrzeni i sposobem jej odczuwania i oceniania przez użytkowników. Poruszają też tematy związane z przestrzeniami ściśle komercyjnymi oraz grodzonymi.

Te ostatnie badał też Jacek Gądecki, czego rezultatem jest książka *Za murami. Osiedla grodzone w Polsce – analiza dyskursu*. Właściwie wszystkie wymienione powyżej monografie wykorzystują jako metodę badań obserwację socjologiczną (ewentualnie ankiety). Nie poddaje się w nich analizie samej przestrzeni, jej estetyki, funkcji czy elementów wyposażenia.

Z badań analizujących miasto i jego przestrzenie publiczne w wymiarze praktycznym należy wymienić przede wszystkim prace Jana Gehla: *New City Spaces* (Gehl i inni, 2000), *Public Spaces, Public Life* (Gehl i inni, 2004), *New City Life* (Gehl, 2006) i w końcu *Cities for People* (Gehl, 2010). Gehl – architekt i urbanista – omawia zmiany, jakie zaszły w przestrzeni publicznej miast od początku wieku XX. Jego badania, oparte na wnikliwej obserwacji prowadzonej w długich okresach czasu, stały się podstawą do opracowania jasnych kryteriów podziału przestrzeni oraz ludzkich aktywności w mieście. Jako architekt i praktyk (prowadzi biuro konsultujące projekty na całym świecie) J. Gehl był w stanie określić również podstawowe zasady projektowania przestrzeni pieszej, tak by uczynić ją atrakcyjną dla użytkowników i sprzyjającą realizacji jej najważniejszej funkcji – spotkaniu.

Podobnie praktyczne rady można znaleźć też w publikacjach i działaniach organizacji *Project For Public Space*. W Polsce opublikowano podręcznik *Jak przetworzyć miejsce – podręcznik kreowania udanych przestrzeni publicznych* (internetowe)<sup>6</sup>, będący

---

<sup>6</sup> Dostępne do pobrania pod adresem:  
[www:http://www.mck.pk.edu.pl/panel/dokumenty/PPS,%20Jak\\_przetworzyc\\_miejsce.pdf](http://www.mck.pk.edu.pl/panel/dokumenty/PPS,%20Jak_przetworzyc_miejsce.pdf) (dostęp: 10.02.2015).



skryptem pomagającym w analizie wskazanego obszaru i określaniu sposobów jego naprawy. Publikacja zawiera też dobrze przygotowany zestaw metodologiczny, łącznie z gotowymi ankietami, tabelami obserwacji, kwestionariuszami itp. Trzeba wspomnieć, że autorzy podręcznika wspierają działania i projekty, traktując jako nadrzędne potrzeby lokalne – niejako niezależnie od ogólnych planów i wizji władz. Minusem jest skupianie się na wizualnych i użytkowych aspektach projektowania, z mniejszym naciskiem na analizę i rozwiązywanie problemów społecznych.

Projektowanie przestrzeni publicznych wiąże się z mało rozpowszechnionym w polskiej praktyce *projektowaniem urbanistycznym* (ang. *urban design*) – czyli projektami planistycznymi w mniejszej skali, których celem jest rozwiązywanie lokalnych problemów – takich jak tworzenie miejsc dla lokalnych mieszkańców i użytkowników w sposób integrujący społeczność. Doskonałym przekrojowym podsumowaniem zarówno teorii, jak i praktyki takich działań jest wydana po raz pierwszy w 2003 roku praca *Public Places – Urban Spaces. The Dimensions of Urban Design*. Opisuje się w niej projektowanie w różnych wymiarach – psychologicznym, morfologicznym, społecznym, wizualnym i funkcjonalnym. Autorzy zajęli się także praktyczną stroną realizacji projektu, w tym kontrolą jego realizacji i komunikacją z przyszłymi użytkownikami. Szczególnie interesujące są zagadnienia związane z odczuwaniem przestrzeni i miejsca, odkrywające sekrety poszczególnych miejsc (tzw. *genius locci*). Podobną tematykę poruszają też polscy autorzy, np. Krystyna Paprzyca (Paprzyca, 2008), która opisuje związek między jakością przestrzeni a jej wartością w kontekście społecznym. Wagę dla tej pracy ma też krótki tekst tej samej autorki *Martwe przestrzenie publiczne* (Paprzyca, 2014), w którym opisuje ona zjawisko powstania w mieście obszarów pozbawionych społecznego znaczenia i ludzkich interakcji (nie-miejsc), uwzględniając szerszy kontekst przemian ekonomicznych.

Z nowych publikacji polskich urbanistów bardzo interesująca wydaje się składająca się aż z 25 tekstów monografia pt. *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych* pod redakcją Piotra Lorensa oraz Justyny Martyniuk-Pęczek (Lorens i inni). Jest to praca redagowana przez planistów i architektów, a zatem w przedstawionych analizach problematyka społeczna częściej odnoszona jest wprost do fizycznej miejskiej przestrzeni. Praca ta, podobnie jak poprzednia, porusza wiele tematów, ma jednak bardzo klarowną konstrukcję. Artykuły podzielono na trzy główne grupy – pierwszą stanowią teksty

teoretyczne (zamieszczono tu analizy przemian przestrzeni publicznej w ostatnich latach z odniesieniem do socjologii, filozofii czy ekonomii); drugą bardziej praktyczną – teksty, które odnoszą się do sposobów kształtowania przestrzeni i zagadnień projektowych; trzecią – teksty analizujące konkretne przykłady.

Inną bardzo ciekawą monografią jest *Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego* pod redakcją M. Kochanowskiego (Kochanowski, 2005), gdzie można znaleźć bardzo interesujące teksty, m.in. poruszające zagadnienia tematyzacji (Lorens) czy przestrzeni publicznych w perspektywie tzw. Nowego Planowania (Gzell). Niedawno wydana książka tego ostatniego autora pt. *Wykłady o współczesnej urbanistyce* (Gzell, 2015) pozwala dobrze zrozumieć ww. zagadnienia w kontekście współczesnej teorii urbanistycznej. Bardzo przydatne okazały się także teksty *Komercjalizacja przestrzeni a kompozycja urbanistyczna* (Gzell, 2008) oraz *Przestrzeń publiczna jako element tworzący miejskie społeczności* (Gzell, 2011), bezpośrednio nawiązujące do tematyki niniejszej pracy.

Poza wyżej wspomnianymi pracami, ściśle związanymi z tematyką miasta i przestrzeni publicznej, powstała też ogromna ilość tekstów filozoficznych, historycznych, ekonomicznych czy geograficznych, które zawierają nawiązania do tej tematyki lub cenne informacje pozwalające na zrozumienie opisywanych zjawisk. Jedną z najbardziej inspirujących jest książka amerykańskiego historyka Tony’ego Judta *Źle ma się kraj. Rozprawa o naszych współczesnych bolączkach* (Judt, 2011), w której autor opisuje negatywne przemiany społeczeństwa ostatnich lat – w tym rozpad lokalnych społeczności i zanik wspólnych celów społecznych oraz przestrzeni publicznych, postępującą komercjalizację i komodyfikację. Przy próbach wyjaśnienia powodów takiego kierunku przemian społecznych – a także zrozumienia źródeł współczesnego konsumpcjonizmu – ważna może okazać się także książka Guya Deborda *Społeczeństwo spektaklu oraz rozważania o społeczeństwie spektaklu* (Debord, 2006), a także *Symulakry i symulacja* Jeana Baudrillarda. Wśród polskich autorów należy wymienić Krzysztofa Nawratka i jego książkę *Miasto jako idea polityczna* (Nawratek, 2008), przedstawiającą odmienne spojrzenie na miasto i jego mieszkańców. Nawratek prezentuje też bardzo radykalne poglądy na przestrzeń publiczną i jej rolę (a według niego właściwie jej brak) w usieciowionym społeczeństwie informatycznym.

Powyżej przedstawione wyniki badań i publikacje stanowią bazę piśmienniczą niniejszej pracy, w oparciu o którą możliwe jest zarysowanie kontekstu społeczno-kulturowego przemian współczesnej przestrzeni publicznej w zglobalizowanym świecie.

## Rozdział 2.

### Zdefiniowanie podstawowych pojęć

#### 2.1. Pojęcie przestrzeni publicznej

Zagadnienie i samo określenie *przestrzeni publicznej* jest szerokie. Pojawia się nie tylko w architekturze i urbanistyce, ale również – a może zwłaszcza – w naukach społecznych, takich jak socjologia, psychologia, geografia, filozofia, a także historia czy nauki związane z ekonomią i marketingiem. Na wstępie konieczne jest przedstawienie definicji podstawowych pojęć – takich jak *przestrzeń publiczna* czy *komodyfikacja* – na gruncie wybranych dziedzin nauki, którymi to definicjami posługuję się w niniejszej pracy.

Prawdopodobnie najbardziej znana architektom i urbanistom definicja *przestrzeni publicznej* pochodzi z Ustawy z dnia 27 marca 2003 r. „O planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym” (Dz.U. 2003 nr 80 poz. 717), która mówi, iż jest to:

obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokojenia potrzeb mieszkańców, poprawy jakości ich życia i sprzyjający nawiązywaniu kontaktów społecznych ze względu na jego położenie oraz cechy funkcjonalno-przestrzenne<sup>7</sup>.

Definicja ta odnosi się do zagadnienia tworzenia Planów Miejsowych Zagospodarowania Przestrzennego, a zarazem ma charakter ogólny i nie precyzuje, które cechy przestrzeni są kluczowe dla uznania jej za „publiczną”. Bardziej precyzyjna jest definicja sformułowana na potrzeby powstałej w 2009 roku Karty Przestrzeni Publicznej:

dobro wspólnie użytkowane, celowo kształtowane przez człowieka, zgodnie ze społecznymi zasadami i wartościami – służące zaspokojeniu potrzeb

---

<sup>7</sup> Art. 2 ust. 6 z Ustawy z dnia 27 marca 2003 r. „O planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym” (Dz.U. 2003 nr 80 poz. 717).

społeczności lokalnych i ponadlokalnych. O publicznym charakterze przestrzeni decyduje zbiorowy sposób jej użytkowania<sup>8</sup>.

Trzeba zauważyć, że definicja ta nawiązuje do pojęcia *dobra wspólnego* (ang. *Common Good*), o którym wspomina też w swych pracach David Harvey (wątek ten będzie podjęty bardziej szczegółowo w dalszej części niniejszej pracy). Autorzy Karty podkreślają strategiczną wartość przestrzeni publicznej w organizmie miejskim:

Przestrzeń publiczna jest dobrem posiadającym nie tylko specyficzne cechy użytkowe, ale też miejscem transmisji różnych produktów materialnych i niematerialnych zaspokajających różnorodne potrzeby. Z tego względu jest dobrem i zasobem o strategicznym znaczeniu dla społeczności lokalnych.

Karta jest owocem pracy interdyscyplinarnej grupy naukowców. Na polskim gruncie stanowi dokument, który dla architektów i urbanistów nie tylko może być podstawą dla definiowania przestrzeni publicznej, ale również dawać wytyczne do jej ochrony i użytkowania.

Powyższe próby definiowania zagadnienia nie wyczerpują tematu. W niniejszej pracy często korzystam z aparatu pojęciowego stworzonego na gruncie socjologii miasta, której przedstawiciele również posługują się pojęciem *przestrzeni publicznej*. Równolegle używam pojęć pokrewnych (czy też komplementarnych) – takich jak *sfera publiczna* oraz *przestrzeń społeczna*. Niestety, zdarza się często, że autorzy (zwłaszcza polscy) traktują te pojęcia jako tożsame, co sprzyja niewłaściwym interpretacjom i utrudnia przełożenie teorii społecznych na kanwę zagadnień przestrzennych dotyczących miasta. Aby spróbować wyjaśnić dwa pierwsze pojęcia i wskazać na różnice między nimi, posłużę się wpięrcw zwięzłymi definicjami pochodzącymi z pracy M. Nowaka i P. Plucińskiego, gdzie *sfera publiczna*:

[...] oznacza dziedzinę działań dyskursywnych, zakotwiczonych w języku jako narzędziu koordynacji komunikacyjnej. Jest to więc dziedzina, w której rozprawiamy na tematy zdefiniowane przez nas samych, które wcześniej przyjęliśmy za publiczne. Przestrzeń publiczna ma charakter przede wszystkim

---

<sup>8</sup> Treść Karty Przestrzeni Publicznej dostępna pod adresem internetowym: [http://www.tup.org.pl/download/2009\\_0906\\_KartaPrzestrzeniPublicznej.pdf](http://www.tup.org.pl/download/2009_0906_KartaPrzestrzeniPublicznej.pdf) (dostęp: 15.05.2015).

fizyczny – oznacza miejsca powszechnie dostępne, do których dostęp jest względnie niewyłączający (Pluciński i inni, 2011 str. 14).

W powyższej, bardziej interesującej nas definicji ważne są dwa aspekty. **Po pierwsze mowa tu o przypisaniu przestrzeni publicznej aspektu fizycznego.** W dobie obecnego rozwoju technologii informatycznej takie stwierdzenia mogą się wydawać kontrowersyjne – pociągająca jest przecież wizja rozszerzenia przestrzeni publicznej na obszary rzeczywistości wirtualnej (w tym także trójwymiarowej, jak choćby światy „Second Life”). W dalszej części niniejszej pracy przedstawię jednak mocne argumenty na rzecz łącznego traktowania przestrzeni publicznej i fizycznej przestrzeni miejskiej (placów, pasaży i ulic). **Drugim aspektem jest dostępność przestrzeni publicznej.** Trzeba podkreślić, że dostępność okazuje się też podstawową cechą całej sfery publicznej (czyli pojęcia szerszego), o czym następująco pisał J. Habermas:

Niezbędnym spoiwem obywatelskiej sfery publicznej jest zasada powszechnego dostępu. Sfera publiczna, z której określone grupy miałyby być wykluczone, nie jest jedynie niekompletna; przestaje być w ogóle sferą publiczną (Habermas, 2007 str. 188).

Akcentujące sprawę dostępności definicje przestrzeni publicznej pojawiają się także u innych autorów, przy czym warto przytoczyć tu ciekawe i wyczerpujące ujęcie stworzone przez architekta i urbanistę – dr. hab. arch. Piotra Lorensa (Lorens i inni, 2010), która bezpośrednio wiąże pojęcie *przestrzeni publicznej* z miastem i jego przestrzenią. Podobnie kluczowe okazują się tu aspekty fizyczności i dostępności:

Przestrzenią publiczną nazywać więc będziemy ten fragment przestrzeni miejskiej, który – poprzez sposób swojego urządzenia oraz lokalizację w strukturze urbanistycznej – jest przeznaczony na potrzeby realizacji bezpośrednich kontaktów pomiędzy uczestnikami życia społecznego oraz na inne potrzeby społeczne korzystających z niego zbiorowości, **pozostając jednocześnie fizycznie dostępnym dla wszystkich zainteresowanych osób** [pogr. – M.G]. Fizyczna dostępność przestrzeni może być ograniczana czasowo z uwagi na kwestie bezpieczeństwa bądź sposób organizacji jej wykorzystania (Lorens i inni, 2010 str. 10).

Reasumując, dostępność jest jednym z kluczowych zagadnień podjętych w niniejszej pracy. Warto zwrócić uwagę, że przyjęte definicje nie odwołują się w żaden

sposób do kryterium stosunków własnościowych, podkreślając jedynie możliwość swobodnego dostępu do fizycznego obszaru „możliwie swobodnego”, „względnie niewyłączającego”. Obie definicje z konieczności dopuszczają też jakieś formy ograniczenia tego dostępu. Prawdziwa, fizyczna miejska przestrzeń publiczna dzięki swej powszechnej dostępności może spełniać szereg ważnych funkcji społecznych. W rzeczowy sposób usystematyzowała je w swej książce Lyn H. Lofland (Lofland, 2007), które to zestawienie będzie omówione w dalszej części pracy.

## 2.2. Systematyka współczesnych przestrzeni publicznych ze względu na funkcje i uwarunkowania społeczne.

Współczesne przestrzenie piesze, poprzez wielość form i funkcji bardzo trudno poddają się systematyzacji. Udane próby, biorące pod uwagę różne czynniki dywersyfikujące (w tym np. czynniki fizyczne, doświadczanie przestrzeni, relacje władzy i kontroli, sposób zaangażowania użytkowników, strategię wykluczenia itd.) wymienia w swej książce Carmona (Carmona i inni, 2008 str. 61). **Dla potrzeb, jak i celów niniejszej pracy klasyfikacja przestrzeni publicznej ze względu na jej formę przestrzenną wydaje się mniej istotna niż typologia oparta na funkcjach**, uwzględniająca m.in. sposoby partycypacji.

Warto wyróżnić tu podział współczesnych przestrzeni pieszych biorący pod uwagę relację użytkowników z przestrzenią (która to relacja ma, według autorów, bezpośredni wpływ na jakość życia jednostek), pochodzący z publikacji *Public spaces, social relations and well-being in East London* (Dines i inni, 2006 strony 26-27). Wyróżniono w nim cztery kategorie, przy czym można przyjąć, że wybrane miejsca mogą należeć do więcej niż jednej z nich:

Autorzy tej pracy wskazują też na możliwość pojawienia się negatywnego aspektu przestrzeni publicznej, czyli przejawiania się w ich obrębie zachowań wrogich, takich jak jawny rasizm (Dines i inni, 2006 strony 26-27).



Tab. 1. Podział współczesnych przestrzeni pieszych za: Dines i inni, 2006, strony 26-27.

Lp.	Nazwa kategorii	Opis kategorii
1.	<b>miejsca codzienne</b> ( <i>everyday places</i> )	miejsca, w których przebywamy regularnie (najbliższe otoczenie, droga do pracy, lokalny park, bazar w pobliżu), tworzące naszą codzienną rzeczywistość i przestrzeń interakcji.
2.	<b>znaczące miejsca</b> ( <i>places of meaning</i> )	miejsca, które tworzą w nas „poczucie przynależności” (ang. <i>a sense of belonging</i> ). Chodzi tu tak o przestrzeń, które wiążą się z naszym kształtowaniem się jako człowieka, jak i miejsca pamięci, tworzące strukturę symboliczną miasta (np. pomniki, miejsca pamięci).
3.	<b>środowiska socjalizacji</b> ( <i>social environments</i> )	przestrzeń interakcji, które z różnych względów mają zdolność do jednoczenia ludzi ( <i>to bring people together</i> ), są miejscem wytchnienia od codziennych zajęć i dają poczucie wspólnoty ( <i>community</i> ).
4.	<b>miejsca ucieczki</b> ( <i>places of retreat</i> )	miejsca, które pozwalają użytkownikom na samotność lub pozostawanie w małej grupie (co jest specyficzne dla nastolatków). Wyróżniono tu dwie podgrupy: miejsca refleksji (np. cmentarze) oraz miejsca ucieczki od presji codziennego życia (może to być przestrzeń centrum rozrywki lub park).

Innym interesującym podziałem przestrzeni publicznych jest stworzona przez badacza przestrzeni Los Angeles Stevena Flusty’ego klasyfikacja przestrzeni miejskich ze względu na strategie wykluczenia, bazująca na realiach amerykańskich (Flusty, 1963 str. 17):



Tab. 2. Podział współczesnych przestrzeni publicznych za: Flusty, 1963 str. 17.

Lp.	Nazwa kategorii	Opis kategorii
1.	<b>przestrzeń potajemne</b> <i>stealthy space</i>	Miejsca, których nie można znaleźć, przestrzeń zakamuflowane, ukryte, najczęściej zasłaniane przed widokiem osób postronnych
2.	<b>przestrzeń zagmatwane</b> <i>slippery space</i>	Przestrzeń, do których dotarcie jest utrudnione poprzez zbyt skomplikowany dostęp lub luki na drodze.
3.	<b>przestrzeń nieprzystępne</b> <i>crusty space</i>	Przestrzeń, do których dostęp blokują fizyczne przeszkody, takie jak kraty, mury, punkty kontrolne itp.
4.	<b>przestrzeń kolczaste</b> <i>prickly space</i>	Przestrzeń, których nie można łatwo zająć ( <i>occupy</i> ), ze względu na fizyczne zabezpieczenia, takie jak np. automatyczne spryskiwacze zraszające trawniki, co zabezpiecza przed dłuższym piknikowaniem lub ławki wyposażone w elementy uniemożliwiające leżenie i spanie.
5.	<b>przestrzeń drżące</b> <i>jittery space</i>	Przestrzeń, w których nie można uniknąć obserwacji, obszary pod ciągłym monitoringiem ochrony (elektronicznym lub bezpośrednim).

Generalną typologię przestrzeni publicznej można znaleźć także w pracach Gehla (Gehl i inni, 2000 str. 87), który wyróżnił pięć podstawowych typów przestrzeni, przy czym autor ten brał pod uwagę jedynie przestrzeń otwartą, tj. główne rynki miejskie, place rekreacyjne, promenady, place komunikacyjne i place monumentalne. Jest to podział niedostateczny z punktu widzenia celów tej pracy, gdyż nie uwzględnia przestrzeni hybrydowych, tak zamkniętych, jak i otwartych (Kohn, 2004) (Rochmińska, 2014) (Nissen, 2008). Z tego powodu **najwłaściwszym ujęciem wydaje się bardziej kompletny podział**

zaproponowany w 2015 roku przez polskich autorów Bierwiazonka, Lewicką i Nawrockiego (Bierwiazonka i inni, 2012 strony 37-39), który uwzględnia, jak piszą sami jego twórcy, także „przestrzenie prywatne, jednak publiczne w sensie społecznym”. W swej pracy wyróżnili oni siedem podstawowych kategorii (niektóre zawierające dodatkowe podkategorie):

Tab. 3. Podział współczesnych przestrzeni publicznych za: Bierwiazonka i inni, 2012 strony 37-39.

Lp.	Nazwa kategorii	Opis kategorii
1.	<b>rynki i place miejskie</b>	Tradycyjne miejskie przestrzenie publiczne, związane szczególnie z miejskim centrum. W tej kategorii autorzy zwracają uwagę na dwie dodatkowe klasy: place targowe (czyli te obszary, w których zachodzi wymiana handlowa) oraz miejsca pamięci (pełniące rolę symboliczną, ale też mieć specyficzne znaczenie dla lokalnej społeczności).
2.	<b>ulice</b>	Autorzy zwracają uwagę, że tylko niektóre ulice stanowią przestrzeń publiczną w sensie społecznym. Największe znaczenie mają ulice z ograniczonym lub zamkniętym ruchem kołowym. Jest to kategoria bardzo pojemna i należy pamiętać, że inne funkcje pełnią ulice mające postać bulwarów, alej, zaułków itp., stanowiące przestrzeń miejskiej rekreacji.
3.	<b>niezabudowane przestrzenie zielone i rekreacyjne</b>	Szeroka kategoria, którą podzielono na kilka podtypów: 3a – parki miejskie – przestrzenie rekreacji i czasu wolnego 3b – place zabaw 3c – tereny sportowo rekreacyjne – np. boiska, skateparki 3d – przestrzenie otwarte nigdy niezagospodarowane lub zdegradowane 3e – ścieżki spacerowe i rowerowe – ciągi komunikacyjne zarówno w mieście jak na terenach rekreacyjnych, łączące poszczególne obszary publiczne 3f – cmentarze

4.	<b>wybrzeża</b>	tereny rekreacyjne nad brzegami rzek, jezior lub mórz
5.	<b>przestrzeń prywatne w sensie prawnym, ale publiczne w sensie społecznym</b>	<p>szeroko rozumiane przestrzenie ponowoczesnej konsumpcji, połączonej z zachowaniami społecznymi, charakterystycznymi dla tradycyjnych form przestrzeni miejskiej.</p> <p>Wyróżniono tu trzy podkategorie:</p> <p>5a – centra handlowe różnych generacji, aspirujące do przejmowania funkcji centralnych przestrzeni publicznych</p> <p>5b – centra i parki rozrywki.</p> <p>5c – place korporacyjne (tzw. bonus plazas) – czyli partery biurowców lub otoczenie tych budynków, w których tworzone są piesze pasaże, skwery, miejsca spotkań.</p>
6.	<b>miejsca trzecie</b>	Miejsca spotkań i działań społecznych znajdujące się w prywatnym posiadaniu, ale o swobodnym dostępie (mają publiczny charakter). Pojęcie i definicję zapożyczono z prac Raya Oldenburga (Oldenburg, 1989).
7.	<b>przestrzeń lokalne</b>	Przestrzenie, które mogą mieć różny charakter (np. skwery, przestrzenie między budynkami, podwórka), czasem o ograniczonym dostępie.

### 2.3. Pojęcie *przestrzeni społecznej*

Kolejne przytoczone na wstępie pojęcie *przestrzeni społecznej* pojawia się w pracach badaczy [zwłaszcza polskich, m.in. Grażyny Schneider-Skalskiej (Schneider-Skalska, 2012)] związanych z planowaniem przestrzennym, w kontekście przestrzeni fizycznej (chodzi tu np. o wnętrza miejskich kwartałów, obszary wspólne zespołów mieszkaniowych). W mojej pracy posługuję się tym pojęciem inaczej – zgodnie z definicją zaczerpniętą z socjologii, gdzie zakres pojęciowy *przestrzeni społecznej* pokrywa się

zasadniczo z omówionym już uprzednio pojęciem *sfery publicznej*. Przytoczę tu wyjaśnienie Edmunda Wnuka-Lipińskiego:

przestrzeń społeczna, w odróżnieniu od przestrzeni fizycznej, jest konstrukcją analityczną, pozwalającą usytuować względem siebie poszczególne typy aktywności podmiotów sprawczych. Istnieje ona o tyle, o ile w życiu publicznym pojawiają się określone rodzaje działań względnie autonomicznych (i na ogół zbiorowych) podmiotów sprawczych; kurczy się, gdy określone działania zanikają (np. na skutek świadomego działania autorytarnego państwa). [...] W demokracji można analitycznie wyodrębnić przynajmniej cztery typologicznie odmienne rodzaje przestrzeni społecznej: (1) aksjologiczną, (2) polityczną, (3) cywilną i (4) ekonomiczną (Wnuk-Lipiński, 2010: 213).

Takie rozumienie tego pojęcia wydaje się adekwatne na potrzeby mojej pracy, zwłaszcza że podobne wyjaśnienie pojawia się też w przytaczanej przeze mnie literaturze (także w źródłach obcojęzycznych).

#### 2.4. Pojęcia *komercjalizacji* i *komodyfikacji*

Przegląd definicji terminów podstawowych dla niniejszej pracy zakończyć trzeba odniesieniem się do tytułowego pojęcia *komercjalizacja*, który również wywołuje spore trudności semantyczne. Wynikają one z nadania temu wyrażeniu w polskich publikacjach (zwłaszcza dotyczących nauk społecznych, a także w codziennej prasie) znaczenia odmiennego od tego przypisywanego w literaturze angielskojęzycznej terminowi *commercialization*. W języku angielskim bowiem wyrażenie to definiowane jest jako proces wprowadzania nowych, innowacyjnych produktów i technologii do obiegu rynkowego (czyli tzw. komercjalizacja danego produktu). Termin ten występuje głównie w naukach ekonomicznych (ma to miejsce także w Polsce), co powoduje błędne tłumaczenia tekstów, dualizm znaczeniowy i rozmycie granic pojęcia.

Dla potrzeb niniejszej pracy możemy przyjąć, że **przedmiotowe wyrażenie jest pochodną terminu *komercja***, które Słownik Języka Polskiego PWN pod red. Lidii Drabik i Elżbiety Sobol definiuje jako ‘działalność nastawioną jedynie na osiągnięcie zysku; a

także produkty takiej działalności' (hasło: *komercja*, SJP). Taką uproszczoną, słownikową definicję można uznać za wystarczającą na potrzeby niniejszej pracy.

Należy podkreślić, że dużo właściwszym słowem jest **komodyfikacja**, mimo iż w polskich publikacjach występuje dużo rzadziej i dotychczas nie znalazło się w żadnym słowniku języka polskiego. Jest to termin powstały przez spolszczenie angielskiego słowa *comodification*. Wywodzi się ono z teorii ekonomiczno-społecznej Marksa i oznacza wprost 'utowarowienie'. Jego definicja odpowiada utrwalonemu w polskiej kulturze popularnej znaczeniu słowa *komercjalizacja* i można ją sformułować następująco: **przekształcenie wszystkiego, co ma wartość użytkową (w tym rzeczy, idei i wszelkie inne byty, które normalnie nie były rozpatrywane jako towary), na wartość wymienną** (a więc na wyceniany w walucie towar konsumpcyjny). Jak wspomniano, pojęcie *komodyfikacji* nie weszło do oficjalnego zasobu leksykalnego polszczyzny, ale ma swój wąski uzus specjalistyczny. W niniejszej pracy będę się nim posługiwał jako terminem lepiej oddającym meritum zagadnienia.

## 2.5. Sfera publiczna i przestrzeń społeczna a procesy komodyfikacji i komercjalizacji – w stronę przestrzeni hybrydowych

Na potrzeby dalszych rozważań warto podjąć dokonać syntetycznego podsumowania: **łącne funkcjonowanie sfery publicznej i przestrzeni społecznej (które można określić jako wytwarzanie dyskursu, aktywności, działań zbiorowych przez podmioty sprawcze) odbywa się zawsze w jakiejś przestrzeni czy arenie (materialnej, wirtualnej, medialnej lub nawet literackiej), a której nadrzędną cechą jest możliwie szeroka dostępność dla wszystkich uczestników dyskursu.** Jeżeli przestrzeń ta ma właściwość przestrzeni fizycznej (rzeczywistego, trójwymiarowego obszaru), wtedy możemy mówić o przestrzeni publicznej. Przestrzenie o takich cechach położone w śródmieściach miast często określa dodatkowy przymiotnik „miejska” – co oddaje termin ***miejska przestrzeń publiczna***. Ich wartościowanie jest skomplikowane, ale kryteria można z powodzeniem oprzeć na wyróżnionych przez Lofland podstawowych funkcjach przestrzeni publicznej. Ze względu na szczególne uwarunkowania współczesnej rzeczywistości społeczno-ekonomicznej (czego krótki opis nastąpi w kolejnych

rozdziałach), **przestrzeń publiczna jest komodyfikowana, a więc podlega utowarowieniu, którego celem jest przyniesienie zysków inwestorom.** Proces komodyfikacji powoduje zmiany funkcjonalne przestrzeni miejskiej i w konsekwencji określa nową wartość dobra wspólnego, które ona generuje.

Co istotne, sama przestrzeń traci cechy typowej przestrzeni publicznej, stając się obszarem hybrydowym, w którym łączą się w różnych proporcjach cechy przestrzeni prywatnej i publicznej.



## Rozdział 3.

### Krótki rys historyczny – geneza i przemiany miejskiej przestrzeni publicznej

Mimo iż przedmiotem niniejszej pracy nie jest analiza historycznych przemian przestrzeni miejskich, to warto przypomnieć, za Manuelem Castellsem, koncepcję rozwoju miasta przedstawioną przez Henri Lefebvre'a:

Na historię ludzkości składają się następujące po sobie w sposób dość zagmatwany trzy epoki (płaszczyzny lub obszary): rolnicza, przemysłowa i miejska. Miasto polityczne z pierwszej epoki rozwoju ustępuje miastu handlowemu, które z kolei zostaje wyparte przez miasto uprzemysłowione, będące w istocie negacją miasta. Ale na koniec powszechna urbanizacja, wywołana przez uprzemysłowienie, odtwarza miasta na wyższym poziomie [...] (Castells, 1982 str. 94).

Aby wskazać na genezę współczesnej przestrzeni publicznej i zarysować charakter jej dziejowej ewolucji, spróbuję przyjrzeć się tym kilku wyróżnionym okresom w historii miasta. Szczególny akcent położę na aspekty komercyjne, a więc na rolę handlu, wymiany towarowej i konsumpcji w przestrzeni miasta. Omówienie podstawowych dla Lefebvre'a trzech epok – czy też raczej faz rozwoju miasta – poprzedzę krótką analizą miasta antycznego na przykładzie greckiego miasta-państwa polis z jego najważniejszym placem – agorą. Następnie spróbuję szkicowo określić charakterystyczne elementy miasta przedindustrialnego, z jego ulicami, placami targowymi i gruntami wspólnymi (ang. *the Commons*), a także renesansowego, z typowymi dla niego ozdobnymi placami miejskimi.

Kolejną fazą (czy też płaszczyzną lub obszarem, jak pisał Castells), która wymaga omówienia, jest przestrzeń XVIII- i XIX-wiecznego miasta z okresu industrializacji, w której szczególnego znaczenia nabierają reprezentacyjne place, bulwary i chodniki głównych ulic, wraz z kawiarniami i sklepami.



Na koniec przedstawię najważniejsze przemiany w publicznej przestrzeni XX-wiecznego miasta, kładąc szczególny nacisk na powstanie i ewolucję handlu i służących mu obiektów. Oczywiście takie szkicowe omówienie całych epok rozwoju miast i społeczeństw jest ogromnym uproszczeniem. Celem tego ma być jednak naszkicowanie charakteru ewolucji otwartych przestrzeni na przestrzeni wieków, jaka dokonała się w ich wymiarze funkcjonalnym, i co najważniejsze – ścisłych zależności pomiędzy zmianami społeczno-ekonomicznymi a kształtem przestrzeni miejskiej.

### 3.1. Przestrzenie publiczne miast antycznych – greckie polis i ateńska agora

Bardzo wielu autorów uznaje za archetyp miejskiej przestrzeni publicznej grecką agorę<sup>9</sup>. Stad warto się przyjrzeć przestrzeni i funkcji ateńskiej agory w czasach jej świetności, a więc około IV–V wieku p.n.e. Fizycznie agora była dużym, nieregularnym placem u podnóża Akropolu, ulokowanym przy głównej drodze prowadzącej od bram miasta do wzgórza świątynnego. Jej forma przestrzenna była efektem organicznego rozwoju tkanki miejskiej, a nie planowej budowy. Krótki, lecz interesujący opis tej przestrzeni zawarty jest w pracy *Starożytna Grecja* (Pomeroy i inni, 2010 str. 335):

Na [agory – przyp. M.G.] obszarze porzucane były rozmaite budynki użyteczności publicznej. Spośród nich najbardziej charakterystyczny był Tolos, w którym mieściła się siedziba boule i gdzie przechowywano oficjalne wzorce miar i wag. Na agorze mieściły się także siedziby sądów, ołtarze, świątynie, posągi, inskrypcje, fontanny, kanały. Na jej zachodnim krańcu stała dorycka świątynia poświęcona Hefajstosowi, bogowi rzemieślników, lub Tezeuszowi – legendarnemu bohaterowi i królowi Aten. O wiele lepiej niż Partenon oparła się działaniu czasu i nadal jest dobrze zachowana. Agorę otaczały stoy, czyli zadaszone, wielozadaniowe kolumnady. W ich wnętrzu, a także gdzieś między budynkami rozrzucone były sklepiki, stanowiska bankierów, sprzedawców

---

<sup>9</sup> Jako przykłady wspomnianych odwołań do przestrzeni publicznych greckich polis i agory w literaturze przedmiotu niech posłużą choćby publikacje Hannah Arendt (Arendt, 2000), a także wstęp do eseju autorstwa D. D. G. Harveya *The political economy of public space*, czy klasyczna rozprawa autorstwa G. Simmela *Mentalność mieszkańców wielkich miast* (Simmel, 2005).

książek, kupców, szkoły, a wszędzie krzatali się ludzie kupujący i sprzedający rozmaite, potrzebne do życia rzeczy.

Co ważne dla niniejszych rozważań, agora miała bezpośredni związek z ustrojem i organizacją społeczną ówczesnych Aten. Jest uważana za przestrzeń miejską, w której powstały i realizowały się pierwotne formy demokracji. To tam spotykali się bowiem wolni obywatele, by rozprawiać i dyskutować o sytuacji politycznej, ustawodawstwie i władzy:

Agora służyła jako targ, miejsce spotkań w celu wymiany dóbr i nowin oraz jako centralny punkt życia społecznego, politycznego i społecznego (Pomeroy i inni, 2010 str. 352).

Jak wynika ze źródeł, obszar agory był także intensywnie wykorzystywany jako targ. Handel był integralną – a można zaryzykować twierdzenie, że na co dzień dominującą – funkcją przestrzeni otwartych greckich polis, w tym także ateńskiej agory. Greckie polis były bowiem przede wszystkim centrami wszelkiej wymiany, zwłaszcza towarowej:

[...] prawne, komercyjne i edukacyjne działania tworzą z agory ekscytujące miejsce do interakcji z innymi współobywatelami. Ale nawet mocniej agora jest związana z działaniem, które od wieków definiuje społeczność i spędzanie czasu wolnego: z zakupami. W istocie termin *agora* często tłumaczy się jako ‘rynek’ (Orum i inni, 2010 str. 6)

Ustrój polityczny miast greckich wydaje się bardzo daleki od demokracji w dzisiejszym jej rozumieniu. Społeczeństwo było mocno podzielone, a do decydowania o polityce i losie miasta-państwa dopuszczeni byli nieliczni. Ponadto w zgromadzeniach mogli uczestniczyć tylko pełnoletni mężczyźni, których rodzice byli Ateńczykami – a więc obywatele polis. Tylko oni też sprawowali funkcje publiczne, w tym stanowiska urzędnicze (także w aparacie sprawiedliwości). Prawa głosu i uczestnictwa w publicznej debacie, czy wręcz swobodnej obecności w przestrzeni publicznej miasta, całkowicie pozbawione były kobiety. Co więcej, niższy względem mężczyzn status społeczny kobiet podkreślali nawet tacy greccy filozofowie jak Arystoteles czy Platon.

Osobami wykluczonymi byli także kupcy obcego pochodzenia (tzw. *metojkowie*), niemający praw obywatelskich i w konsekwencji niemogący uczestniczyć w życiu

politycznym i władzach. Metojkowie nie mieli nawet praw do nabywania nieruchomości w mieście (Pomeroy i inni, 2010 str. 311). W „kolebce demokracji” kwitło niewolnictwo – nawet niezbyt zamożne rodziny ateńskie posiadały niewolników, całkowicie pozbawionych wszelkich praw.

Opisane tu w wielkim skrócie stosunki społeczne były nierozzerwalnie związane z ówczesną gospodarką i ekonomią greckich polis – dobrobyt pełnoprawnych obywateli, umożliwiający rozkwit filozofii, nauk społecznych czy sztuki osiągnąć był na drodze wyzysku klas niższych, posiadających ograniczone prawa i przywileje. Rzekomo demokratyczna i umożliwiająca nieskrępowany dialog polityczny przestrzeń greckiej agory to raczej zjawisko z pogranicza historii i mitu, a zatem z kategorii zombie<sup>10</sup> – jest obecna jako idea w naukowym dyskursie, ale tak naprawdę nigdy w pełni nie zaistniała w rzeczywistości.

Fizyczna przestrzeń agory była raczej bliższa przestrzeni targowej i dotyczyły jej silne, zakorzenione w ówczesnym społeczeństwie mechanizmy wykluczenia. Biorąc powyższe pod uwagę, agora tylko częściowo spełnia postawowe przesłanki przedstawionej w rozdziale II definicji przestrzeni publicznej – bo choć z pozoru fizycznie dostępna dla wszystkich, to jednak w sferze politycznej prawo do uczestnictwa w praktykach społecznych odbywających się na jej obszarze nie dotyczyło wszystkich i nie objęło dużej liczby mieszkańców miasta.

### 3.2. Przestrzeń publiczna i handel w mieście przedindustrialnym

Zgodnie z przytoczoną koncepcją Lefebvre’a miasto okresu średniowiecza funkcjonalnie jawi się jako centrum wymiany nadwyżek produkcji wiejskiej – a więc szeroko pojętej wymiany towarowej i handlowej, a także przetwórstwa wytworów gospodarstw rolniczych na towary użytkowe. Wymiana i handel leżą u źródeł powstania i

---

<sup>10</sup> Termin *kategoria zombie* wprowadził w swych pracach znany socjolog niemiecki Ulrich Beck. Określił tym mianem pojęcia wciąż występujące (żywe) w dyskursie, jednak które mają bardzo małą wartość dla opisu i wyjaśnienia współczesnych rzeczywistych zjawisk – są martwe pod względem poznawczym (Beck, 2002).

rozwoju miast w tamtym okresie, na co nakładają się system ośrodków władzy feudalnej oraz sieć ośrodków religijnych.

Pomimo że miasta średniowieczne powstawały zwykle z inicjatywy i nadania możnowładców i na ich gruntach, to posiadały one dużą autonomię, niezależne struktury samorządowe i wpływowe organizacje cechowe i kupieckie. Niezwykle interesujący opis struktury społecznej miasta średniowiecznego, który umożliwia dokładne prześledzenie funkcji oraz aktywności w jego przestrzeni, znaleźć można w książce *Socjotopografia późnośredniowiecznego Poznania* autorstwa Jacka Wiesiołowskiego. Z tej publikacji pochodzi grafika (rys. 1), która obrazuje mechanizm funkcjonowania miasta tamtego okresu na przykładzie Poznania.

W mieście średniowiecznym proces produkcji i handel stanowiły niemalże jedność – warsztaty rzemieślnicze ulokowane w mieście były zarazem miejscem sprzedaży produkowanych w nich dóbr. Tylko ewentualne nadwyżki produkcji były sprzedawane na zewnątrz, poprzez wyspecjalizowanych kupców. Jak widać, przestrzeń piesza była obszarem miasta, w którym realizowały się procesy przetwarzania produktów i ich wymiany.

Ponieważ ogólnie można stwierdzić, że wymiana handlowa zachodziła we wspomnianych już sklasyfikowanych sferach aktywności podmiotów, a więc w sferach politycznej, cywilnej i ekonomicznej, to należy przyjąć, iż miejska otwarta przestrzeń dróg i placów w większości była podporządkowana celom komercyjnym.

Jak można zauważyć na rycinie Wiesiołowskiego, reprezentacyjny dziś poznański rynek dawniej zajmowały kramy i jatki, a główną funkcją rynków miast średniowiecznych był handel. Stąd też wszystkie te rynki funkcjonowały jako place targowe, na których sprzedawano nadwyżki produkcyjne i produkty przywożone przez wiejskich rzemieślników i rolników, a także podróżujących kupców. Ciekawym wyjątkiem były obszary, które oddano do wspólnego użytkowania mieszkańców. Innym zachowanym w strukturze miasta przykładem takiego przestrzennego artefaktu są krakowskie błonia, historycznie pastwisko gminne z prawami wspólnego użytkowania przez mieszkańców okolicznych wsi.



Rys. 1

Rysunek socjotopografii późnośredniowiecznego Poznania, który dobrze pokazuje logikę przepływu towarów, produkcji i handlu w mieście średniowiecznym (Wiesiołowski, 1982).

Takie otwarte, wspólne przestrzenie były obecne w większości miast Europy (w krajach anglosaskich zwane Common Ground lub po prostu the Commons) i dały podstawę dla wielu placów i parków miejskich. Jednak w okresie przedindustrialnym nie służyły one rekreacji czy rozrywce. Oczywiście od średniowiecza aż do XIX wieku otwarte przestrzenie piesze pełniły równoległe także rolę społeczną – były miejscem spotkań dla okolicznych mieszkańców i tworzyły naturalną scenę, w którym ustanawiał się porządek rytualny (Goffman, 2006) w danej społeczności, a zatem miały miejsca przeróżne interakcje i wymiany - nie tylko dóbr, ale też spojrzeń, gestów, werbalnych i niewerbalnych przekazów. Jednak te funkcje były dawniej drugorzędne, bo wyspecjalizowane przestrzenie i obiekty służące socjalizacji ukształtowały się w wiekach późniejszych. Jak trafnie opisał to zjawisko Jałowiecki:

Miasto przedindustrialne było przede wszystkim przestrzenią wymiany, albowiem jej niezbędność do życia i istnienia poszczególnych zbiorowości doprowadziła do powstania i rozwoju miejskich form przestrzennych, tworzących przejrzystą i logiczną sieć [...]. Miasto było przestrzenią wymiany obsługującą zarówno lokalny rynek, jak i punktem przeładunku i zbytu towarów dalekosiężnego handlu. Było miejscem wymiany wiadomości oraz producentem i przekazywaczem wiedzy między różnymi ośrodkami. Informacje przekazywali kupcy, specjaliści gońcy, a także wędrowni uczeni artyści i rzemieślnicy (Jałowiecki, 2010).

W myśl powyższych stwierdzeń **przestrzenie miasta przedindustrialnego były przestrzeniami wymiany**. W całym tym okresie stanowiły też miejsce pracy i załatwiania głównie tzw. czynności koniecznych (Gehl, 2010) dla podstawowej egzystencji mieszkańców. W przestrzeni wspólnej mieszkańcy pojawiali się zwykle z życiowej konieczności: by dokonać zakupów, dostać się do miejsca pracy, wypełnić czynności urzędowe i inne formalności. Dochodziły do tego pewne formy rozrywki (sztuka uliczna, okresy świąt religijnych i świeckich), ale nie stanowiły głównej treści codziennych zachowań większości mieszkańców. Takie użytkowanie przestrzeni definiowało też jej formę.

Uogólniając można przyjąć, że od momentu upadku Imperium Rzymskiego przestrzeń piesza miast europejskich w swej podstawowej warstwie funkcjonalnej była definiowana i kształtowana przez komunikację i handel. Składały się na nią place targowe



oraz liniowe przestrzenie ulic, łączące ważne punkty w mieście, takie jak miejsca produkcji i zbytu towarów, miejsca kultu oraz ośrodki władzy. Dlatego warto w tym kontekście odnotować pojawienie się nowej formy przestrzeni publicznej, którą przyniósł w XVI wieku renesans (Orum i inni, 2010). Na jej powstanie złożyło się kilka czynników. Pierwszym było odrodzenie wartości i form architektonicznych pochodzących z cywilizacji antycznych Grecji i Rzymu, co wiązało się także z poszukiwaniem kształtu nowej agory. Drugim były ewolucyjne zmiany społeczne, które doprowadziły do powstania silnego i bogatego mieszczaństwa, pragnącego podkreślić swą pozycję i majątność. Ważną rolę odegrały także dynamiczna urbanizacja i rosnące znaczenie państwa narodowego.

Razem wzięte czynniki te doprowadziły do powstania **nowego typu reprezentacyjnego placu miejskiego, we Włoszech nazywanego „piazza”** (w Hiszpani „plaza”, w Niemczech „platz”), który w podobnej formie rozprzestrzenił się we wszystkich większych europejskich miastach. Przybiera on kształt otwartej, pokrytej ozdobną posadzką przestrzeni, zwykle o regularnym kształcie, z centralnie położonym akcentem kompozycyjnym – np. w postaci fontanny lub pomnika. Tło stanowią zwykle reprezentacyjne budynki, związane z władzą lub wiarą – takie jak ratusz, sąd, kościół. Placom takim nadawano często symboliczne akcenty, wykorzystując je jako przestrzeń upamiętnienia wydarzeń lub postaci historycznych, co miało na celu kultywowanie wartości narodowych czy religijnych (z czasem upamiętniano także wybitne postacie kultury czy sztuki, lub postacie pochodzące z mitologii i literatury).

Jako wczesny przykład takiej przestrzeni można uznać XVI-wieczny Plac Kapitoński w Rzymie (*Piazza del Campidoglio*) autorstwa Michała Anioła. Jako jeden z nielicznych typów przestrzeni miejskiej sam w sobie nie poddawał się komercjalizacji – była ona sprzeczna z nadrzędną funkcją reprezentacji i upamiętnienia. Miał jednak duże znaczenie dla nieruchomości oraz handlu w swoim bezpośrednim otoczeniu, podnosząc rangę obiektów. Place tego typu istnieją i powstają do dziś, a w typologii Gehla (Gehl i inni, 2000) nazywane są *przestrzeniami reprezentacji*. Trzeba podkreślić, że przestrzeń upamiętnienia stała się bardzo ważnym czynnikiem budującym tożsamość i znaczenie *obrazu środowiskowego* miasta (Lynch, 2011). Te pierwsze reprezentacyjne przestrzenie były zwiastunem zmian, które nastąpiły wraz z industrializacją.

W tym samym mniej więcej okresie, w XVII w., w Europie pojawia się nowy luksusowy produkt, jakim jest przywożona z Ameryki kawa, błyskawicznie zdobywając popularność – najpierw w Wielkiej Brytanii, a następnie Francji i pozostałych krajach kontynentu. Pod koniec tego wieku w Anglii działało już ponad 3000 kawiarni, które stały się przyjazną i rodzinną alternatywą dla tradycyjnego pubu (angielska nazwa *pub* pochodzi od *public house*, oznaczającego budynek publiczny, przy czym do tradycyjnych angielskich pubów nie wpuszczano wówczas kobiet). Kawiarnia zaczyna pełnić ważną rolę społeczną jako miejsce spotkań i dyskusji o aktualnych wydarzeniach i prowadzenia interesów<sup>11</sup>. Trzeba tu wspomnieć że w tym samym czasie pojawiają się w Anglii pierwsze gazety, które często czyta się w miejscach publicznych, właśnie w pubach i kawiarniach.

Fenomen kawiarni jako fizycznej przestrzeni spotkań, a zarazem miejsca społecznej aktywności począwszy od XVIII wieku nabierze znaczenia w życiu miasta. Lokale gastronomiczne z otwartymi obszarami konsumpcji będą też miały bezpośredni wpływ na fizyczne kształtowanie się pieszej przestrzeni miejskiej. W wiekach XX i XXI odegrają też jedną z głównych ról w jej komodyfikacji.

### 3.3. XIX-wieczne miasto okresu industrializacji

Przemiany w przestrzeni miejskiej rozpoczęły się na dobre wraz z industrializacją i postępującym rozdziałem pomiędzy produkcją (wytwarzaniem dóbr) a handlem. W XIX wieku rola miast wzrasta, bowiem nie są już tylko ośrodkami wymiany i rzemiosła, lecz także centrami masowej, przemysłowej produkcji towarów. Powoduje to ruchy migracyjne ludności wiejskiej do miast i skonsolidowanie się w XIX wieku nowej grupy społecznej: robotników najemnych.

W konsekwencji głębokich przemian gospodarczych następują również duże zmiany polityczne – szlachta i posiadacze ziemscy tracą dominującą rolę w społeczeństwie na rzecz

---

<sup>11</sup> Warto tu przytoczyć dwie ciekawostki. W tamtych czasach londyńska kawiarnia *Johnatan's Coffehouse* gromadząca kupców zaczęła regularnie wywieszać w swoim wnętrzu aktualne ceny towarów i to właśnie tam po latach powstała Londyńska Giełda (*London Stock Exchange*). Inna londyńska kawiarnia, której właścicielem był niejaki Edward Lloyd, przyciągała swoistą klientelę związaną z ubezpieczeniami statków i transportu morskiego, i to ona dała początek globalnej firmie ubezpieczeniowej *Lloyds* (Orum i inni, 2010).



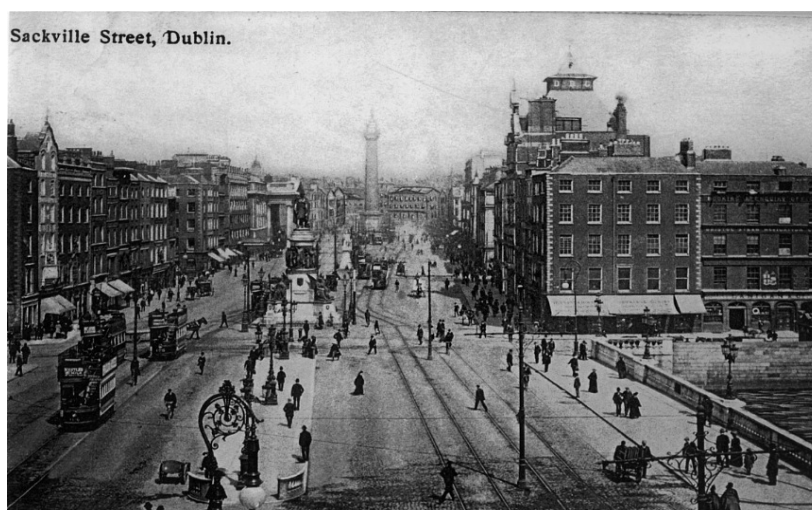
mieszczañstwa, a zwłaszcza kupców i nowej grupy wielkich fabrykantów miejskich. Pisząc o przemianach społecznych tamtych czasów nie można pominąć wpływu, jaki wywarło upowszechnienie się druku. Tania i łatwo dostępna gazeta, o czym pisał w swym klasycznym dziele Jurgen Habermas (Habermas, 2007), staje się pierwszym popularnym medium wymiany informacji i poglądów, a jej powstanie oznacza dynamiczny rozwój tzw. *sfery publicznej* i szeroko pojętej polityki na poziomie obywatelskim. Ewolucja społeczna powoduje też przemiany przestrzenne i powstanie nowych typów pieszej przestrzeni publicznej.

W awangardzie tych przemian plasował się Paryż, w którym od 1852 roku Georges-Eugene Haussmann<sup>12</sup> wprowadzał plan radykalnej przebudowy i modernizacji. Powstałe wówczas szerokie bulwary łączące się w reprezentacyjnych (pozbawionych targów) placach stworzyły zupełnie nowy szkielet miasta. Pojawiły się też ułatwienia czysto techniczne: szerokie chodniki, gazowe i elektryczne latarnie. Coraz większa liczba ogólnodostępnych kawiarni, a także wyposażenie sklepów w duże okna wystawowe spowodowały, że spacerowanie ulicami miast po raz pierwszy nabrało wymiaru rekreacyjnego i zaczęło być celem samym w sobie. Tej nowej modnej formie aktywności mieszkańców, określanej mianem *włóczenia się po mieście* bez jednoznacznego celu, nadano we Francji osobną nazwę *flanerie*<sup>13</sup>. W XIX wieku rośnie też liczba publicznie dostępnych parków miejskich. Dzieje się to w dużej mierze za sprawą inicjatyw społecznych: w USA Ruchu Pięknych Miast (City Beautiful Movement), zaś w Wielkiej Brytanii Open Spaces Society.

---

<sup>12</sup> Georges-Eugene Haussmann – francuski urbanista, jako prefekt departamentu Sekwany w latach 1853-1870, był odpowiedzialny za nowatorski plan przebudowy Paryża. Wprowadzone przez niego rozwiązania, oparte na prostych, promieniście rozchodzących się alejach, stały się podstawą zmian w wielu miastach europejskich w tym okresie (w tym po części Warszawy).

<sup>13</sup> Osoba, która spaceruje po mieście tylko dla rozrywki, obserwując miasto i aktywność innych mieszkańców nazywana była flaneur. Nie było to określenie pejoratywne, tak jak można rozumieć niefortunne polskie tłumaczenie *włóczęga* autorstwa Z. Baumana.



Ryc. 2 i 3

Ryciny przedstawiające główną, reprezentacyjną ulicę Dublinu, wówczas Sackville Street (dzisiejszą O'Connell Street) w wiekach XVIII i XIX. Dobrze widać jej funkcje rekreacyjne (spacerowicze) oraz reprezentacyjne (pomniki które pojawiły się w XIX wieku). Można też zauważyć, że ruch pojazdów kołowych jest niewielki – cała przestrzeń wykorzystywana jest jako obszar pieszy.

Ryciny ze zbiorów Autora; domena publiczna.

Nowe sposoby użytkowania przestrzeni miejskiej w sprzężeniu z masową produkcją towarów i wysokim poziomem ich konkurencyjności wywołały zmiany w handlu detalicznym – powstały marki produktów, reklama, a wraz z nimi także nowe przestrzenie handlowe: kryte arkady oraz domy handlowe.

Pierwotory handlowych arkad można znaleźć jeszcze w starożytnym Rzymie, w budowlach takich jak Hale Trajana z początku II wieku n.e. Umożliwiały one kupcom i rzemieślnikom handel w kontrolowanym środowisku niezależnym od pogody. Podobne

obiekty istniały też na Dalekim Wschodzie – jednym z przykładów jest Wielki Bazar w Istambule. Budowle te były po prostu krytymi bazarami, gromadzącymi pod jednym dachem nawet setki małych kramów i sklepów. Takie obiekty w trochę mniejszej skali istniały też w Polsce, czego przykładem są oczywiście Krakowskie Sukiennice. W XVIII wieku wraz z rozwojem produkcji powstają coraz większe i bardziej doskonałe budowle, np. od 1758 roku działał liczący ponad 53 000 mkw. powierzchni *Gostiny Dvor* w Petersburgu czy mające jeszcze średniowieczny rodowód paryskie Hale Targowe (*Les Hales*), których czas rozbudowy i rozkwitu przypada właśnie na drugą połowę XVII wieku.

Rozwój konstrukcji żeliwnych, a także masowa produkcja i upowszechnienie szkła budowlanego (szyby) doprowadziły do powstania nowocześniejszej wersji arkad, czyli pasaży – w uproszczeniu krytej (często przeszklonym) dachem pieszej ulicy miejskiej z oddzielnymi sklepami z widocznymi witrynami<sup>14</sup>.

Przedstawiony tu schemat umożliwiał handel i użytkowanie przestrzeni pasażu niezależnie od warunków klimatycznych, zapewniał też łatwą i pełną kontrolę nad odwiedzającymi klientami. Niektórzy badacze tzw. ponowoczesności (Baudrillard, 2006) uznali nawet, że to właśnie kontrola leżała u źródeł powstania tej formy przestrzeni miejskiej. Pierwszymi nowoczesnymi arkadami były funkcjonujące do dziś w Londynie *Burlington Arcade*, powstałe w 1819 roku z inicjatywy zamieszkałego w przyległym domu lorda Georga Cavendisha, który chciał powstrzymać zaśmiecanie (w szczególności muszlami ostryg) należącej do niego przestrzeni miejskiej (zdjęcie 1). Powierzył więc architektowi Samuelowi Ware zaprojektowanie krytej promenady handlowej, złożonej ze 72 sklepów<sup>15</sup>. Ten pierwszy pasaż handlowy jest jednocześnie pierwszym przykładem komodyfikacji przestrzeni miejskiej: filtrowania jej użytkowników oraz aktywności dla zwiększenia zysku.

---

<sup>14</sup> Sam wynalazek witryny okazał się niezwykle ważny dla rozwoju konsumpcji, jako jeden z czynników powodujących fetyszycację towarów, nadawanie im dodatkowego znaczenia niezwiązanego z wartością użytkową. Jak pisze Baudrillard (Baudrillard, 2006): „[...] komunikacja, jaka nawiązuje się na poziomie wystawy sklepowej, nie zachodzi bynajmniej pomiędzy jednostkami i przedmiotami, jest ona raczej procesem uogólnionego komunikowania się wszystkich jednostek między sobą, lecz nie za pośrednictwem kontemplacji tych samych przedmiotów, lecz za pomocą odczytania i rozpoznania w tych samych przedmiotach tego samego systemu znaków, tego samego hierarchicznego kodu wartości”. Witryny sklepowe są rodzajem kapliczek w „świątyniach konsumpcji”, jakimi są centra handlowe.

<sup>15</sup> Dane historyczne pochodzą ze strony: <http://www.burlington-arcade.co.uk/the-arcade>

Arkady rozpowszechniają się w całej Europie, a jednym z najbardziej znanych przykładów ich rozwiniętej, wielokondygnacyjnej formy jest galeria Vittorio Emanuele w Mediolanie, projektu Giuseppe Mengoni. Ukończona w 1877 roku, stała się dla potomnych ciekawym (i jednym z pierwszych) przykładem użycia bogatej w formie architektury do celów komercyjnych.



Zdj. 1 Burlington Arcade około 1925 roku.  
Zdjęcie: General Photographic Agency; domena publiczna.

Późniejszymi obiektami są domy handlowe, mające swoje początki w połowie XVIII wieku w Anglii. Ich rozkwit następuje 100 lat później, wraz powstaniem paryskiego *Bon Marche* (zdj. 2), londyńskiego *Harrodsa* czy Nowojorskiego *Macy's* – wszystkie te budowle przyjmują swą ostateczną formę około 1850 roku i stają się wyznacznikami nowego typu śródmiejskiego budynku, który szybko rozpowszechnia się w miastach Europy i USA. Były to pierwsze budowle, których główną funkcją okazało się zapewnienie odpowiedniej, nobilitującej oprawy dla zakupów i szeroko pojętej konsumpcji.

Domy te lokowano w śródmieściach miast, przy głównych ulicach Paryża i Londynu, stąd zawsze ściśle wiązano je z mieszczańskim stylem życia. Można zaryzykować tezę, że były to targowe arkady dla bogatych, bogate w luksusowe dekoracje



i wyposażone w dodatkowe funkcje służące rozrywce, stworzone dla dominującej w XIX wieku grupy społecznej – bogatego mieszczaństwa.

XIX-wieczne domy handlowe i pasaże handlowe staną się inspiracją podczas budowy już XX-wiecznych form przestrzennych – zamkniętych galerii handlowych.



Zdj. 2

Paryski Bon Marche; zdjęcie wykonano po roku 1900.

Zdjęcie: Albert Chevojon, domena publiczna, Wikimedia.

W kontekście przedmiotu niniejszej pracy trzeba zwrócić uwagę, że do około XVIII wieku ulice i place miast w niewielkim stopniu odgrywały rolę sceny dla działań politycznych czy społecznej aktywności, co zmieniła zasadniczo dopiero Rewolucja Francuska. Pojawienie się w miastach europejskich reprezentacyjnych (pozbawionych funkcji targu) placów i szerokich bulwarów usianych kawiarniami i restauracjami tworzyło naturalne środowisko do spotkań i dyskusji. To na ulicach i w kawiarniach Paryża i Londynu toczyły się polityczne dysputy i w ten sposób zrodziły się podwaliny

współczesnej europejskiej demokracji, w której swą reprezentację mają szerokie warstwy społeczne. Jednocześnie XIX wiek przynosi rozkwit przemysłu i rozwarstwienie społeczne, a coraz tańsze i łatwiej dostępne towary zaczęły stawać się swoistym fetyszem dla mas. Konsumpcja i posiadanie dóbr, za sprawą ich powszechnej dostępności, zaczyna nabierać wtedy większego znaczenia, także dla niższych warstw społecznych. W świadomości XIX-wiecznych nabywców przedmioty, oprócz dotychczas znanych cech użytkowych, stają się w coraz większej mierze symbolami społecznego statusu. Te zmiany wpływają też na funkcje przestrzeni miejskich. Coraz więcej z nich powstaje po to, by pełnić role reprezentacyjne, miasta wypełniane są miejscami pamięci, związanymi najczęściej z symboliką narodową.

Jednocześnie przestrzenie miejskie zaczęły w coraz większym stopniu służyć różnym formom konsumpcji. Zakupy wiązały się coraz bardziej z rozrywką i rekreacją, a tendencja ta nasiliła się w kolejnym XX wieku.

### **3.4. Neoliberalizm, społeczeństwo konsumpcyjne i nowe przestrzenie piesze w XX wieku**

Zmiany społeczne, ekonomiczne i przestrzenne w XX wieku miały charakter bardzo dynamiczny. Za sprawą rozwoju technologicznego i głębokich przemian gospodarczych oraz społecznych miasta uległy niemal całkowitym przeobrażeniom. W pewnym uproszczeniu można wyodrębnić kilka czynników, które miały zasadniczy wpływ na tak radykalne zmiany przestrzeni publicznej miasta.

Generalnie można przyjąć, że najważniejszymi czynnikami (i jednocześnie najbardziej kompleksowymi) są z pewnością: **rozwój technologiczny w następstwie XIX-wiecznej rewolucji przemysłowej, masowa przemysłowa produkcja towarów i jednoczesna ewolucja gospodarek świata zachodniego zgodnie z postulatami ekonomii liberalnej**. W bliskim związku z nimi pozostają nowe trendy estetyczne i intelektualne (można wymienić tu modernizm, a po nim postmodernizm), a także zmiany sposobu życia, które mają bezpośrednie odbicie w przemianach środowiska miejskiego (dominacja

komunikacji i infrastruktury samochodowej, powstanie nowych typów układów urbanistycznych i nowych typów budowli).

Specyficznymi cechami liberalnego ładu ekonomicznego jest założenie samoregulacji gospodarki i jej samoczynnego dążenia do równowagi<sup>16</sup>. Ekonomia liberalna kładzie też nacisk na własność prywatną, głosząc absolutną przewagę efektywności przedsiębiorstw prywatnych nad działaniami innych podmiotów (także państwowych). Konsekwencją jest wymóg neutralności administracji państwowej i minimalnej ingerencji instytucji państwa w rynek i system monetarny, co ma umożliwić niezakłócone działanie mechanizmów samoregulacji w warunkach wolności gospodarczej i wolnej konkurencji. Konsekwencją takiego podejścia do gospodarki była postępująca w XX wieku (często poza kontrolą) prywatyzacja zasobów państwa, zgodnie z żywionym wtedy przekonaniem, że własność prywatna będzie zarządzana bardziej efektywnie. Cechy liberalizmu doskonale podsumowuje Harvey:

W myśl teorii państwo neoliberalne powinno faworyzować wyraźnie określone prawa własności prywatnej, rządy prawa oraz swobodnie funkcjonujące rynki i wolny handel. Takie środowisko instytucjonalne uchodzi za niezbędne dla zagwarantowania wolności jednostki. Wszystko ma się odbywać w prawnych ramach swobodnie negocjowanych na rynku zobowiązań kontraktowych między poszczególnymi podmiotami prawa. Świętość kontraktów oraz jednostkowa wolność działania, wypowiedzi i wyboru muszą być chronione. Państwo musi zatem wykorzystywać swój monopol na przemoc w taki sposób, aby za wszelką cenę bronić owych wolności. Przez uogólnienie tej zasady, za jedno z podstawowych dóbr uważa się swobodę operowania w tych instytucjonalnych ramach wolnych rynków i wolnego handlu przysługującą przedsiębiorstwom i korporacjom (traktowanym w obliczu prawa jako jednostki - osoby prawne). Prywatna inicjatywa i przedsiębiorczość są postrzegane jako klucz do innowacji i tworzenia bogactwa. Chroni się (np. za pomocą patentów) prawa własności intelektualnej, aby pobudzać rozwój techniki. Ciągłe podnoszenie produktywności ma przynieść wszystkim coraz wyższy standard życia. Wychodząc z założenia, że „przyływ unosi wszystkie łodzie” lub że bogactwo stopniowo „skapuje” (*trickle down*) do niższych warstw społecznych, teoria neoliberalna utrzymuje, że najlepsza droga do wyeliminowania ubóstwa (wewnątrz danego kraju i w skali światowej) prowadzi przez wolne rynki i wolny handel. Neoliberalowie ze szczególnością

---

<sup>16</sup> Założenia dotyczące samoregulacji rynku oparte są na klasycznej szkole ekonomicznej Adama Smitha z XVIII wieku, postulującej zniesienie wszelkich regulacji i ograniczeń w sferze zatrudnienia i zarobków.

gorliwością dążą do prywatyzacji wszelkiego majątku. Uważają, że brak jasno określonych praw prywatnej własności — występujący w wielu krajach rozwijających się — jest jedną z największych barier instytucjonalnych dla rozwoju gospodarczego i podniesienia dobrobytu ludności [...]. Sfery życia społecznego dotychczas kontrolowane lub regulowane przez państwo mają być sprywatyzowane i zderegulowane (uwolnione od wszelkiej ingerencji państwa) (Harvey, 2008 str. 91).

Wspomniana prywatyzacja, często odbywająca się poza kontrolą społeczną (i poza kontrolą instytucji państwa) miała i ma do dziś bezpośredni wpływ na przestrzeń miejską, prowadząc do szczególnie negatywnych zjawisk związanych z ograniczaniem dostępu i aktywności użytkowników, co opiszę w dalszej części niniejszej pracy na przykładach parku Bryanta w Nowym Jorku i Rynku Manufaktury w Łodzi.

Przemiany te doprowadziły do powszechnej dostępności produktów na rynku w warunkach wysokiej konkurencji, co stało się sytuacją bez precedensu w historii ludzkości. Trzeba zdać sobie sprawę, że do drugiej połowy XIX wieku nabywcy zaopatrywali się w przedmioty głównie z powodu ich jasno zdefiniowanych cech użytkowych, zwykle bezpośrednio od ich wytwórcy (oczywiście istniały dobra luksusowe i cenne – ale w głównej mierze z uwagi na trudność ich wytworzenia lub nabycia)<sup>17</sup>.

W XX wieku łatwa dostępność i coraz niższa cena masowo produkowanych towarów (w środowisku bardzo konkurencyjnej gospodarki) stopniowo doprowadziły do wykształcenia się nowych relacji społecznych, opartych na stosunku do przedmiotów, w efekcie czego uformowało się współczesne społeczeństwo konsumpcyjne<sup>18</sup>. Wspomniane czynniki skłoniły ludzi do poszukiwania wartości dodatkowej, np. przekazu o materialnym statusie posiadacza dóbr lub jego społecznej roli. Jak pisze o tej przemianie Baudrillard:

---

<sup>17</sup> Do tego czasu właściwie aktualny jest jeszcze średniowieczny system wytwarzania towarów, pokazany schematycznie na przykładzie Poznania na ryc. 1.

<sup>18</sup> W literaturze humanistycznej *konsumpcja* jest pojęciem, które wykorzystywane jest do opisu rzeczywistości. Bada się relacje między konsumpcją a kulturą, oddziaływanie konsumpcji na kulturę i odwrotnie – poprzez kształtowanie stylów życia, zwyczajów grupowych, kreowanie tożsamości jednostek, przekształcenia w obrębie komunikacji międzyludzkiej. Zob. Małgorzata Borunia-Borowska, *Globalizacja i konsumpcja. Dwa dylematy współczesności*, Kraków 2004, s. 14.



Przedmiot zatracą swą obiektywną celowość i funkcję, stając się jednym z elementów dużo szerszego obszaru kombinatoryki w zbiorze przedmiotów, w którym jego wartość ma charakter jedynie relacyjny.

W efekcie przedmioty przekształcają się w konsumpcyjne *gadżety*:

Jeżeli jednak zgodzimy się, by definiować przedmiot konsumpcji poprzez względny zanik jego funkcji obiektywnej (jako narzędzia) i odpowiadające mu spotęgowanie jego funkcji jako znaku, jeżeli przyjmiemy, że przedmiot konsumpcji charakteryzuje swego rodzaju funkcjonalna beżyteczność (to, co konsumujemy jest właśnie czymś różnym od czegoś „użytecznego”), wówczas gadżet okazuje się w istocie prawdą przedmiotu w społeczeństwie konsumpcji. (Baudrillard, 2006 str. 141).

Ludzkie upodobanie do gadżetów zintensyfikowała i wykorzystała w XX wieku reklama, która zaczęła nadawać przedmiotom nowe, nieznane wcześniej znaczenia (*potęgowanie jego funkcji jako znaku* – patrz. powyższy cytat) i kreuje związany z nimi system znaków, wyrażający (czy wręcz budujący) osobowość ich posiadaczy – ich zewnętrzną *twarz* (Goffman, 2006), *image* (Gottdiener, 2000), widoczny i odczytywany przez innych. Następująco ujmuje to Makowski:

[...] produkty za pomocą technik marketingowych nasycą się znaczeniami symbolicznymi. Konsumpcja w dzisiejszym społeczeństwie bardziej polega na zdobywaniu i przetwarzaniu obrazów i znaków, bez względu na użyteczność i prawdziwą wartość przedmiotów (Makowski, 2003 str. 112).

W XX wieku konsumpcja nie oznacza już tylko wejścia w posiadanie towaru o określonej funkcjonalności, lecz jest nadaniem komunikatu, aktem definiowania samego siebie poprzez przejęcie znaczenia przedmiotu, oznaczenia się poprzez ten przedmiot. Tak realizowane „konsumowanie” stało się niezmiernie ważne jako rytuał mający swój głęboki, społeczny wymiar. Konsumpcja stała się najważniejszą aktywnością w życiu człowieka, co podkreśla w swej książce także Baudrillard.:

Znajdujemy się w punkcie, w którym „konsumpcja” opanowuje i pochłania całe życie, wszelkie działania łączą się ze sobą w trybie kombinatorycznym [...] (Baudrillard, 2006 str. 13)

Trzeba tu podkreślić zmianę w stosunku do XIX wieku (epoki industrialnej), w którym stosunki społeczne i gospodarka oparte były na produkcji. To przewartościowanie następująco wyjaśnia Bauman<sup>19</sup>:

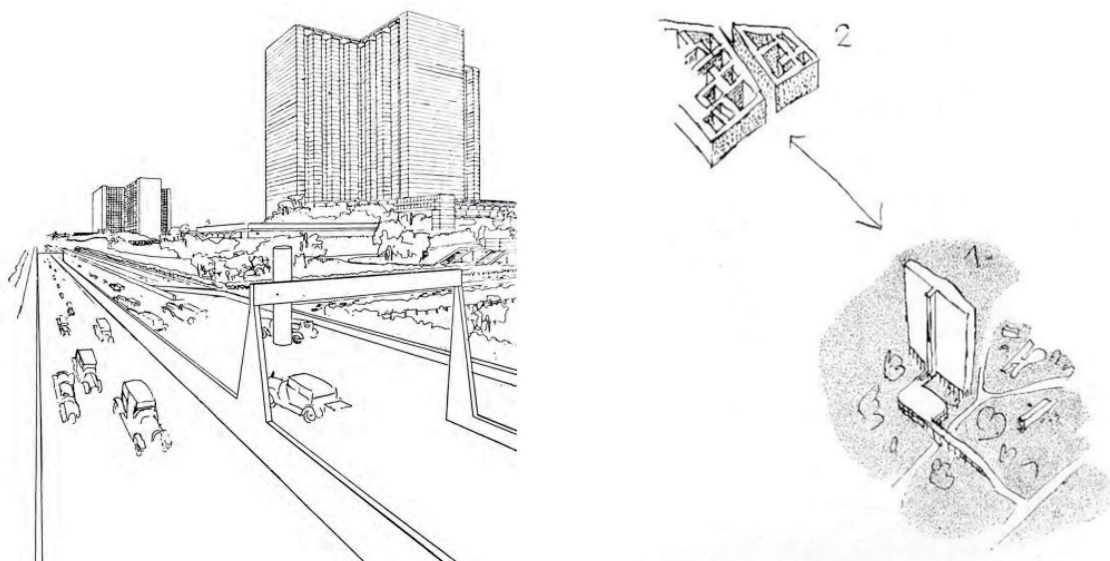
W przemysłowej fazie nowoczesności jeden fakt był absolutnie niekwestionowany: każdy musi być przede wszystkim producentem, nim będzie czymkolwiek innym. W drugiej wersji nowoczesności, nowoczesności konsumentów, brutalnym niekwestionowanym faktem jest to, że trzeba być przede wszystkim konsumentem, zanim można pomyśleć staniu się czymkolwiek w szczególności (Bauman, 2006 str. 59).

Powstanie ponowoczesnej gospodarki, opartej na nowych systemach produkcji, w tym zastąpienie manufaktur ogromnymi zakładami przemysłowymi, w których *wydajność wzrasta wraz ze zmniejszeniem liczby pracowników* (Bauman, 2006 str. 55), i na dominującej roli konsumpcji w życiu społecznym, przełożyło się na nowe trendy w urbanistyce i planowaniu miast. W pierwszej połowie XX wieku popularny stał się modernizm, propagujący radykalne strefowanie przestrzeni i rozdzielanie funkcjonalne jego części składowych (separacje miejsc zamieszkania, stref konsumpcji i stref produkcji), łączonych arteriami komunikacji kołowej. Nurt ten zerwał też z XIX-wieczną kwartałową zabudową i zaproponował w zamian dość utopijną wizję „miasta wertykalnego”, z wysokim blokiem mieszkalnym, otoczonym publicznymi przestrzeniami rekreacji (rys. 4 i 5). Te postulaty były jednym z bodźców, które przyczyniły się do powstania wyspecjalizowanych wielkopowierzchniowych budowli (zwłaszcza o funkcji handlowej i usługowej), dostępnych głównie dla ruchu kołowego. Można zgodzić się z twierdzeniem, że modernizm w dużym stopniu wpłynął na promocję indywidualnego transportu samochodowego (Crawford, 1992 str. 21).

---

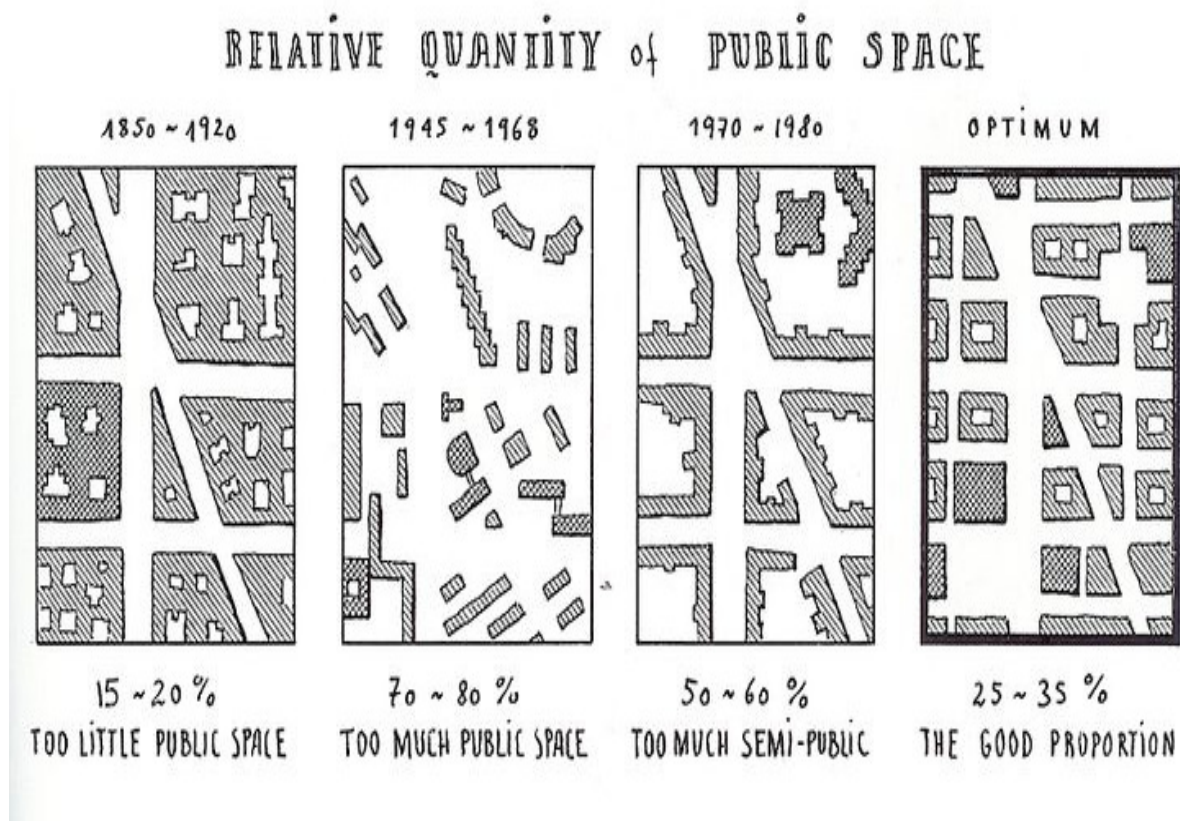
<sup>19</sup> W tej samej książce autor trafnie opisuje zjawisko wykluczenia, które pojawia się w przypadku niemożności uczestnictwa jednostki w konsumpcyjnym rytuale: *W społeczeństwie konsumentów to przede wszystkim niezdolność osoby do bycia konsumentem wiedzie do degradacji społecznej i „emigracji wewnętrznej”. To owa nieodpowiedniość, niezdolność do spełnienia obowiązków konsumenta zamienia się w gorycz bycia pozostawionym z tyłu, wydziedziczonym lub zdegradowanym odłączonym lub wykluczonym ze społecznego świętowania, do którego inni zostali dopuszczeni* (Bauman, 2006 str. 78).

Dopiero w latach 80. XX w. postulaty kolejnego kierunku intelektualnego i estetycznego, jakim był postmodernizm, oraz ruchy tzw. Nowego Urbanizmu przyczyniają się do powrotu tradycyjnej zabudowy o „ludzkiej” skali i ograniczonej wysokości, dbałości o właściwą szerokość chodników i powstanie stref wyłączonych z ruchu samochodowego oraz innych rozwiązań sprzyjających pieszym. Preferencje urbanistów wyraża w tym czasie dążenie do wielofunkcyjności zespołów zabudowy, mających naśladować miasta „tradycyjne”. Poszukuje się też właściwych proporcji pomiędzy zabudową a przestrzenią otwartą, czego przykładem są prace Leona Kriera (rys. 6). Postmodernizm walczywał przyczynił się do odnowy miejskiej przestrzeni publicznej i nawet gdyby uznać jego aksjomaty w zakresie estetyki i samych form architektury za przebrzmiałe, to dla urbanistyki i kształtowania przestrzeni miejskiej jego wytyczne pozostają do dziś jak najbardziej aktualne.



Rys. 4 Rysunek Le Corbusiera wizualizujący teoretyczny projekt *miasta dla 3 milionów mieszkańców* (bez lokalizacji). Można zauważyć w tej wizji wyraźną dominację samochodu i szerokich arterii drogowych. (Boesiger, 1995).

Rys. 5 Szkic autorstwa Le Corbusiera (oryginalnie z książki „Propos d’urbanisme” z roku 1946) obrazujący różnice między tradycyjną miejską zabudową kwartałową a modernistyczną wizją bloku mieszkalnego w zieleni. (Boesiger, 1995).



Rys. 6

Ilustracja pokazująca i wartościująca różnice w procentowej powierzchni przestrzeni publicznej w miastach od połowy XIX wieku do lat 80. XX wieku. W ostatnim szkicu autor określa właściwy udział przestrzeni publicznej w stosunku do zabudowy, który według niego wynosi 23-35%. Grafika pochodzi z pracy Leona Kriera (Krier, 1998).

Wspomniane upowszechnienie się indywidualnego transportu samochodowego warto opisać szerzej, jest to bowiem jeden z najważniejszych czynników wpływających na formę i funkcje dzisiejszej przestrzeni publicznej. Najwcześniej zaobserwowano zjawiska z tym związane w miastach USA<sup>20</sup>. W tak rozległym i względnie bogatym kraju łatwa dostępność masowo produkowanego samochodu osobowego (wcześniej niż w Europie) doprowadziła do jego absolutnej dominacji jako środka transportu tak osób, jak i towarów. Konsekwencją był niekontrolowany rozrost willowych przedmieść miast (ang. *urban*

<sup>20</sup> Przełom w dziedzinie konsumpcji samochodów nastąpił za sprawą rewolucyjnego pomysłu Henry'ego Forda, właściciela fabryki motoryzacyjnej. W latach XX ubiegłego wieku postanowił on zwiększyć pensje pracownikom najemnym, by mogli oni również stać się posiadaczami produkowanych samochodów. Większe dochody pracowników zwiększyły popyt rynkowy, co w efekcie zwiokrotniło dochód Henry'ego Forda. Zjawisko to określa się *fordyzmem*.

*sprawl*), gdzie przenosiły się klasy wyższa i średnia, oraz degradacja gęściej zabudowanych śródmieść, w których pozostawali gorzej sytuowani mieszkańcy. Ulice miast przestały być przyjazne pieszym użytkownikom, chodniki zawężano, by zrobić miejsce dla parkingów, a całość infrastruktury oddano dla ruchu samochodowego. Taką przestrzeń miasta bezwzględnie podporządkowaną komunikacji kołowej Gehl nazywa „miastami opuszczonymi” (Gehl i inni, 2000 str. 14)<sup>21</sup>.

Nałożenie się na te fizyczne zmiany w tkance miejskiej problemu rosnącej konsumpcji, związanego z dostępnością towarów i udoskonalaniem metod sprzedaży, szybko doprowadziło do specyficznych rozwiązań w handlu detalicznym i budowy towarzyszących im nowych wyspecjalizowanych obiektów, które w drugiej połowie XX wieku będą miały ogromny wpływ na przekształcenia miejskiej przestrzeni pieszej.

Początek tych zmian można zaobserwować w latach 20. XX wieku, kiedy to przy głównych drogach i skrzyżowaniach lokowano nowego typu enklawy handlu detalicznego, zwane *strip centers* (Crawford, 1992), z których wykształciły się pierwsze centra handlowe, przyjmujące formę zespołu niezależnych sklepów lokowanych wokół wspólnego dziedzińca, z łatwo dostępnym i darmowym parkingiem. Architektura tych wczesnych obiektów czerpała raczej z europejskich wzorców, starając się naśladować tradycyjne, małomiasteczkowe „rynki”, z zabudową dopasowaną wysokościowo i kubaturowo do otaczających ją przedmieść. Inwestorzy budujący podmiejskie osiedla szybko zorientowali się, że domy mogą sprzedąć raz, tymczasem zysk z najmu sklepów można czerpać przez wiele lat. Od tego czasu lokalne centra handlowe zaczynają być integralną częścią nowobudowanych zespołów mieszkaniowych. Wczesnymi przykładami są *Roland Park Shop Center* pod Baltimore (1907) i *Market Square w Lake Forest*. Wkrótce te niewielkie ośrodki zastąpiono obiektami znacznie większymi i bardziej

---

<sup>21</sup> Gehl w swej książce wyróżnił cztery stadia przemian miasta w związku z komunikacją samochodową. Pierwszym jest „miasto tradycyjne” (*the traditional city*), gdzie miejsce spotkania, miejsce handlu i ruch kołowy koegzystują w równowadze. Drugim stadium jest „miasto inwazji”, w którym jedna funkcja, zwykle ruch samochodowy, zawłaszcza przestrzeń kosztem innych użytkowników przestrzeni miejskiej. Trzecią fazą jest „miasto opuszczone” (*the abandoned city*), w którym przestrzeń publiczna i życie miejskie nie istnieją. Ostatnią fazą jest „miasto odzyskane”, w którym wypracowano stan równowagi pomiędzy przestrzenią spotkania, handlu i komunikacji (Gehl i inni, 2000 str. 14).



wyspecjalizowanymi, przyciągającymi klientów z daleka, takimi jak centrum handlowe Northgate w Seattle, otwarte w 1947 roku.

Powielany potem wielokrotnie układ przestrzenny tego obiektu składa się z dwóch dużych samoobsługowych sklepów nazywanych często „kotwicami” (ang. *anchor's*), zajmowanych przez największych detalicznych sprzedawców samoobsługowych, kuszących klientów promocjami, pomiędzy którymi ulokowano pieszy *mall* z pomniejszymi sklepami. Całość otoczono otwartymi parkingami. Wciąż jednak był to układ otwarty, składający się z kilku niezależnych obiektów, połączonych otwartą przestrzenią pieszą. Przełom nastąpił w 1956 roku wraz z powstaniem pierwszego zamkniętego i klimatyzowanego mallu w Southdale w Edina w Minnesocie.



Zdj. 3 i 4

Widok budynku i wnętrza centrum handlowego Southdale w Edina w Minnesocie w latach 50. XX w.

Zdjęcia i ryciny ze strony internetowej:  
<http://www.lakesnwoods.com/EdinaGallery.htm>

Nowy schemat, którego autorem był pochodzący z Austrii architekt Victor Gruen, opierał się na całkowicie odmiennej, „introwertycznej” zasadzie projektowania, polegającej na celowym odwróceniu od otaczającego środowiska miejskiego i ukierunkowaniu estetyki i całej aktywności wyłącznie do wnętrza budynku, czyli przestrzeni handlowej. W pojedynczej budowli, otoczonej ogromnymi parkingami o nieciekawych i monotonicznych elewacjach, umieszczono hipermarket wraz z galerią handlową (nowoczesną odsłoną XIX-wiecznych arkad). Całość jest zamkniętym i kontrolowanym środowiskiem, wyposażonym w klimatyzację i sztuczne oświetlenie, z

dekoracjami i zielenią. Pozwala zachować właściwe warunki do handlu, niezależnie od pory dnia, pogody i pory roku. Jak pisze M. Crawford:

Wewnątrz potencjał komercyjny ogromnych przestrzeni został zrealizowany poprzez teatralne „układy scenograficzne”, gdzie mogą odbywać się „handlowe przedstawienia”. Deweloperzy malli przerobili na nowo lekcje z paryskiego domu towarowego i przekształcili skoncentrowane wewnętrzne przestrzenie w fantastyczne światy zakupów. [...] Zamknięte centrum handlowe jest przestrzenią skompresowaną i zintensyfikowaną. Szklane windy, zygzakujące schody dodają pionowego i skośnego dynamizmu do podstawowego płaskiego planu. Architekci zmanipulowali przestrzeń i światło, aby osiągnąć gęstość i zgiełk charakterystyczny dla centrum miasta – aby stworzyć od podstaw pełną fantasmagorii urbanistykę, pozbawioną negatywnych aspektów miasta: pogody, ruchu samochodowego i ubogich ludzi (Crawford, 1992 str. 22).

Powyższy opis jest wciąż bardzo aktualny i oddaje istotę fenomenu galerii handlowej, która staje się namiastką przestrzeni publicznej w zdominowanych przez infrastrukturę drogową amerykańskich miastach. W kolejnych latach ten typ obiektu był udoskonalany i dostosowywany do zmieniającego się rynku i nowych form handlu. Najczęściej autorzy wyróżniają cztery generacje galerii handlowych<sup>22</sup>, jednak ta klasyfikacja nie obejmuje nowych, specjalistycznych (związanych z rozrywką czy transportem) odmian, które pojawiły się na przełomie XX i XXI wieku. Wielkopowierzchniowe galerie to obiekty stworzone (czy też „wyprodukowane”, nawiązując do koncepcji Lefebvre’a) przez społeczeństwo konsumpcyjne, żyjące w przestrzeniach zdominowanych przez indywidualny transport samochodowy. Obiekty te

---

<sup>22</sup> Zgodnie z klasyfikacją przyjętą przez PRCH (Prch.org.pl) pierwsza generacja to obiekty, w których dominującą rolę ma hipermarket (stanowiący pojedynczą „kotwicę”), a galeria handlowa z mniejszymi sklepami zajmuje do 50% powierzchni obiektu. W centrach II generacji rola hipermarketu ulega zmniejszeniu – dominują pomniejsze sklepy, zebrane w galerii, które zajmują około 70% powierzchni obiektu. III generacja to duże obiekty, w których dominującą funkcją jest galeria handlowa z bardzo różnorodnymi sklepami, stanowiąca 70% powierzchni, uzupełniona o hipermarket oraz obiekt o funkcji rozrywkowej (kinopleks, kręgielnię, itp.). Centra handlowe IV generacji to obiekty jeszcze większe i zdecydowanie bardziej wielofunkcyjne, obok galerii handlowej oraz jednego lub kilku hipermarketów (coraz częściej pojawiają się wiele różnych „kotwic”, są nimi dodatkowo hipermarkety sprzedające AGD lub samoobsługowe sklepy sportowe) oraz obiektów rozrywkowych (kina, kręgielnie, dyskotek) obiektach takich lokowane są także hotele, dworce, czy kompleksy biurowe, a nawet budynki mieszkalne (w Polsce jednymi z niewielu na razie przykładów obiektów IV generacji są „Manufaktura” w Łodzi, warszawskie „Złote Tarasy” czy „Galeria Katowicka”);

przez niektórych autorów nazywane są wręcz „świątyniami konsumpcji” (Ritzer, 2001) (Makowski, 2003). Zamknięte przestrzenie galerii handlowych są oczywiście obszarami prywatnymi, jednak w rozlanych na ogromnej powierzchni amerykańskich przedmieściach zaczęły one w części spełniać rolę przestrzeni publicznej. Bezpieczna, czysta, niezależna od warunków klimatycznych, kontrolowana przestrzeń, o jasno zarysowanej tematyce (*theme*), jest niesłychanie atrakcyjna i oferuje nie tylko zakupy, ale także i swoistą rekreację dla całych rodzin.

W Europie centra handlowe pojawiają się w latach 60. i 70. XX wieku w swej dojrzałej formie i lokowane są zwykle na obrzeżach miast. Wynika to z faktu, że na Starym Kontynencie „inwazja” samochodu (Gehl i inni, 2000 str. 6) nastąpiła później, a także miała inny przebieg. Miasta Starego Kontynentu posiadały zwykle historyczną strukturę, która nie była przygotowana na przyjęcie wzmożonego ruchu samochodowego. Spowodowało to, że po II wojnie światowej w miastach Europy kurczą się chodniki, a przestrzeń wzdłuż nich zajmują parkujące samochody (zdzj. 5). Place miejskie, często nawet te historyczne i reprezentacyjne, zmieniają się w parkingi. Europejskie miasta miały silniejsze struktury planistyczne, które często blokowały powstawanie galerii handlowych w obszarze śródmiejskim (z uwagi choćby na kwestię dodatkowego obciążenia ruchem kołowym węzłów komunikacji w ich sąsiedztwie), ale podobnie jak w USA potrzeby związane z konsumpcją zaczynają być siłą napędową zmian.

Dopiero od lat 90. XX wieku w Europie rozpoczyna się wspomniany ruch „odzyskiwania” śródmiejskiej przestrzeni dla ruchu pieszego oraz na cele miejskiej rekreacji (Gehl i inni, 2000 str. 14). Jak wspomniałem, wiąże się to z wpływem postmodernizmu w urbanistyce i inspirowane jest m.in. pracami Jane Jacobs (Jacobs, 1961) oraz działaniami niezależnych organizacji społecznych, np. Project for Public Space. W początkach XXI wieku procesy te nabierają na sile, zwłaszcza w Europie (Skandynawia), co przedstawił w swoich rozprawach m.in. Jan Gehl (Gehl i inni, 2000).





Zdj. 5

Ulica O'Connell Street w Dublinie w 2004 roku (przed jej przebudową i modernizacją) może być przykładem przestrzeni śródmiejskiej zawłaszczonej przez transport samochodowy. Widać ogromny kontrast w stosunku do stanu z XIX wieku, widoczne jest zwłaszcza „wypchnięcie” pieszych z tej przestrzeni.

Zdjęcie M. Gałkowski; 2015 rok.

W konsekwencji wymienionych powyżej czynników<sup>23</sup> rekreacyjne miejskie przestrzenie piesze, takie jak parki czy skwery, uczestniczą w procesie utowarowienia (komodyfikacji) i zaczynają w coraz większej mierze służyć kapitałowi do pomnażania zysków. Dotyczy to także budynków, historycznie zwanych publicznymi, takich jak dworce kolejowe, lotniska, muzea czy galerie sztuki. W drugiej połowie XX wieku wszystkie one zaczynają przekształcać się na wzór galerii handlowej i wprowadzać te same rozwiązania przestrzenne i zyskiwać nowe funkcje handlowe. Paradoksalnie rozwiązania

<sup>23</sup> Można wymienić jeszcze jeden czynnik wpływający na kształt dzisiejszych przestrzeni miasta, który pojawił się pod koniec XX wieku, jakim jest rewolucyjny rozwój technologii teleinformatycznych. Powoduje on dynamiczne zmiany na poziomie społecznych interakcji i sposobów korzystania z przestrzeni publicznych. Można wymienić tu tzw. *augmented reality* czy publiczne światy wirtualne mogące pełnić rolę przestrzeni publicznej. Konsekwencje tych zmian trudno dziś przewidzieć.

stworzone na potrzeby centrów handlowych zaczynają też być kopiowane do realnej, otwartej przestrzeni miejskiej. Pieszne obszary miasta są często przekazywane pod zarząd prywatnych korporacji, które wykorzystują je, bezpośrednio lub pośrednio, dla zysku, tak jak ma to miejsce w opisanym w kolejnym rozdziale Bryant Park.

Za sprawą prywatnego kapitału powstają też całkiem nowe quasi-publiczne przestrzenie piesze, których nadrzędnym celem jest stworzenie odpowiedniej oprawy dla działań biznesowych, czego przykładem są choćby obszary piesze przebudowanego Potsdamer Platz w Berlinie, a w Polsce „rynek” Łódzkiej Manufaktury (omówię te przypadki w dalszej części pracy). Te prywatne w sferze stosunków własnościowych terytoria miasta o funkcjach quasi-publicznych często nazywane są *przestrzeniami hybrydowymi* (Kohn, 2004) (Rochmińska, 2014) (Nissen, 2008). Towarzyszą one na ogół nowo budowanym obiektom biurowym, by wypełnić regulacje planistyczne (wymóg terenów „zielonych” czy powierzchni „biologicznie czynnej”), pozostając przy tym pod kontrolą prywatnych właścicieli. Ich proliferacja we współczesnych miastach i metropoliach jest jednym z najważniejszych przejawów komodyfikacji przestrzeni miejskiej w drugiej połowie XX wieku. Komodyfikacji i prywatyzacji nieodmiennie towarzyszy natłok reklamy. Bilbordy, szyldy, wielkopowierzchniowe bannery są dzisiaj stałym elementem wystroju ulic i placów. Zjawisko to jest wynikiem ewolucji technik sprzedaży związanej z panującym konsumpcjonizmem i ulega gwałtownemu nasileniu w realiach korporacyjnego kapitalizmu. Elementy reklamy zewnętrznej zmieniają charakter całych budynków, *de facto* pozbawiając te obiekty jakiegokolwiek wyrazu, banalizując ich architekturę i sprowadzając do roli reklamowego słupa. Ogromne nawarstwienie reklam w śródmieściach miast, które zajmują całe elewacje, przytłacza i przyczynia się do powstania informacyjnego szumu, niszcząc kulturowe i historyczne emblematy ważnych dla tkanki miejskiej miejsc. Choć w mojej pracy nie podejmuję się analizy zjawiska reklamy zewnętrznej, warto podkreślić wagę tego problemu. Ilustruje je poniższe zdjęcie nowojorskiego Time Square.



Zdj. 6

Przestrzeń placu Times Square (Nowy Jork). Reklamy całkowicie przykrywają architekturę placu i nadają jej ikonosferze postać chaotycznej feerii barw.

Zdjęcie: Chensiyuan; Wikimedia; domena publiczna.



## Rozdział 4.

### Funkcje współczesnej miejskiej przestrzeni publicznej oraz jej przemiany społeczno-kulturowe w XX i XXI wieku

#### 4.1 Dominacja funkcji rekreacyjnej i rozrywkowej w pieszej przestrzeni miejskiej

Jak przedstawiłem to w poprzednim rozdziale, w wyniku dominacji konsumpcji w życiu społecznym i ewolucji form handlu detalicznego, nastąpiły zmiany w obrębie miejskiej przestrzeni pieszej pod względem formalnym i funkcjonalnym, w następstwie czego jest ona miejscem głównie rozrywki i spotkania, a także służy jako arena codziennych interakcyjnych rytuałów – podczas gdy zakupów dokonuje się w wyspecjalizowanych obiektach handlowych (lub coraz częściej przez Internet<sup>24</sup>). O takim ujęciu funkcjonalnym przestrzeni publicznej pisze też Paprzyca:

Przestrzenie publiczne dobrze użytkowane, pełnią istotną rolę dla interakcji międzyludzkich, w większości samotnych, obcych młodych ludzi, którzy w nich spotykają się i poznają, wymieniają poglądy. Są to miejsca, które są istotne dla interakcji międzyludzkich. To miejsca, które mówią nam, iż są otwarte na ludzi z zewnątrz, są tolerancyjne. Ludzie w nich chcą słuchać różnego rodzaju muzyki, chcą jadać różnego rodzaju potrawy, nawiązywać znajomości z ludźmi, którzy się od nich różnią. Żyć w wymianie poglądów, w dyskusji i sporach. To miejsca stanowiące mieszkankę kultur, narodowości, idei, poglądów. (Paprzyca, 2014).

---

<sup>24</sup> Przyrost zakupów internetowych jest bardzo dynamiczny, co pokazują dane GUS: osoby zamawiające lub kupujące przez Internet towary lub usługi do użytku prywatnego to 15,7% w roku 2007, 18% w roku 2007, 23,2% w roku 2009, 28,9% w roku 2010 i już 29,7% w roku 2011. Nastąpił zatem dwukrotny ich wzrost. Trzeba też zwrócić uwagę, że również większość czynności urzędowych dokonuje się w internetowej sieci lub korzysta się z samochodu, nie zatrzymując się w otwartej przestrzeni. Źródło: *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2007-2011*, GUS, Warszawa 2012, s. 117.

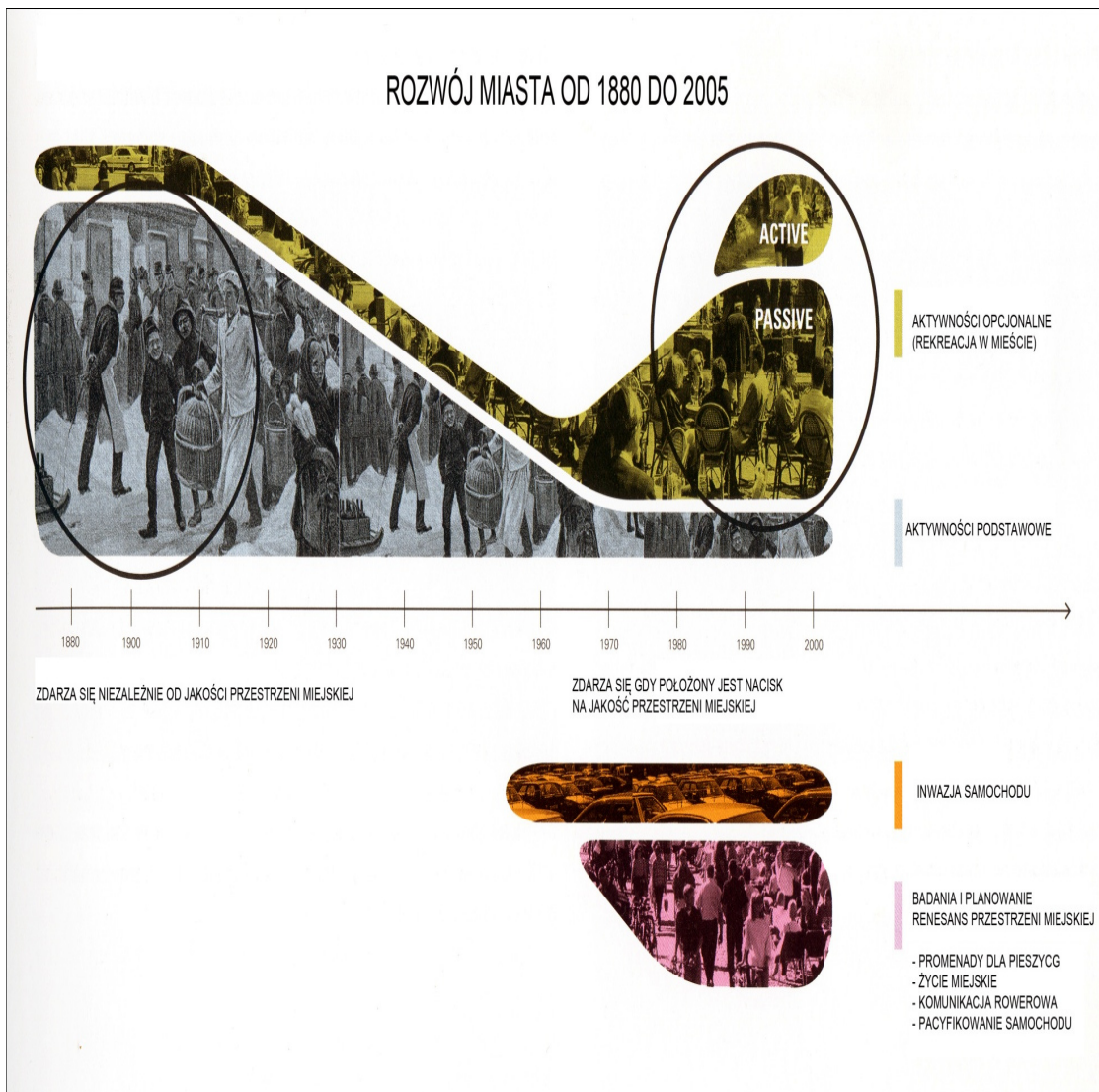
Aktywność użytkowników tej przestrzeni publicznej bardzo trafnie opisał w swych pracach J. Gehl (Gehl, 2010 str. 20), dzieląc ją na trzy grupy działań:

- *działania konieczne* – celowe działania, które ludzie podejmują z konieczności (np. podróż do pracy czy szkoły, oczekiwanie na autobus, dostarczenie towarów do klientów).
- *działania opcjonalne (rekreacyjne)* – działania podejmowane dobrowolnie, o ile czas i miejsce pozwala i otoczenie sprzyja. Są to działania warunkowe, czyli muszą zaistnieć pewne zewnętrzne uwarunkowania, by mogły nastąpić (np. spacer po promenadzie, zatrzymanie się po to, by podziwiać panoramę miasta).
- *działania społeczne* – działania podejmowane w warunkach obecności innych w przestrzeni publicznej (np. aktywnie – pozdrowienia i krótkie rozmowy lub pasywnie – proste przysłuchiwanie się konwersacjom). Takie zachowania pojawiają się spontanicznie w konsekwencji przebywania ludzi w jednej przestrzeni, ilekroć *podstawowe aktywności i opcjonalne aktywności* mają zapewnione właściwe wysokiej jakości środowisko.

Można zauważyć, iż wraz ze zmianami związanymi z uprzemysłowieniem i pojawieniem się nowych wyspecjalizowanych form konsumpcji, a także rozwojem transportu kołowego zmienia się też udział poszczególnych aktywności w przestrzeni miasta. Maleje stopniowo mianowicie udział aktywności koniecznych, natomiast rośnie udział aktywności opcjonalnych oraz społecznych. Ilustruje to wykres nr 1:

Wspomniane wyżej zmiany w użytkowaniu przestrzeni mają kolosalne przełożenie na cechy i funkcje przestrzeni pieszych miasta. Jeżeli bowiem mieszkańcy miasta mają woluntarystycznie przebywać w jakimś miejscu, to musi być to miejsce wyposażone w zestaw pewnych specyficznych cech i atraktorów. Słusznie zauważył to Gehl i określił jako wielką szansę rozwojową dla danego miasta tworzenie właśnie takich miejsc, w których ludzie nie tylko spacerują, ale aktywnie uczestniczą w życiu miejskim (a więc wykazują „aktywność społeczną”) (Gehl, 2010 str. 21). Jest to jednak bardzo trudny i złożony temat, bowiem poszczególne grupy społeczne poszukują dla swoich spotkań i działań miejsc o specyficznych cechach i o różnych lokalizacjach w mieście. Rodzi to często konflikty, tak dotyczące miejskich planów, jak i działań kapitału starającego się wykorzystać atrakcyjne przestrzenie dla swoich celów, co prowadzi do zjawiska komodyfikacji. Konflikty o

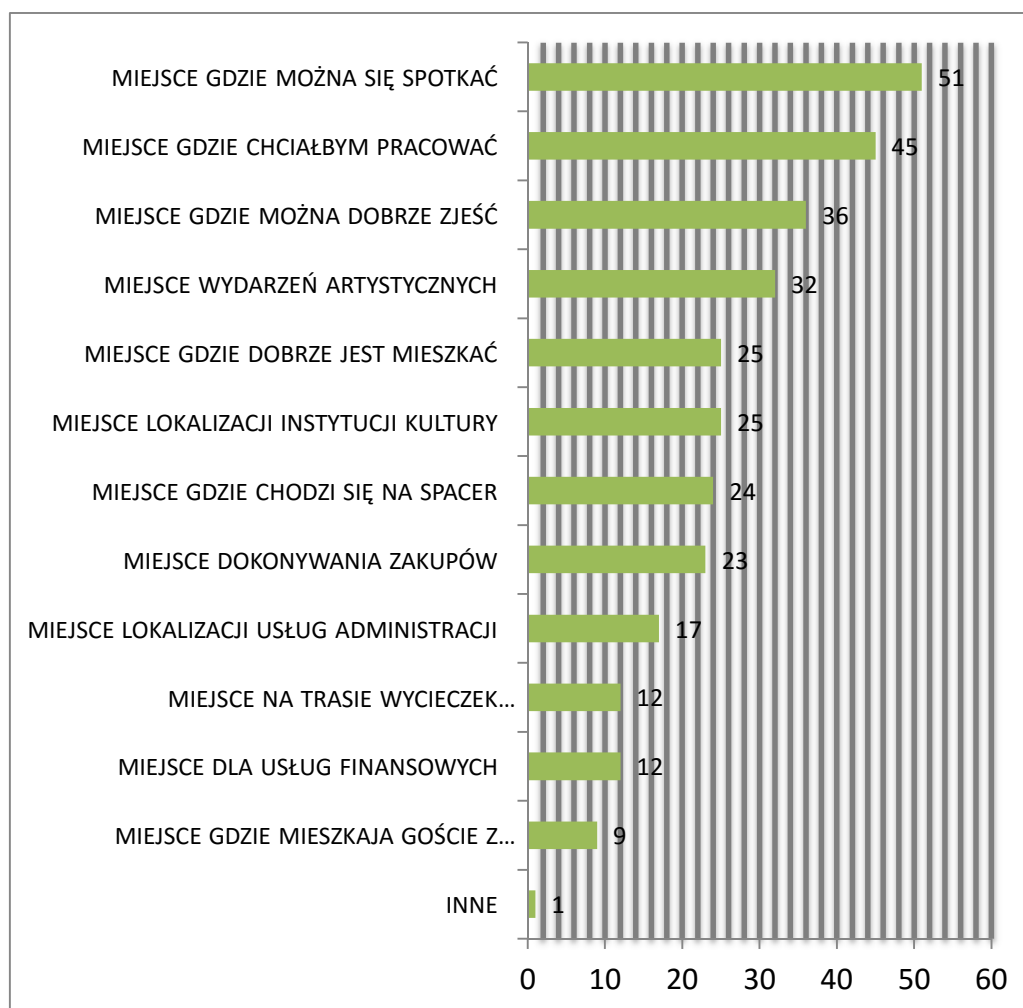
przestrzeń miejską powstają także pomiędzy różnymi grupami jej użytkowników, czego dobrym przykładem jest analizowany w dalszej części niniejszej pracy Smithfield Plaza w Dublinie.



Wykr. 4

Wykres pokazujący udział aktywności mieszkańców w przestrzeni publicznej. Opracowanie własne na podstawie pracy Jana Gehla (Gehl i inni, 2004 str. 35).

Na podstawie badań Gehla można uznać za słuszne stwierdzenie, że przestrzeń publiczna w obszarze centralnym miasta europejskiego – a więc jego place i ulice – straciła dominującą funkcję handlową – zakupów dokonuje się w wyspecjalizowanych obiektach handlowych. Te obszary funkcjonują w przeważającej części jako ośrodki rozrywki i rekreacji, a najtrafniej można je zdefiniować jako obszary spędzania czasu wolnego, jako że znajdują się w tej przestrzeni sklepy czy nawet duże domy handlowe. Nie stanowią one jednak funkcji dominującej [o spadku roli handlu w śródmieściu pisał już Castells w roku 1977 (Castells, 1982 str. 241)].

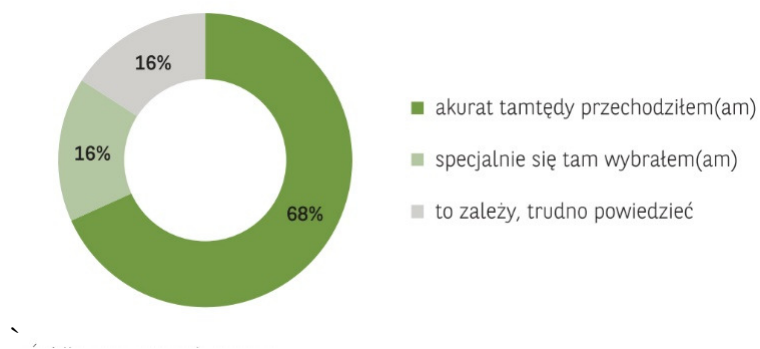


Wykr. 5

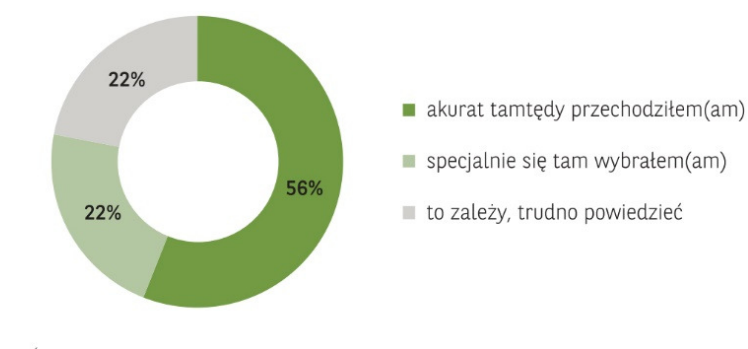
Deklarowana funkcja obszaru Rondo-Rynek w Katowicach. Na podstawie danych raportu *Analiza preferencji społecznych w zakresie realizacji projektu Rondo-Rynek w Katowicach z 2008 roku* autorstwa A. Drobnik (AE Katowice), M.Czornik AE Katowice), B.Ogrodnik (UŚ).

Istnieje wiele nowych danych statystycznych potwierdzających tą tezę, np. opracowanych na bazie badań przeprowadzonych wśród mieszkańców Katowic. Badania tego miasta są o tyle ciekawe, o ile w czasie ich trwania centralna przestrzeń piesza Katowic – tzw. obszar rynku – była przestrzenią bardzo zdewastowaną, pozbawioną mebli miejskich i kawiarni, z dość rachityczną zielenią. Pokazują one, że śródmieście dla zdecydowanej większości mieszkańców nie jest już miejscem dokonywania zakupów, ale raczej socjalizacji i rozrywki (zob. wykr. 2).

#### Dla Krakowa

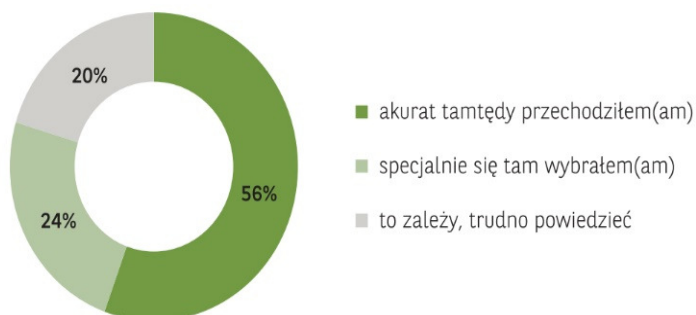


#### Dla Katowic





Dla Łodzi



Wykr. 6

Wykresy pokazujące powody robienia zakupów na śródmiejskich ulicach handlowych w trzech miastach: Krakowie, Katowicach i Łodzi. Dane pochodzą z raportu *Ulice Handlowe. Analiza Strategia Potencjał*, opracowanego wspólnie przez Polską Radę Centrów Handlowych (PRCH) oraz BNP Paribas Real Estate w 2014 roku.

Interesujące są także analizy powstałe na potrzeby raportu opisującego handel na śródmiejskich ulicach polskich miast. Pokazują one, że zakupy w śródmieściu w przeważającej części nie są zaplanowane – dokonuje się ich okazjonalnie, np. podczas spaceru. Poniższe wykresy prezentują dane dla trzech wybranych miast. Można zauważyć, że zakupy są najbardziej przypadkowe w Krakowie, którego wysokiej jakości śródmiejska przestrzeń publiczna służy w najwyższym stopniu rozrywce (wykr. 6).

## 4.2. Utowarowienie (komodyfikacja) pieszej przestrzeni miejskiej – prymat pieniądza nad wartościami społecznymi

Stwierdzenie, że przestrzeń piesza, zwłaszcza w obszarze centralnym miasta, zmienia funkcje i przekształca się w obszar rekreacji i rozrywki często prowadzi do powierzchownej, pozytywnej nadinterpretacji. Decydenci, urbaniści i architekci kreujący takie przestrzenie kładą nacisk na ich *estetyzację*, tj. projektowanie atrakcyjnych wizualnie, interesujących w warstwie kompozycyjnej, monitorowanych i kontrolowanych placów zabaw dla dorosłych. Korzystają przy tym z gotowych (często bardzo szczegółowych i dobrze udokumentowanych) badań i wzorców, jak choćby wspomniane prace Gehla (Gehl, 2010) czy zbiór zaleceń *Project for Public Space* (łatwy do okrojenia z metodologii społecznej). Trzeba tu potwierdzić, że tak powstałe przestrzenie mogą być doskonałym miejscem do realizacji szerokiego spektrum rytuału interakcyjnego, pełniąc rolę atraktora przyciągającego odwiedzających z przedmieść, i są powodem do częstszego i dłuższego przebywania mieszkańców w śródmieściu (o czym zaświadcza badania Gehla). Te przestrzenie mogą w pewnym zakresie pełnić rolę *trzeciego miejsca*, a więc obszaru, na którym mieszkańcy miasta mogą spotykać się ze sobą, socjalizować i tworzyć wspólnotę<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Pojęcie to stworzył R. Oldenburg (Oldenburg, 1989), który w swej książce *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community* podzielił rzeczywistość człowieka na trzy główne przestrzenie: domu, pracy i nieformalnych spotkań z innymi, i tą ostatnią nazywa właśnie „trzecim miejscem”. To „trzecie miejsce” pełni według niego bardzo ważną rolę w kształtowaniu się relacji między mieszkańcami danej dzielnicy czy miasta, i szerzej w tworzeniu lokalnych społeczności. Pisząc w warunkach amerykańskich (problem „rozlanych” przedmieść) zwraca uwagę na dezintegrację miejsc, w których mieszkańcy mogą się ze sobą swobodnie (tj. bez kontroli i narzucania warunków) spotykać, co prowadzi do erozji stosunków społecznych. Te same zjawisko można przełożyć na warunki przestrzenne polskich blokowisk. Podążając podobnym torem Paprzyca (Paprzyca, 2008 str. 2) w swym artykule podkreśla relacje człowieka z jego najbliższym otoczeniem, które mają bezpośredni wpływ na poczucie komfortu: *Między człowiekiem a miejscem jego życia, środowiskiem zamieszkania, rodzi się szczególnie związek emocjonalny, który daje człowiekowi poczucie swojskości, świadomości bycia u siebie./.../ To poczucie bycia u siebie przyczynia się do emocjonalnych związków ludzi z miejscem zamieszkania oraz pomiędzy ludźmi w danej przestrzeni. Konsekwencją tego jest wzrost zainteresowania oraz przywiązania do danej przestrzeni, miejsca zamieszkania, parku, placu.*

Wielu autorów (w tym publicystów w mediach masowych) tak właśnie definiuje sukces w tworzeniu przestrzeni publicznej.

Warto jednak zwrócić uwagę na ukrytą pod pozorem estetyzacji grę kapitału, której podstawową zasadę tak ujął Manuel Castells:

[...] w kapitalizmie wartość użytkowa jest nierozzerwalnie związana z wartością wymienną i oparta na jej prawach (Castells, 1982 str. 197).

W nowej gospodarce liberalnej produkcja przestrzeni, także przestrzeni publicznej, przybiera nową formę. Jak pisze Gottdiener:

Ujmując to w skrócie, dziś przestrzeń zamieszкана jest zasobem zamienionym na towar [ang. *commodity*] przez ekonomię polityczną współczesnego kapitalizmu, który może kupować, sprzedawać, wynajmować, konstruować, burzyć, wykorzystywać i wykorzystywać wtórnie w taki sam sposób jak każdy inny rodzaj inwestycji (Gottdiener, 2000 str. 266).

Oznacza to, że pomimo redukcji roli handlu detalicznego w śródmieściach miast nadal – a może zwłaszcza wtedy – obszary centralne, skupiające społeczną aktywność i będące skupiskiem najważniejszych usług finansowych, są areną bezwzględnej gry rynkowej, której celem jest wyłącznie reprodukcja kapitału. Jak wspominałem, można przyjąć, że ta gra dotyczy także przestrzeni pieszej – każdy miejski plac, park, deptak czy pasaż będzie wykorzystany w tej grze, a jego wyjątkowe właściwości – estetyczne, historyczne czy funkcjonalne – mogą podnosić stawkę. „Wyjątkowość” okazuje się tu zresztą cechą bardzo pożądaną, będąc podstawą zjawiska tzw. renty monopolowej. Jak wyjaśnia Harvey, występuje ona wtedy gdy:

aktorzy społeczni kontrolują zasoby, towary lub miejsca o wyjątkowej jakości, które w odniesieniu do konkretnego rodzaju działalności pozwalają im czerpać renty monopolowe od tych, którzy pragną z nich korzystać [...] <sup>26</sup>. (Harvey, 2012 str. 132).

---

<sup>26</sup> Autor podaje proste przykłady: *Wersja związana z daną lokalizacją byłaby (dla kapitalistów zajmujących się handlem) z pewnością warunkowana dostępem do, powiedzmy, sieci transportowych i komunikacyjnych*

Grunty i nieruchomości w pobliżu popularnych przestrzeni publicznych są bardziej atrakcyjne dla inwestorów, co ma odbicie w ich wycenie rynkowej. To, co interesuje kapitał, to popularność miejsc wyrażana przez mierzalne przepływy ludzi przez dany obszar – przepływy, które można wprost przeliczyć na potencjalnych klientów kawiarni, restauracji, sklepów czy też odbiorców reklam w danym obszarze. Popularność i pozytywne opinie o przestrzeni publicznej stanowią też doskonałą rekomendację dla kupna czy też najmu nieruchomości położonych w pobliżu.

Zjawisko wzrostu czynszu najmu oraz cen kupna nieruchomości położonych w sąsiedztwie przestrzeni publicznej nie zostało jak dotąd szeroko opisane w literaturze, jednak można odnaleźć precyzyjne dane przygotowane przez CBRE, dotyczące parków Nowego Jorku<sup>27</sup>. Pokazują one, że bliskość rekreacyjnej przestrzeni publicznej podnosi wartość czynszu w tym miejscu o średnio 44%. W przypadku położonego w centrum Manhattanu niewielkiego Bryant Park wartość ta wynosi aż 63% w porównaniu do kwartałów niesąsiadujących z tą otwartą przestrzenią. Dane z raportu CBRE stały się podstawą do publikacji ciekawego artykułu w „The Wall Street Journal”<sup>28</sup> z sierpnia 2012 roku, skąd pochodzi poniższa ikonografia:

W dążeniu do zwiększenia zysków (pośrednich z najmu i bezpośrednich ze sprzedaży towarów i usług) kapitał rozpoczyna cały szereg działań, mających z jednej strony wzmocnić wizualną atrakcyjność miejsca, by przyciągnąć jak największą ilość osób, a z drugiej jak najściślej wyselekcjonować użytkowników danego obszaru pod kątem ich przynależności społecznej i zdolności nabywczej. Taka selekcja umożliwia dostosowanie produktów i usług (także produktu, jakim jest przestrzeń) do potrzeb użytkowników – czyli klientów.

---

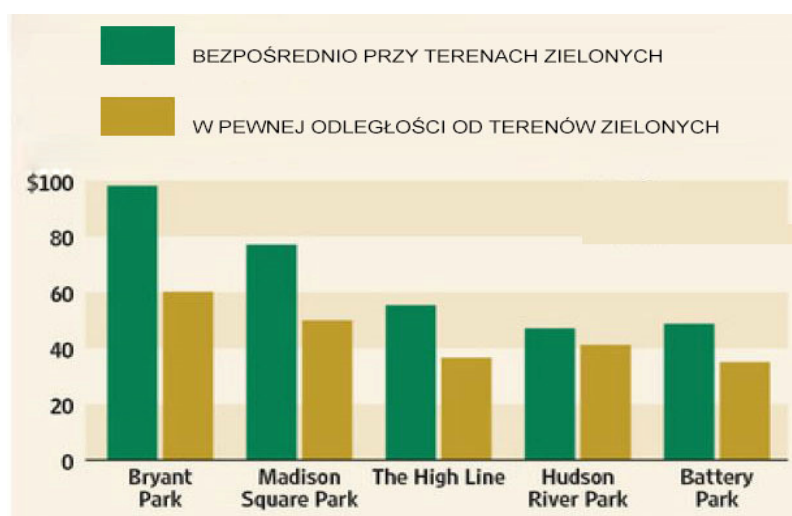
*lub bliskiej obecności (dla sieci hotelowej) jakiejś wysoce skoncentrowanej aktywności (takiej jak centrum finansowe). Zarówno handlowiec, jak i hotelarz zgodzą się zapłacić wyższą stawkę za ziemię z powodu oferowanego przez nią dostępu do określonych zasobów (Harvey, 2012 str. 132).*

<sup>27</sup> Wyniki analiz można znaleźć na stronie:

<http://www.cbre.us/o/newyorkcity/NYC-Media-Archives/Pages/CBRE-Research-Manhattan-Office-Properties-Near-Parks-44-Higher-Rents.aspx>

<sup>28</sup> Artykuł można znaleźć na stronie (dostęp maj 2014):

<http://www.wsj.com/articles/SB10000872396390444327204577617530421406326>



Wykr. 7 Graficzne porównanie ceny najmu (w dolarach na stopę kwadratową) dla powierzchni komercyjnych leżących w bezpośrednim sąsiedztwie terenów zielonych, w porównaniu do podobnych, ale leżących od nich w pewnej odległości (na przykładzie Nowego Jorku).

Dane pochodzą z raportu CBRE *Premiums on the Parks* z 2012 roku.

Prywatyzowanie miejskich terenów otwartych (placów, ulic handlowych, parków) ma najdłuższą historię w Ameryce. Nie chodzi tu tylko o formy bezpośrednie, ale także o pośrednie, czyli przekazywanie kontroli nad przestrzenią w ręce prywatnych przedsiębiorstw i korporacji. Tworzone są tam specjalne organizacje, które przejmują zarządzanie (administrowanie) miejską otwartą przestrzenią. Te działania mogą być zamaskowane, np. podmioty zarządzające przyjmują formę organizacji *non-profit*, podczas gdy przejmowanie przestrzeni przebiega w trybie partnerstwa publiczno-prywatnego (tzw. PPP itp.). Faktem pozostaje, że te obszary miasta zostają w dużej mierze wyłączone z miejskiej jurysdykcji, a na regulacje prawa państwowego zostają nałożone korporacyjne regulaminy. Prowadzi to do narzucenia korporacyjnego miru na przestrzeń miejską, wprowadzenia niezależnych instrumentów inwigilacji i obserwacji, a w końcu do pojawienia się mechanizmów represji, jakimi są np. działania prywatnych firm ochroniarskich.

Represje wiążą się najczęściej z wykluczeniem z przestrzeni niepożądanych użytkowników. Bierwiaczonek (Bierwiaczonek i inni, 2012 str. 54) wyróżnił trzy wymiary takiego wykluczenia: w zakresie potrzeb, w zakresie praw do przestrzeni publicznej oraz

w zakresie jej znaczenia. Podłożem takiego zjawiska w naszej strefie kulturowej są zwykle czynniki ekonomiczne, podczas gdy w Stanach Zjednoczonych wciąż pewną rolę odgrywa czynnik rasowy:

Prywatyzacja przestrzeni publicznych wyklucza lub marginalizuje udział w nich niższych warstw społecznych. Równocześnie ułatwia „militaryzację” przestrzeni. W odpowiedzi na obsesyjny lęk, którym owładnięte są wielkomiejskie społeczeństwa, podejmuje się działania mające zapewnić bezpieczeństwo wystraszonym mieszkańcom (Bierwiaczonek i inni, 2012 str. 62).

Wszystkie trzy rodzaje wykluczenia pojawiają się w ścisłym związku z prywatyzacją i komodyfikacją przestrzeni. Reprodukacja kapitału jest bowiem najbardziej efektywna w wyselekcjonowanych grupach społecznych (zwykle w klasach średnich i wyższych). Zjawisko wykluczania i selekcji użytkowników, choć jest sprzeczne z ideą przestrzeni publicznej, zakładającą możliwie nieskrępowany dostęp, staje się dziś codziennością. Trafnie opisał je Bauman, wskazując na jego niebezpieczne dla życia społecznego następstwa:

Niepotrzebni, niechciani, opuszczeni — gdzie jest ich miejsce? Najkrótsza odpowiedź brzmi: poza zasięgiem wzroku. Po pierwsze, trzeba ich usunąć z ulic i innych miejsc publicznych używanych przez nas, mieszkańców nowego wspaniałego świata konsumpcji. [...] Aby uczynić fizyczną izolację niezawodną, można wzmocnić ją poprzez separację mentalną, czego rezultatem jest wygnanie ubogich z wszechświata moralnej empatii. Wypędzając ubogich z ulic, można również wypędzić ich ze wspólnoty ludzi, ze świata etycznego obowiązku. Dokonuje się to poprzez przejście od języka niedostatku [*deprivation*] do języka zepsucia [*depravity*]. Ubodzy stają się „naturalnymi podejrzanymi”, których aresztuje się przy akompaniamencie publicznej wrzawy za każdym razem, gdy w zwykłym porządku zostaje wytropiona usterka. Portretuje się ich jako zdemoralizowanych, grzesznych i pozbawionych standardów moralnych (Bauman, 2006 str. 201).

Poddane presji kapitału komodyfikowane przestrzenie są również celowo czyszczone z wszelkich przejawów aktywności politycznej czy też religijnej, przy czym nie chodzi tylko o pokojowo organizowane festyny czy oficjalne okolicznościowe wiece, ale także (a może zwłaszcza) o demonstracje i akty protestu. Mając też na uwadze polskie doświadczenia z lat 80. trudno nie zgodzić z cytatem z pracy Dona Mitchella:



Okupacja przestrzeni jest niezbędnym składnikiem protestu i jest to fakt, o którym państwo, kapitał i inne siły wiedzą aż za dobrze. (Mitchell, 2003 str. 149).

Można tu podać klarowny przykład z demonstracji *Ruchu Okupacji Wall Street*, kiedy to gromadzący się w nowojorskim Parku Zuccotti (*nomen omen* nazywany jest on także *Liberty Plaza Park*, a więc Plac Wolności) obywatele, chcący demonstrować i pikietować na rzecz pewnej określonej wizji społecznej, napotkali na swojej drodze prywatnych ochroniarzy broniących dostępu do placu. Okazało się bowiem (co było dużą niespodzianką dla protestujących), że teren ten nie jest przestrzenią publiczną, ale parkiem prywatnym<sup>29</sup>, na co dzień tylko *udostępnianym* obywatelom Nowego Jorku na mocy umowy z władzami miasta (Kayden, 2011). W kolejnych odsłonach w akcję przeciw protestującym w tym hybrydowym obszarze miasta włączyła się też policja, chroniąca w ten sposób prywatną przecież własność.

Warto też zauważyć, że współczesne media, mimo że na pozór tak łatwo dostępne za sprawą technologii komunikacyjnych, nie są w stanie rozpropagować wirtualnych wydarzeń na szerszą skalę<sup>30</sup>. Don Mitchell przywołuje tu m.in. powstanie studenckie na Tiananmen Square z roku 1989:

poprzez przejście i transformację placu, ruch [społeczny – przyp. M.G.] stworzył przestrzeń dla reprezentacji, reprezentacji, która dopiero wówczas została zauważona przez media i rozpropagowana na całym świecie. (Mitchell, 2003 str. 149).

Bardziej współcześnie o prawdziwości tego twierdzenia świadczą tzw. Arabska Wiosna czy ruch *Occupy Ghezi*<sup>31</sup>, w przypadku których nowoczesne media internetowe (serwisy społecznościowe) odegrały kluczową rolę w rozpoczęciu protestów, ale dopiero

---

<sup>30</sup> Wynika to także z pewnej „klastrowości” współczesnych mediów internetowych, czyli podziału ich użytkowników na „niewidzące” siebie wzajemnie grupy, użytkowników związane z konkretnym portalem czy serwisem internetowym. Dobrym przykładem działania internetowej społeczności jest serwis *Second Life* (Gałkowski, 2005).

<sup>31</sup> Więcej o tym symptomatycznym wydarzeniu w artykule:

<http://www.newyorker.com/news/news-desk/occupy-gezi-police-against-protesters-in-istanbul>

po fizycznym przejściu kontroli nad przestrzenią miejską postulaty walczących zostały zauważone w mediach głównego nurtu i były przedmiotem dyskusji wśród decydentów.

Trzeba bowiem jeszcze raz podkreślić specyficzną funkcję przestrzeni publicznej, która w swej idealnej formie pozwala na spotkanie i poznanie się wszystkich obywateli (ich różnorodnych poglądów i światopoglądów) w określonym, fizycznym obszarze miasta, co wydaje się nie do zastąpienia na drodze rozwiązań technologicznych. Tą być może najważniejszą cechą przestrzeni miejskiej następująco tłumaczy T. Judt:

Młodzi ludzie rzeczywiście mają kontakt z podobnie myślącymi osobami, oddalonymi o tysiące kilometrów. Jednak nawet jeśli studentów z Berkeley, Berlina czy Bangalore łączą wspólne interesy, nie tworzą oni jednak społeczności. Przestrzeń ma znaczenie. Polityka jest funkcją przestrzeni: głosujemy w miejscu zamieszkania, a legitymizacja i władza naszych przywódców także ogranicza się do miejsca, w którym zostali wybrani. Kontakt z podobnie myślącymi ludźmi po drugiej stronie globu – nawet jeżeli nawiązywany w czasie rzeczywistym – nie stanowi substytutu prawdziwej więzi (Judt, 2011 str. 114).

Spotkanie to nie zawsze przebiega bez konfliktów, politycznych sporów, a czasami nawet aktów przemocy. Takie zjawiska nie są akceptowalne dla jakiegokolwiek prywatnego właściciela, dla którego przestrzeń miejska jest towarem i lokatą kapitału. To właśnie wartość przestrzeni publicznej jako obszaru umożliwiającego spotkanie i interakcję podkreśla w swej książce L. Lofland:

Sfera publiczna jest jednym z bardzo nielicznych rodzajów terytoriów społecznych, które w sposób stały dają człowiekowi możliwości ograniczonego, segmentowanego, epizodycznego doświadczenia więzi między sobą a innymi. Przestrzeń publiczna jest prawdopodobnie miejscem większości niewspólnotowych (*non communal*) i nieintymnych związków, które ludzie tworzą między sobą (Lofland, 2007 str. 242)<sup>32</sup>.

---

<sup>32</sup> Oryginalnie: „The public realm is one of the very few kinds of social territories that, on a recurring basis, provides the opportunity for individuals to experience limited, segmental, episodic, distanced links between self and other. The public realm is, in fact, probably the locus for a significant portion of all noncommunal, nonintimate relationships that humans form with one another” (tłum. autora).

Ta scena, by mogła funkcjonować prawidłowo, powinna zachować neutralność. Pisz o tym z kolei socjolog R. Oldenburg:

Aby miasta i jego dzielnice oferowały bogate i zróżnicowane towarzystwo, co jest ich zobowiązaniem i potencjałem, musi istnieć neutralna przestrzeń, w której ludzie mogą się zbierać. Musi być miejsce, do którego ludzie mogą przyjść i odejść wtedy, gdy im się podoba, w którym nikt nie musi odgrywać gospodarza i w którym wszyscy czujemy się tak komfortowo jak w domu (Oldenburg, 1989 str. 22)<sup>33</sup>.

Ta konieczna neutralność i nieograniczona dostępność miejskiej przestrzeni publicznej jest redukowana lub wręcz likwidowana poprzez wspomniane mechanizmy komodyfikacji i komercjalizacji, które podporządkowują aktywność różnorodnym formom konsumpcji – w efekcie to praktyki konsumpcyjne nabierają rangi kluczowej interakcji społecznej we współczesnym postmodernistycznym społeczeństwie. Można zaryzykować stwierdzenie, że **wszelkie działania opcjonalne (rekreacyjne) w obszarze miasta, które zdefiniował Gehl (Gehl i inni, 2004), są współcześnie w przeważającej części powiązane z jakąś formą konsumpcji**, podobnie też działania społeczne.

Jako przykład można podać przytoczony przez tego autora wykres obrazujący wzrost ilości kawiarni w śródmieściach miast i rozkwit tzw. *coffe culture* – czyli zwyczaju przesiadywania w kawiarniach położonych przy placach i ciągach pieszych. Gehl wskazuje go jako wartość pozytywną i wyznacznik *życia miasta*<sup>34</sup>. Jednak takie spędzanie czasu jest też formą aktywnej konsumpcji, charakterystyczną dla nowoczesnej miejskiej klasy średniej. Przesiadywanie w kawiarniach i klubach, wybór lokali na podstawie mody

---

<sup>33</sup> Oryginalnie: „In order for the city and its neighborhoods to offer the rich and varied association that is their promise and potential, there must be neutral ground upon which people may gather. There must be places where individuals may come and go as they please, in which no one is required to play host, and in which we all feel at home and comfortable” (tłum. autora).

<sup>34</sup> Coraz częściej pojawiają się jednak opinie krytyczne, kładące nacisk na aspekt przejmowania przestrzeni skwerów i deptaków przez prywatnych właścicieli kawiarni i klubów, co w konsekwencji prowadzi do ograniczenia aktywności i jest rodzajem skrytej prywatyzacji przestrzeni miejskiej. Jednym z takich tekstów, opisujących ten problem na przykładzie Barcelony, jest artykuł autorstwa Paulo Rivas *Jak ogródki piwne pożarły przestrzeń publiczną*, dostępny na stronie internetowej (dostęp 09.2015): <http://nowyobywatel.pl/2015/09/02/jak-ogrodki-piwne-pozarly-przestrzen-publiczna/>

(wystroju, typu muzyki, specyficznego menu czy prestiżu) stanowi podstawę do kreowania naszego obrazu siebie (*image*). Jak pisze Gottdiener:

W postmodernistycznym świecie kultury obraz (ang. *image*) stał się elementem nadrzędnym. Dobra materialne nie są związane bezpośrednio z wymaganiami codziennego życia. Zamiast tego są one konwertowane na znaki. Ludzie reagują na dobra materialne tak jak na obrazy i symbole. [...] Jesteśmy tym, co pokazujemy, tym, co naśladujemy z kultury masowej i sama kultura obecnie obraca się wokół obrazów. Dziś konsumpcja składa się z przywłaszczania znaków. Kiedy konsumujemy, używamy dóbr materialnych w aspekcie konstruowania stylu życia, co nadaje wartość naszemu obrazowi (*image*) (Gottdiener, 2000 str. 19).

Tworzenie wspomnianego *image* staje się jednym z podstawowych motywów działań ludzi w otwartej przestrzeni i jedną z jej najważniejszych funkcji. Kreujemy siebie, swoją tożsamość nie tylko poprzez uczestnictwo w określonych działaniach oraz posiadanie określonych dóbr, ale także poprzez przebywanie w określonej przestrzeni (mającej określone cechy). Jak twierdzi Gottdiener, to praktyki konsumpcyjne definiują nasz stosunek do Innych:

Rośnie nacisk w społeczeństwie na styl życia (ang. *lifestyle*) i osobiste zainteresowania jako wyznacznik tego, kim się jest, oraz jako sposób do łączenia z innymi. Obecnie ludzie coraz częściej odnoszą się do siebie poprzez popularne praktyki konsumpcyjne, takie jak preferencje sportowe, wakacyjne, muzyczne, filmowe, ulubione restauracje i co nie mniej ważne – sposoby samej konsumpcji (Gottdiener, 2000 str. 21).

Te zjawiska bezwzględnie wykorzystuje kapitał do tworzenia coraz bardziej wyspecjalizowanych i doskonałych w swej wydajności przestrzeni konsumpcji. Kapitał działa globalnie, stosując te same sprawdzone schematy niezależnie od lokalizacji, czego efektem jest homogenizacja przestrzeni miejskiej w światowej skali. Tradycyjne miasto europejskie narastało powoli, nawarstwiało się fizycznie – ale też kulturowo. Było wznoszone w różnych stylach, w oparciu o różnorodność kulturową mieszkańców. Obecnie w całym kręgu kultury Zachodu przestrzeń poddawana jest komercyjnej unifikacji. Wszędzie spotykamy te same reklamy globalnych firm, te same sklepy i sieciowe restauracje. Często nawet te same elementy małej architektury – jak ławki czy latarnie – można znaleźć w różnych miastach czy wręcz krajach, gdyż są produkowane masowo i

dystrybuowane globalnie. Na to nakładają się globalne trendy estetyczne – modne rozwiązania projektowe są bardzo szybko kopiowane przez lokalne biura i realizowane niezależnie od kontekstu kulturowego na różnych kontynentach. Następuje daleko posunięta homogenizacja i estetyzacja miejskich przestrzeni, co jak twierdzi Debord, wynika z tego, że immanentną cechą kapitału jest dążenie do władzy:

Kapitalizm na mocy swej wewnętrznej dynamiki zmierza do zdobycia władzy absolutnej, obecnie może i musi przekształcić całą przestrzeń w swoją dekorację (Debord, 2006 str. 118).

Dekoracje, o której pisze Deboard, często przyjmują formę *tematyzacji przestrzeni* (ang. *theming*), czyli sztucznego nadawaniu znaczenia (i tematu). Jest to strategia zaadoptowana wprost z technik sprzedażowych (sztandarowym przykładem są tu tematyczne kasyna Las Vegas), obecnie też prawie każde duże centrum handlowe kreuje swą przestrzeń wokół jakiegoś *tematu* – np. Śląska, ogrodu, fabryki, trzech stawów itp. Przestrzeniom publicznym również narzuca się tzw. temat, bardzo często zupełnie oderwany od historycznego znaczenia miejsca.

*Theming* jest zjawiskiem względnie nowym (XX wiecznym) i powoli zastępuje, czy też wzmacnia, zakorzenione w tradycji *upamiętnianie*. Jak wspomniano, od XVII wieku w miastach ulice, place, parki noszą nazwy upamiętniające ludzi i wydarzenia związane z historią danego społeczeństwa i miejsca. Temu samemu celowi służą także pomniki, tablice i elementy rzeźbiarskie. Te znaki tworzą strukturę, o czym następująco pisze Castells:

Na płaszczyźnie ideologicznej [...] miasto jest nie tylko całością funkcjonalną zdolną do kontrolowania swojego rozwoju, ale też strukturą symboliczną, zespołem znaków, tworzących pomost pomiędzy społeczeństwem a przestrzenią i wiążących przyrodę z kulturą [...] (Castells, 1982 str. 239).

Dziś struktura symboliczna również jest komodyfikowana i używana do reprodukcji kapitału – stając się towarem. Dotyczy to tak historycznych miejsc i artefaktów (np. budynki Łódzkiej Manufaktury opisane w kolejnej części tej pracy), jak nazw własnych (np. Dom Handlowy „Witkacy” w Warszawie). Elementy istniejącej historycznej struktury symbolicznej są często podstawą do tworzenia „tematów” dla komercjalizacji. Opcjonalnie, na potrzeby marketingowe tworzone są zupełnie nowe silne „tematy”,

oderwane od rzeczywistego kontekstu, przez co zatraceniu ulega dawny sens wiązany z danym miejscem.

Przyjąć zatem można, że w dzisiejszym mieście cała otwarta przestrzeń stała się potencjalnym towarem, źródłem dochodu, niezależnie od formy jej własności. Utowarowienie miasta dotyczy bowiem tak obszarów prywatnych, jak i wspólnych (rozumianych jako należące do miasta, a nawet do instytucji państwowych).

Idąc w ślad za rozważaniami Baudrillarda (Baudrillard, 2005) można też przyjąć, że autentyczna, tj. posiadająca historię i wpisana w strukturę historyczną, przestrzeń w procesie komodyfikacji zostaje przekształcana w symulację<sup>35</sup>, stając się bardziej atrakcyjną od oryginalnej, co uzupełnia trwająca w jej obszarze, sztucznie podtrzymywana feeria. Często przywoływanym w literaturze sztandarowym przykładem takich kompleksowych działań jest Las Vegas. Jednak patrząc na którekolwiek centrum handlowe czy śródmieścia europejskich metropolii, bardzo łatwo przekonać się o słuszności tak postawionej tezy.

Ponieważ funkcja przestrzeni jest wyznaczona przez ramy narzuconej strategii marketingowej (w tym wybór grupy docelowej dla produktu, jakim się stała), stąd pojawiły się fizyczne bariery w dostępie do niej, by filtrować użytkowników i aktywność. Cytując innego znanego autora, Guya Deboarda, chodzi tu o:

podporządkowanie towarom całości życia społecznego. Nie dość, że utowarowienie stało się widoczne, to nie widać już nic poza nim: świat widzialny jest światem towaru (Debord, 2006 str. 48).

Świat ten pod wpływem utowarowienia ulega postępującej banalizacji, gdy reprodukcji kapitału podporządkowane są coraz to większe jego obszary rzeczywistości (tak te materialne, jak i ideacyjne). Sama miejska przestrzeń otwarta też stała się dzisiaj

---

<sup>35</sup> Koncepcje zastępowania świata rzeczywistego przez jego hiperrealistyczne symulacje wprowadził w 1981 roku w książce *Symulakry i symulacja* francuski socjolog i filozof Jean Baudrillard. Publikacja ta wywarła bardzo duży wpływ na myśl humanistyczną końca XX wieku, a także na kulturę masową. Tezy Baudrillarda są bardzo radykalne, a najśłynniejszy chyba cytat z jego dzieła brzmi: *rzeczywistość nie istnieje*. Filozof ten analizuje szereg przykładów (np. błyskotliwy przykład francuskiej jaskini Lascaux, budynek Centrum Pompidou w Paryżu autorstwa duetu Piano&Rogers), pokazując, jak realne treści zostają zastąpione przez hiperrealistyczne symulacje, które dla odbiorców/użytkowników są bardziej atrakcyjne, ale co ważniejsze – bardziej *prawdziwe* od rzeczywistości. Niestychanie ciekawe są też tezy Baudrillarda dotyczące reklamy, która według tego autora „pochłania wszelkie możliwe formy ekspresji”.



głównie towarem, źródłem dochodu, i to niezależnie od jej formy własności. Utowarowienie dotyczy bowiem tak obszarów prywatnych, jak wspólnych, należących do miasta (a nawet do instytucji państwowych), bowiem zarówno właściciele, jak i administratorzy patrzą na przestrzeń w kategoriach źródła przychodów. Konsekwencją takiego podejścia są dokładnie zaplanowane działania, koncentrujące się na maksymalizacji zysku, które z kolei prowadzą do banalizacji, tematyzacji i homogeniczności przestrzeni miejskich. Jak pisze Debord, wynika to z immanentnych cech samego kapitalizmu:

Kapitalistyczna produkcja znosząc granice między poszczególnymi społeczeństwami, ujednoliciła przestrzeń. Ten proces był tożsamy z intensywnym i ekstensywnym postępowaniem banalizacji. Nagromadzenie towarów produkowanych seryjnie na potrzeby abstrakcyjnej przestrzeni rynkowej, które zlikwidowało wszelkie bariery regionalne i prawne oraz feudalne monopole cechowe – utrzymujące jakość produkcji rzemieślniczej – unicestwiło również autonomię i jakość miejsc (Debord, 2006 str. 117).

Jak wynika z powyższej, dość uproszczonej prezentacji różnych ujęć problemu, oddziaływanie kapitału na przestrzeń przebiega wielopłaszczyznowo i ma swe źródła głęboko w przemianach społeczno-kulturowych XX-wiecznego społeczeństwa. Rodzi się więc bardzo ważne pytanie – czy w tak skomplikowanej sytuacji można wartościować miejską przestrzeń publiczną w miastach naszego kręgu kulturowego? Jeśli tak, to w jaki sposób? I czy istnieją obiektywne kryteria jej oceny?

Warto podkreślić, że te pytania są kluczowe tak dla projektowania, jak i prowadzenia polityki miejskiej czy działania organizacji miejskich. Opisywany poniżej przykład Bryant Park pokazuje, że ta sama przestrzeń może być oceniana skrajnie różnie w zależności od przyjętych kryteriów. Oczywiście dla architektów i urbanistów najprostszym kryterium oceny są wartości estetyczne i kompozycyjne, a także czysto funkcjonalne. Są to jednak kryteria wybiórcze i nie biorą pod uwagę całego spektrum oddziaływania przestrzeni na społeczność miasta.

Jak przedstawiono we wstępie, najważniejszym kryterium oceny, wynikającym z samej definicji przestrzeni publicznej, jest jej dostępność. Jednak przyjęcie tylko tego kryterium niewiele mówi nam o funkcjach, jaką pełni dana przestrzeń w życiu

mieszkańców miasta. Można przyjąć, że istnieją przestrzenie o ograniczonym dostępie, ale pełniące ważne funkcje kulturalne czy oświatowe dla znacznej części mieszkańców. Pomimo że nie można nazwać ich „publicznymi”, to zgodnie z przytoczonymi na wstępie definicjami nie można zanegować ich pozytywnego oddziaływania na miasto.

Wydaje się, że trafną metodę wartościowania zaproponował David Harvey, przyjmując za kryterium oceny przestrzeni publicznej pojęcie *dobra wspólnego* (ang. *common goods*). Pomimo że definicja *dóbr wspólnych* jest bardzo ogólna, to pozwala na wartościowanie niezależne od stosunków własnościowych czy fizycznej aranżacji przestrzeni, jako że aranżacja może zwiększać lub uszczuplać płynące z danej przestrzeni dobro wspólne, ale nie jest kryterium samym w sobie.

By zachować porządek naukowy podczas oceny, **posłużę się podziałem stworzonym przez Lyn H. Lofland (Lofland, 2007), w którym autorka wyróżnia sześć podstawowych funkcji użytkowych przestrzeni wspólnej miasta.** Są to funkcje:

1. **środowiska uczącego** (ang. *enviroment for learninig*) – a więc miejsca uczenia się relacji społecznych poprzez kontakt z innymi, nauki zachowania osobistego komfortu podczas przebywania wśród innych ludzi, także tych pochodzących z różnych środowisk. Autorka opisuje wartość *środowiska uczącego* w kontekście wychowania i rozwoju dzieci, ale w społeczeństwie ery internetu stosunki społeczne i wszelakie mody zmieniają się błyskawicznie – w tym kontekście trzeba podkreślić unikatowość przestrzeni publicznej jako miejsca ich osobistego odkrywania i przyswajania w realnym świecie.
2. **wytchnienia i odpoczynku** (ang. *respites and refreshments*) – co definiowane jest tak jako przyjemność płynąca z przebywania w towarzystwie innych ludzi i towarzyszących temu aktywności. Lofland jasno wspomina także o przyjemnościach wynikających z przeżyć estetycznych, związanych z oglądaniem i kontemplacją architektury i sztuki w przestrzeni publicznej, a także o wartości estetyki miasta. Wyodrębnienie funkcji estetycznej i nadanie jej rangi jest zbieżne z poglądami polskiego autora Wojciecha Kosińskiego (Kosiński, 2011).
3. **centrów komunikacji** (ang. *communication centers*) – przestrzenie publiczne sprzyjają międzyludzkiemu kontaktom, a te z kolei wiążą się z komunikacją, przekazywaniem informacji pomiędzy pojedynczymi osobami i całymi grupami

- społecznymi. Nie chodzi tu o dyskurs polityczny, ale raczej o wymianę informacji, światopoglądu i idei pomiędzy zróżnicowanymi przedstawicielami społeczności.
4. **praktykowania polityki** (ang. *practice of politics*) – autorka odwołuje się tu do prac Richarda Senetta i stwierdza, że nieskrępowane interakcje z innymi obywatelami oraz wymiana poglądów w przestrzeni miejskiej rozwijają myśl polityczną i uczą nas *praktykowania polityki*. Jak pisze Lofland: „zaangażowanie w publiczne życie w miastach, w niemetaforyczną „wolną przestrzeń”, która stanowi sferę publiczną, dostarcza także form edukacji obywatelskiej i pozwala ludziom na praktykowanie (zarówno w sensie „próbowania”, jak i „wykonywania”) polityki” (Lofland, 2007) 234.
  5. **wyrażania społecznego porządku oraz konfliktu** (ang. *the enactment of social arrangements and social conflict*) – otwarta przestrzeń miasta jest sceną, na której zwiualizowane jest równoważenie sił społecznych i politycznych, jak też tłem dla konfliktu i protestu i niezbędną oprawą dla zmiany układu wspomnianych sił. Z tego powodu „osoby spoza elit, kontestujący zastane *status quo*, radykałowie, buntownicy i różnego sortu awanturnicy doceniają potencjał dramatyczny ulic” (Lofland, 2007)236 , oczywiście tych ulic i przestrzeni do których mają dostęp.
  6. **kreowania kosmopolitów** (ang. *the creation of cosmopolitans*) – autorka rozumie *kosmopolityzm* jako otwartość na poglądy i postawy innych i szeroko pojęta tolerancja. Jak stwierdza: „jedną z krytycznych ról przestrzeni publicznej jest jej potencjał do nauki mieszkańców tolerancji – jej zdolność do transformacji mieszkańców w kosmopolitów” (Lofland, 2007 strony 233-237).

Wymienione powyżej funkcje przestrzeni według podziału Lofland mogą być użyte do jej definiowania, ale także wartościowania. W niniejszej pracy odniesienie się do nich ma znaczenie metodologiczne, bowiem pozwala na przeprowadzenie analizy porównawczej wybranych przykładów i wyciągnięcie bardziej ogólnych wniosków na temat wpływu prywatyzacji i komodyfikacji na funkcje przestrzeni publicznej.

## Rozdział 5.

### Komodyfikacja pieszej przestrzeni miejskiej i jej przejawy na wybranych przykładach

W niniejszym ilustracyjnym rozdziale prezentuję wybrane przykłady komodyfikacji pieszej przestrzeni publicznej w Polsce i na świecie. Wszystkie przykłady ilustruję grafikami i zdjęciami. Analizie towarzyszy refleksja teoretyczna, która – tak jak w poprzedni rozdziale – nie ma charakteru ogólnego, lecz służy omówieniu wybranych zjawisk towarzyszących komodyfikacji pieszej przestrzeni publicznej, a ściśle dotyczących zaprezentowanych obiektów.

#### 5.1. Kryteria doboru przykładów

Dobór przykładów jest oparty o kilka kryteriów, z których najważniejszym jest **reprezentatywność** – po to, by opisywany przypadek w możliwie najbardziej reprezentatywny sposób ukazywał wybrane zjawisko (czy też proces) towarzyszący komodyfikacji pieszej przestrzeni publicznej.

Kolejnym ważnym kryterium jest **geografia** – zakres badań jest zawężony do państw Europy oraz Ameryki Północnej, jednak starałem się, by przykłady pochodziły z różnych miast tego samego kręgu kulturowego, świadcząc o uniwersalności przedstawianych procesów. Podczas analizy danego przypadku podaję też inne przykłady opisywanego zjawiska, zwłaszcza jeśli występują w polskiej rzeczywistości.

Ponieważ analiza przykładów jest zwykle pogłębiona o rys historyczny czy opis zagadnień kompozycyjnych, jednym z koniecznych kryteriów doboru była **dostępność materiałów graficznych i historycznych**, a także referencje w literaturze i badaniach innych autorów. Celowo większość przykładów pochodzi z Polski, gdzie procesy

komodyfikacji i komercjalizacji mają bardzo dynamiczny przebieg i wiążą się z przemianami ustrojowymi z lat 90. ubiegłego wieku. Opisywane przykłady to funkcjonujące przestrzenie śródmiejskie<sup>36</sup>.

Tab. 8. Wykaz przestrzeni miejskich poddanych analizie w niniejszym opracowaniu.

Nr.	Nazwa przestrzeni	Lokacja	Typ przestrzeni wg Bierwiaczonek i innych (Bierwiaczonek i inni, 2012 strony 37-39)	Typ występujących zjawisk / przejawów komodyfikacji
1	Smithfield Plaza	Dublin	1 - rynki i place miejskie <u>1a - place targowe</u>	gentryfikacja, wykluczenie i filtrowanie użytkowników
2	Park Bryanta	Nowy Jork	3 - tereny otwarte <u>3a – parki miejskie</u>	przestrzeń hybrydowa, wykluczenie i filtrowanie użytkowników, ograniczenie swobód
3	Rynek Manufaktury	Łódź	5 – przestrzenie prywatne, jednak publiczne w sensie społecznym <u>5b – centra i parki rozrywki</u>	przestrzeń hybrydowa, wykluczenie i filtrowanie użytkowników, ograniczenie swobód
4	Przestrzenie Galerii Katowickiej	Katowice	5 – przestrzenie prywatne, jednak publiczne w sensie społecznym <u>5a – centra handlowe</u>	przestrzeń hybrydowa, symulacja przestrzeni miejskiej
5	Sony Forum	Berlin	5 – przestrzenie prywatne, jednak publiczne w sensie społecznym <u>5c – place korporacyjne</u>	hybrydowa przestrzeń korporacyjna ( <i>bonus plaza</i> ), ograniczenie swobód i dostępu, symulacja przestrzeni miejskiej
6	Wewnętrzny skwer budynku Metropolitan	Warszawa	5 – przestrzenie prywatne, jednak publiczne w sensie społecznym <u>5c – place korporacyjne</u>	hybrydowa przestrzeń korporacyjna ( <i>bonus plaza</i> ), ograniczenie swobód i dostępu

<sup>36</sup> Chcę podkreślić, że zdecydowana większość opisywanych miejsc jest mi znana osobiście i miałem okazję nie tylko je odwiedzić, ale i przebywać w ich przestrzeni przez dłuższy czas, i obserwować z bliska ich funkcjonowanie.

### 5.1.1. Smithfield Plaza w Dublinie – przestrzeń gentryfikacji i wykluczenia

*Smithfield Plaza* to otwarta przestrzeń miejska położona w północnym Dublinie. Historycznie otoczona była niską zabudową mieszkaniową – i w XX wieku kojarzona raczej z robotniczymi przedmieściami. Nazwa placu w języku irlandzkim najlepiej oddaje jej historyczny charakter: *Margadh na Feirme* oznacza w tłumaczeniu ‘rynek rolny’. Funkcjonująca w języku potocznym nazwa angielska *Smithfield Market* jest dużo późniejsza. Plac powstał w 1665 roku z nadania władz miejskich Dublina właśnie jako otwarty plac targowy, gdzie odbywać się miała *sprzedaż siana, słomy, koni i bydła*<sup>43</sup>.

Kiedy w 1863 roku targ bydłowy został przeniesiony poza obszar centrum, rozpoczęła się powolna degradacja miejsca. Upadek pogłębił się pod koniec XIX wieku, po zamknięciu sąsiadującej z placem destylarni. Zmniejszenie aktywności handlowej spowodowało użytkowanie placu w części jako parkingu. Jednak *Smithfield Market* wciąż pozostał targiem, i to targiem bardzo specyficznym – miejscem handlu końmi. Regularnie, od ponad 400 lat, spotykają się w tym miejscu właściciele tych zwierząt, by dokonywać transakcji wymiany. Ta tradycja i funkcja placu przetrwała także w XX wieku, kiedy to targi końskie organizowano w każdą pierwszą niedzielę miesiąca. Do lat 60. ubiegłego wieku gromadziły one głównie rolników, jednak od tamtych czasów targ zaczął przyciągać także mieszkańców przedmieść Dublina – głównie młodych, bezrobotnych mieszkańców ubogich dzielnic oraz pochodzących z tych przedmieść dzieci. Od tego momentu rozpoczyna się specyficzne zjawisko hodowli koni i kuców w obszarze miasta<sup>37</sup>. Na ulicach Dublina można zobaczyć do dziś „miejskich kowbojów” jadących na koniach i kucach po asfaltowych ulicach, w użyciu są także bryczki i dwukółki.

Działania tej grupy społecznej, która wkrótce zaczęła dominować podczas targów koni na *Smithfield*, oceniane są negatywnie, tak w mediach, jak i wśród mieszkańców. Są

---

<sup>37</sup> To zjawisko jest też upamiętnione w jednej ze scen kultowego irlandzkiego filmu *The Commitments* z 1991 roku, w której widzimy chłopca wchodzącego do windy jednego z bloków socjalnych Dublina razem z kucem.



bowiem łączone z wykorzystywaniem i złym traktowaniem zwierząt, a także aktami przemocy i aktywnością przestępczą<sup>38</sup>.

Pierwsze zmiany rozpoczęły się w 1997 roku, gdy po zachodniej stronie placu, na terenie byłej destylarni Jameson, zrealizowano duży projekt zespołu wielofunkcyjnego, zwany Smithfield Village, zaprojektowany zresztą przez architektów polskiego pochodzenia z biura A&D Weichert&Partners z Dublina.

Wkrótce też władze miasta podjęły działania, by zrewitalizować przestrzeń Smithfield i przekształcić ją (jak napisano w warunkach) w „[...] główną przestrzeń obywatelską dla Dublina na XXI wiek”<sup>39</sup>. Obszar placu został wpisany do czteroletniego planu rządowego odnowienia obszarów historycznych (ang. *Historic Area Rejuvenation Project – HARP*). Od początku uznano, że ten największy w mieście otwarty plac położony blisko centrum może stać atrakcją turystyczną dla licznie odwiedzających Dublin turystów, których w pobliże placu od roku 2000 miał dowozić nowoczesny tramwaj. W tym samym roku został rozpisany międzynarodowy konkurs architektoniczny na jego nową aranżację. Program rewitalizacji zbiegł się w czasie ze szczytem ekonomicznej potęgi „Celtyckiego Tygrysa”. Był to czas ogromnego boomu mieszkaniowego – stąd łatwo było przewidzieć, że przebudowa placu mocno wpłynie na zmiany funkcjonalne obszarów sąsiednich.

Konkurs wygrał irlandzki zespół McGarry Ní Éanaigh Architects. Jak piszą w przesłanym opisie sami autorzy:

Zwycięska praca przywraca i czyni bardziej czytelnymi szczególne proporcje Smithfield z wykorzystaniem tak powierzchni placu i jego ścian. Podkreśla skalę przestrzeni przez wstawienie dwunastu 26,5 metrowych masztów z oświetleniem oraz palnikami gazowymi. Maszty mają funkcje oświetleniową oraz stanowią podstawę dla palników, ale umożliwiają także montaż reflektorów i sprzętu nagłaśniającego podczas imprez, a w przyszłości będą mogły stanowić wsparcie dla szklanych zadaszeń. Linia masztów podkreśla

---

<sup>38</sup> O kontrowersjach mogą zaświadczyć same materiały prasowe: np. artykuł pt. *To cud, że nikt nie zginął podczas targu koni na Smithfield* w „The Irish Examiner” z 6 marca 2011 roku. <http://www.irishexaminer.com/breakingnews/ireland/miracle-nobody-killed-at-smithfield-horse-fair-dspca-496127.html>, (dostęp 05.2015) *Trzy osoby ranne w strzelaninie podczas targu koni na Smithfield*, „The Irish Independent” z 20 grudnia 2014 roku, źródło: <http://www.independent.ie/irish-news/three-hurt-in-shootout-at-smithfield-horse-fair-26715372.html>; (dostęp 05.2015).

<sup>39</sup> Informacje o historii konkursu zawiera strona: <http://www.reflectingcity.com/north-west/project-detail/smithfield-plaza/> (dostęp 08.2015).

wydłużony kształt Smithfield i ustanawia dialog z istniejącym w sąsiedztwie 38 metrowym kominem gorzelni. Wiąże też przestrzeń placu z pobliską rzeką Liffey.

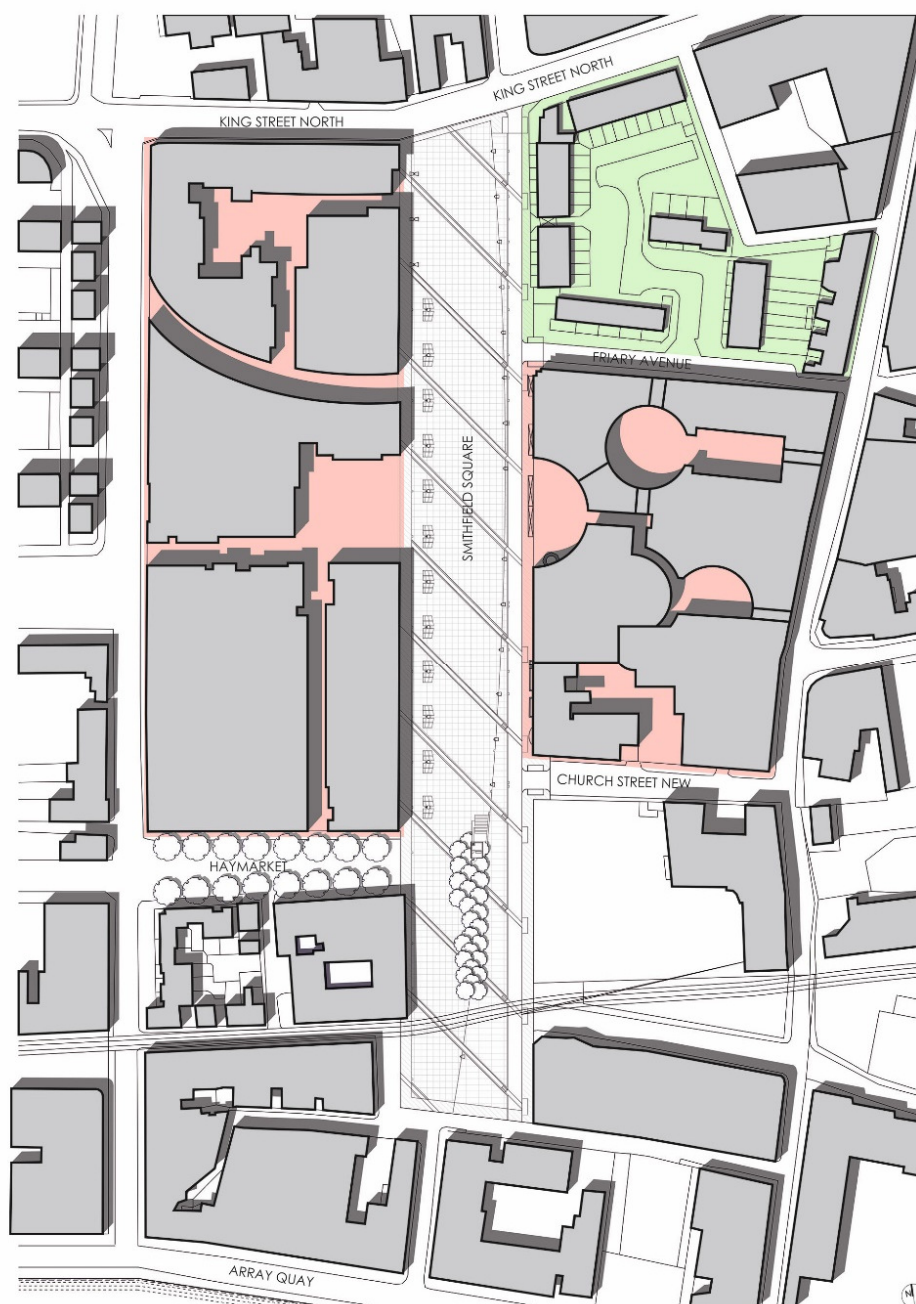
Namacalny charakter Smithfield współtworzą użyte materiały – płyty granitowe na długiej otwartej przestrzeni. Przestrzeni tej nadaje skale nowy wzór z płyt granitowych położony pośród istniejącego, starego bruku. Wzór jednoczy i umacnia asymetrię przestrzeni a jego elementy przekątne zapewniają gładką powierzchnię odpowiednią dla wszystkich użytkowników. Istniejące drzewa na południu zostały zachowane i powiązane z nowym budynkiem, pokrytym kamienną okładziną, który zapewnia techniczne zaplecze masztów oświetleniowych i może działać jako podwyższenie dla mówców<sup>40</sup>.

Projekt zrealizowano w początkach 2000 roku i w opinii wielu pod względem wizualnym robi doskonałe wrażenie. Odnowiony plac – nazywany teraz Smithfield Plaza – zebrał bardzo dobre recenzje od ekspertów i zdobył też kilka nagród – w tym Europejską Nagrodę dla Przestrzeni Publicznej.

Po przebudowie można zaliczyć go do otwartych, wysokiej jakości przestrzeni reprezentacyjnych. Wprowadzenie ogromnych latarni z charakterystycznymi odbłyśnikami, które zakończono gazowymi palnikami (dającymi spory płomień), było odważnym pomysłem. Wkrótce stały się one rozpoznawalne i nadały miejscu nowy charakter (*image*).

---

<sup>40</sup> Cytat pochodzi z udostępnionych Autorowi przez pracownię *McGarry Ni Éanaigh Architects* materiałów dotyczących projektu.



Rys. 7

Plan Sytuacyjny Smithfield Plaza. Kolorem zielonym zaznaczono oryginalną (historyczną) gęstość zabudowy, dla porównania kolorem czerwonym nowe kwartały zabudowy. Opracowanie własne, na podstawie materiałów udostępnionych przez pracownię McGarry Ní Éanaigh Architects.



Zdj. 7 Smithfield Plaza przed rokiem 2006, na którym widać oryginalną zabudowę wschodniej pierzei. Zdjęcie udostępnione przez pracownię McGarry Ní Éanaigh Architects.

Trzeba jednak zauważyć, że oprócz wspomnianego zespołu Smithfield Village z 1996 roku zabudowę wokół placu dalej stanowiły głównie 2–3-kondygnacyjne kamienice, a także szeregowe domy jednorodzinne (widoczne na ilustracji). Zamieszkiwali je raczej niezbyt majątni mieszkańcy. Przez cały XX wiek okolica nie należała do najdroższych, sąsiadując z pobliskimi przemysłowymi halami targowymi oraz blokami socjalnymi przeznaczonymi dla najbiedniejszych mieszkańców miasta.





Zdj. 8 i 9

Smithfield Plaza przed rokiem 2006.  
Zdjęcie udostępnione przez  
pracownię McGarry Ní Éanaigh  
Architects.



Gazowe pochodnie na Smithfield Plaza.  
Zdjęcie udostępnione przez pracownię  
McGarry Ní Éanaigh Architects.

Już powstanie zespołu Village było ogromną zmianą – zwłaszcza że w skład tego zespołu wchodziły tematyczne muzeum-destylarnia irlandzkiego whiskey, Muzeum Tradycyjnej Muzyki Irlandzkiej, hotel oraz wieża widokowa w jednym z adaptowanych dawnych kominów. Te nowe funkcje spowodowały nieznanym wcześniej w okolicy ruch turystyczny. Nowa dość nowoczesna zabudowa przyciągnęła też mieszkańców z klasy średniej, a wraz z nimi zupełnie inny typ usług, sklepów i restauracji.

W 2006 roku, wkrótce po przebudowie samego placu, w miejscu mocno zdewastowanej zabudowy od zachodniej jego strony, powstał ogromny (110 000m<sup>2</sup>) kompleks wielofunkcyjny projektu międzynarodowej pracowni architektonicznej HKR. Gęsta zabudowa o powierzchni kilku miejskich kwartałów i wysokości 6–8 kondygnacji tworzy dziś nową, wyrazistą pierzeję placu – ale też przytłacza swą skalą całe otoczenie.

Otwarcie tego kompleksu sprowadziło też kolejnych nowych mieszkańców, zwykle z klasy średniej i wyższej, często także wynajmujących apartamenty cudzoziemców.

Te zmiany, łączone w mediach z programem rewitalizacji przestrzeni Smithfield, noszą bardzo wyraźne cechy *gentryfikacji* – tak na płaszczyźnie ekonomicznej, jak i społecznej. Położona blisko centrum podpadła dzielnica z – unikalnym w Dublinie – otwartym placem była doskonałym polem dla agresywnych działań kapitału. Nowe inwestycje wprawdzie zdecydowanie poprawiły estetykę tej części miasta – ale też ceny mieszkań i lokali w nowych budynkach są zbyt wysokie, jak na możliwości zakorzenionych tutaj mieszkańców. Wraz z odnowieniem placu i powstaniem nowej zabudowy również stare nieruchomości rosły w cenę, co powodowało ruch na lokalnym rynku nieruchomości i przyspieszyło wymianę mieszkańców.

Pomimo tych zmian przestrzennych i społecznych na Smithfield wciąż odbywały się tradycyjne targi koni, kiedy to często na placu przebywało ponad 500 zwierząt. Władze próbowały wykorzystać ten jeden z najstarszych końskich targów Europy jako kolejną atrakcję turystyczną miasta i reklamowały ją w stosownych turystycznych folderach. Jednak specyficzna grupa uczestników tych targów i udział żywych zwierząt stały się powodem konfliktu z nowymi mieszkańcami. Hałas, zapach, śmieci, nieokiełznany tłum „obcych” i częste incydenty (w tym z użyciem niebezpiecznych narzędzi i broni) stwarzały poczucie zagrożenia i wyrzywały nowych lokatorów, nieprzywykłych do miejscowych warunków, ze strefy psychicznego komfortu. Władze miasta także szybko zauważyły, że ta „atrakcja turystyczna” jest całkowicie poza kontrolą, a częste akty okrucieństwa wobec zwierząt oraz akty przemocy bynajmniej nie budują pozytywnego obrazu miasta.





Zdj.10 Targ koni na Smithfield Plaza.  
Zdjęcie udostępnione przez Stephena i Helen Jones.



Zdj. 11 Targ koni na Smithfield Plaza – w tle nowy zespół zabudowy autorstwa HKR. Zdjęcie udostępnione przez Stephena i Helen Jones.

Rozpoczęły się działania prowadzące do ograniczenia skali działalności targu końskiego. Jednak trzeba tu wspomnieć, że specyficzny system prawny panujący w Irlandii gwarantował – na mocy z górami 400-letniego aktu prawnego – możliwość handlu końmi w tym miejscu i przywilej ten nie mógł być wprost zlikwidowany. Faktem jest także, że to historyczne prawo nie przewidywało jakichkolwiek elementów kontroli ze strony instytucji rządowych czy organizacji targu przez władze (czy choćby samych kupców).

Po kolejnych nagłośnionych w mediach incydentach w działania przeciwko handlowi końmi na Smithfield włączyły się organizacje broniące zwierząt<sup>41</sup>, prawo jednak stało jednoznacznie po stronie handlujących. Dopiero kolejne incydenty – w tym strzelanina – doprowadziły do wprowadzenia nowych regulacji<sup>42</sup>. By handlować na Smithfield, wymagana była od tej pory opłata oraz ubezpieczenie, zaś same konie musiały być w dobrej kondycji. Drastycznie zmniejszono też liczbę samych targów – z 12 do jedynie 2 w ciągu roku.

Opisy pierwszego targu po wprowadzeniu nowego ustawodawstwa potwierdzają tę zmiany. Nie zmniejszył się tłum odwiedzający Smithfield w dzień targowy, drastycznie spadła natomiast liczba... samych koni. Widoczna jest też bardzo silna reprezentacja aparatu represji – a więc sił policyjnych i inspektorów miejskich<sup>43</sup>.

Na przykładzie Smithfield w okresie 15 lat można obserwować następujące po sobie zjawiska dotyczące kształtowania publicznej przestrzeni, takie jak: estetyzacja, gentryfikacja, czyszczenie i próba wykluczenia całej grupy użytkowników. Można się zgodzić, że aparat państwowy musiał zareagować na powtarzające się naruszenia porządku prawnego, jednak miał do dyspozycji wiele rozwiązań technicznych, które sankcjonowałyby zwyczaj i nie ingerowały w historyczną przestrzeń tak fizyczną, jak społeczną. Wybrano jednak inne rozwiązanie, coraz częstsze w świecie zachodnim. Smithfield Plaza nie została wprawdzie wprost sprywatyzowana, jednak przeobrażenie

---

<sup>41</sup> Petycja i oświadczenie DPSCA można znaleźć pod poniższym linkiem [http://www.dspca.ie/cat\\_news\\_detail.jsp?itemID=1543](http://www.dspca.ie/cat_news_detail.jsp?itemID=1543) (dostęp: 05.2015)

<sup>42</sup> Treść wspomnianego prawa miejscowego można znaleźć pod poniższym linkiem: <http://dublincity.ie/main-menu-services-recreation-culture-casual-trading-licence/horse-fair-control-and-fee-bye-laws> (dostęp: 05.2015)

<sup>43</sup> Opis pierwszych targów pod nową regulacją zawiera artykuł: <http://www.irishexaminer.com/ireland/horse-fair-limps-along-as-by-laws-cut-the-number-of-four-legged-attendees-224379.html>

tego miejsca służyło podporządkowaniu go projektom komercjalizacji tej części miasta, w tym podniesieniu wartości okolicznej przestrzeni i przyciągnięciu kapitału. Miasta bowiem muszą:

czynić się atrakcyjnymi dla kapitału – wielkiego i małego – który ma luksus wyboru lokalizacji wśród wielu oferowanych. Z drugiej strony [...] muszą kreować zestaw 'norm, zachowań, praw, i całej sieci regulacji' które legitymizują nowe zasady kapitalistycznej akumulacji [...] (Mitchell, 2003 str. 176).

Warto tu podkreślić, że przestrzeń Smithfield z punktu widzenia obowiązującego systemu normatywnego pozostała miejską przestrzenią publiczną, w obrębie której obowiązuje prawo państwowe (i miejskie). Trzeba było decyzji wybieralnych władz miasta, by zmienić zasady dostępu do przestrzeni. Odbiło się to w sposób jawny, przy aktywnym udziale zainteresowanych handlarzy końmi, którzy po negocjacjach podpisali porozumienie z władzami miasta. Trzeba też przyznać, że na co dzień dostęp do placu nie jest specjalnie ograniczany (np. dla osób bezdomnych).

Zjawiska, jakie obserwowano na Smithfield, często towarzyszą projektom rewitalizacji, zwłaszcza jeżeli jest ona przeprowadzana przy dużym nacisku prywatnego kapitału. Miasta, jak już wspomniano, muszą szukać inwestorów dla swego rozwoju i kreować nowe miejsca pracy, tak by podtrzymywać wzrost gospodarczy i akumulację kapitału, jak i ze względów politycznych (realizacja zobowiązań programowych).

Co warte podkreślenia, przestrzeń placu, choć zaprojektowana starannie i w duchu aktualnych międzynarodowych trendów, zatraciła w ten sposób ważną część swojej tożsamości i łączność z lokalną kulturą, stając się kolejną przestrzenią anonimową, istniejącą poza kontekstem i poza historią. W zamyśle twórców miała być żywą i atrakcyjną przestrzenią zaludnioną przez okolicznych mieszkańców i turystów, a pozostała jednak raczej pustym, choć eleganckim, modernistycznym placem, którego pozbawiono zakorzenionej w tradycji miejsca funkcji. Żywa przestrzeń publiczna Smithfield Market, w dniach targowych pełna ludzkich interakcji i prawdziwych emocji, przekształcona została w kolejną miejską „plazę”, bezpieczną i kontrolowaną, której obszar jest przewidywalny dla inwestorów i właścicieli nieruchomości. Komercyjny wymóg tworzenia przestrzeni neutralnych potwierdza historia charakterystycznych gazowych pochodni, będących

częścią nowego wystroju placu. Ten interesujący i wyjątkowy w swej przestrzennej formie element szybko wzbudził protesty nowych lokatorów apartamentowców, którym przeszkadzało światło płomieni. Dziś więc ogień w gazowych palnikach płonie tylko przy wyjątkowych okazjach, zaledwie kilka razy w roku – co pozbawia je prawdziwej treści.

Można pokusić się o prognozę, iż prawdziwe targi końskie na Smithfield zapewne wkrótce odejdą do historii i zostaną zastąpione wykreowanym na potrzeby turystów przedstawieniem (eventem, jak mawiają animatorzy w centrach handlowych). Przestrzeń placu zostanie uzupełniona o stosowne artefakty i stanie się rodzajem parku tematycznego. Być może powstanie też kolejne (już trzecie w okolicy) muzeum, lub tzw. visitor center, gdzie odwiedzający będą mogli posłuchać o historii miejsca, a następnie udać się do sklepu z pamiątkami, tematycznego baru lub po prostu wypić kawę w pobliskiej sieciowej restauracji.

Co ciekawe, dbałość o zachowanie komercyjnego wymogu co do neutralności przestrzeni doprowadziła do огоłocenia z prawdziwej treści także elementy zrealizowanej pracy konkursowej, a dokładniej widoczne z daleka ogromne gazowe pochodnie. Ten interesujący i wyjątkowy w swej przestrzennej formie element wystroju wzbudził protesty nowych lokatorów apartamentowców, którym przeszkadzało światło płomieni, tak więc ogień zapala się tylko w wyjątkowych okazjach, kilka razy w roku.

### 5.1.2. Bryant Park w Nowym Jorku – przestrzeń oczyszczona

Bryant Park to stosunkowo niewielki park miejski, usytuowany w centrum nowojorskiego Manhattanu. Nie jest typowym zadrzewionym parkiem miejskim, jako że w przeważającej części ma charakter otwartej przestrzeni publicznej, bardzo specyficznej dla podzielonego równymi kwartałami miasta Nowy Jork. Kosiński nazywa takie przestrzenie „parkiem – placem”, których funkcja „w perfekcyjny sposób spełnia zarówno potrzeby agory i forum” (Kosiński, 2012).

Historia Bryant Park sięga XVII wieku, kiedy obszar ten został wyznaczony jako publiczny (*common ground*) przez ówczesnego gubernatora Thomasa Dongana<sup>44</sup>. W latach

---

<sup>44</sup> [www.bryantpark.org](http://www.bryantpark.org)



1839–1842 zrealizowano na tym terenie budowę rezerwuaru wodnego dla potrzeb miasta (*Croton Reservoir*). Była to budowla z kamienia, o ścianach wysokich na 12 metrów i szerokich na ponad 7 metrów. Górna powierzchnia masywnych murów stanowiła pieszą, dostępną dla spacerowiczów promenadę. W 1846 roku podjęto decyzję o powstaniu zielonej przestrzeni rekreacyjnej przy zbiorniku, którą zrealizowano w roku 1870 roku i nazwano Reservoir Square. Około roku 1900 obiekt zbiornika został zburzony.

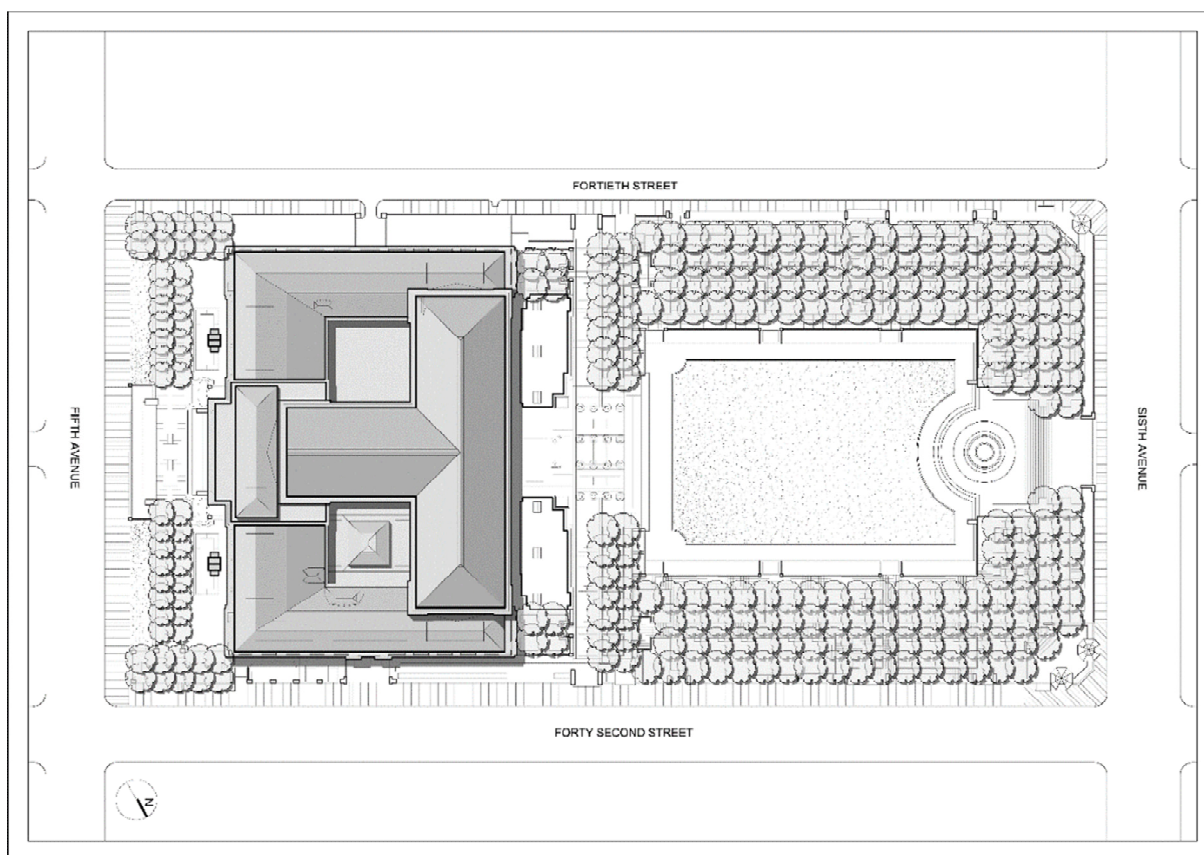
W kolejnych latach przedmiotowy obszar był wykorzystywany jako przestrzeń wystawiennicza (powstała tu amerykańska wersja Crystal Palace podczas światowej wystawy przemysłowej), a podczas wojny secesyjnej bazowały na tym terenie wojska Unii. Wokół rosła też coraz bardziej zwarta zabudowa Manhattanu.

W 1884 roku Reservoir Square otrzymał swą dzisiejszą nazwę – Bryant Park. W kolejnych latach obszar został zdewastowany wskutek prac budowlanych wokół tuneli miejskiej kolei i przez kilka lat był częściowo wyłączony z użytkowania. W 1934 roku, po konkursie architektonicznym, przebudowano park w oparciu o klasyczny projekt autorstwa architekta Lusby Simpsona, z dużym otwartym trawnikiem położonym centralnie oraz reprezentacyjnymi alejami platanów wokół. Całość uzupełniały kamienne elementy balustrad i schodków oraz owalny placyk z fontanną od strony zachodniej.

Bryant Park był żywą przestrzenią śródmiejskiej rekreacji, licznie odwiedzaną przez mieszkańców i pracowników okolicznych biurów aż do lat 60. W latach 70. i 80. w całym Nowym Jorku gwałtownie narastały problemy narkomanii oraz bezdomności. Ogrodzony i pełen zakamarków pośród rozrośniętej zieleni park stał się popularnym miejscem dla handlarzy narkotyków i ich klientów. Nasilenie tego zjawiska było tak duże, że park zaczął być nazywany „Needles Park” (Park Igieł) – od ilości zużytych igieł i strzykawek pozostawianych na trawnikach. Rejestrowano też prostytucję i wszelkiego rodzaju drobną przestępczość.

W latach 70. na terenie parku odnotowano średnio 13 gwałtów i 150 rabunków rocznie. Znacząco zmniejszyła się również liczba użytkowników – do 1000 osób w najpopularniejszych godzinach lunchu, co stanowi zaledwie 1/5 pojemności tej przestrzeni (Murray, 2010). W tych czasach park stał się też miejscem często odwiedzanym przez bezdomnych, dla których jego ławki i trawniki to miejsca biwakowania i noclegów (a także spełniania czynności fizjologicznych). Zaniedbania ze strony zarządzających parkiem

władz miasta spowodowały też pogarszanie fizycznej infrastruktury parku – tak zieleni, jak i elementów małej architektury. To wszystko odstraszało szukających wypoczynku użytkowników, zwłaszcza z klas średniej i wyższej. Park i cała okolica nabrały złej sławy – można powiedzieć, że *image* miejsca był w tym czasie bardzo negatywny. Taki stan rzeczy miał duży wpływ na wartość nieruchomości w okolicach parku.



Rys. 8

Schematyczny plan parku Bryanta po rewitalizacji.

Opracowanie własne – na podstawie materiałów udostępnionych przez Bryant Park Corporation na stronach internetowych.

Zmiana nastąpiła w 1980 roku. Powołano wtedy do życia Bryant Park Restoration Corporation (BPRC) – organizację pozarządową, której celem była rewitalizacja i zarządzanie parkiem. Jak pisze Michael F. Murray (Murray, 2010), bezpośrednim powodem podjęcia działań i powstania tej organizacji było uzależnienie finansowania



(przez Fundację Rockefellerów) renowacji przyległej do parku biblioteki od zmian i rewitalizacji samego parku.

Bryant Park Restoration Corporation jest przykładem amerykańskiego modelu zarządzania przestrzenią miejską, poprzez Business Improvement Districts, w skrócie BID. W obszarze działania BID lokalny biznes (przedsiębiorcy, właściciele lokali i nieruchomości) płacą rodzaj dodatkowej, ale obowiązkowej opłaty (podatku), z której utrzymuje się specjalnie powołaną organizację pozarządową, zarządzającą danym obszarem. Cechą charakterystyczną BID jest przejmowanie pełnej kontroli nad danym obszarem od państwowego właściciela (np. miasta czy gminy). Odbywa się to na podstawie umowy definiującej relację pomiędzy prywatnym zarządcą a właścicielem (jest to specyficzny rodzaj partnerstwa prywatno-publicznego – PPP).

W przypadku Bryant Park umowę podpisano w 1985 roku. Miasto zdefiniowało w niej cele, jakie ma pełnić firma zarządzająca, i zapewniło sobie pewne narzędzia kontroli nad nią (aprobowanie największych projektów i zatwierdzanie budżetu BPRC). Faktycznie umowa ta zagwarantowała prywatnej organizacji „pełną fizyczną i finansową kontrolę nad parkiem” (Murray, 2010). Władze miasta przekazały w ręce BPRC nie tylko utrzymanie w dobrej kondycji przestrzeni parku (remonty, nasadzenia, sprzątanie itp.), ale także zapewnienie bezpieczeństwa i porządku przez niezależne od publicznych siły ochrony. Zarządca przejął też w pełni zadania w zakresie zatrudniania personelu obsługującego park.

W latach 80. BPRC dokonała całkowitego remontu i rewitalizacji parku. Koszt tej operacji wyniósł ponad 17 milionów dolarów, które pochodziły ze środków publicznych, datków oraz z sektora prywatnego. Jak pisze Murray, „miasto Nowy Jork wniosło kapitał wysokości 6 milionów, datki i darowizny 3 miliony, reszta zaś pochodziła z kredytów oraz wkładów kapitału prywatnego” (Murray, 2010 str. 231). Przeprowadzona w latach 1988–1992 rewitalizacja zmieniła fizyczne oblicze parku. Zaprojektowano i wybudowano nowe reprezentacyjne wejścia, wyremontowano nawierzchnie i elementy wykończeń i murów. Wprowadzono nowe oświetlenie. Przeprowadzono konserwacje pomników oraz wyremontowano publiczne toalety. Zgodnie z projektem amerykańskiej projektantki krajobrazu Lynden Miller przearanżowano również tereny zielone, utrzymując historyczny park w formalnym charakterze ogrodu francuskiego. Na terenie parku wprowadzono też charakterystyczne składane krzesła, które szybko stały się symbolem tego miejsca.



Zdj. 12, 13, 14

Rekreacja w Bryant Park po rewitalizacji. Co ciekawe, na zdjęciach (oficjalnie udostępnionych na potrzeby tej pracy) właściwie nie ma przedstawicieli mniejszości etnicznych – dominuje biała klasa średnia. Zdjęcia udostępnione przez Bryant Park Corporation.

Ważnym elementem planu rewitalizacji przeprowadzonego przez BPRC stały się dwa pawilony restauracyjne projektu pracowni architektonicznej Hardy Holzman Pfeiffer Associates oraz cztery kioski, które miały za zadanie przyciągnąć użytkowników (klientów) także poza godzinami lunchowego szczytu. Te elementy kubaturowe są wynajmowane przez BPRC, a dochód przekazywany wprost do tej organizacji.

Otwarty ponownie 1992 roku Bryant Park spotkał się z doskonałym przyjęciem użytkowników (głównie biznesmenów z otaczających biurowców), nowojorskiej prasy, jak i profesjonalnej krytyki branżowej. Rewitalizacja zdobyła wiele nagród i wyróżnień – w tym nagrodę Amerykańskiego Stowarzyszenia Architektów Krajobrazu w 2010 roku i honorową nagrodę Amerykańskiego Stowarzyszenia Architektów w 1984 roku<sup>45</sup>. Sukces ten jest wymierny – nie brak bowiem danych, które jednoznacznie świadczą o doskonałym odbiorze tej przestrzeni i zmianach w jej postrzeganiu. Jak podaje Murray (Murray, 2010), w 2000 roku w godzinach szczytu w parku przebywało ponad 4000 użytkowników (czyli 4 razy więcej niż w latach 70.). Znacząco zwiększył się też procent użytkowników wśród kobiet, co może służyć za wyznacznik poczucia bezpieczeństwa – w 1979 roku wynosił on zaledwie 29%, by szybko zwiększyć się do 43% w 1995 i ustabilizować na poziomie około 50% w 2000 roku.

Warto odnotować spektakularny sukces finansowy – tak samej firmy zarządzającej, jak i właścicieli okolicznych nieruchomości (jej głównych sponsorów). Trzeba zauważyć, że BPRC w swoim wczesnym stadium organizacyjnym bazowała na darowiznach pochodzących od miasta i otaczających park społeczność, jednak wkrótce zmieniła się w firmę zależną od przychodów czysto rynkowych, pochodzących z obowiązkowych opłat członków BID oraz dochodów z najmu (wspomnianych pawilonów gastronomicznych oraz z wynajmowania parku na wszelkiego rodzaju koncert i komercyjne eventy). Co symptomatyczne, w roku 1980 roku organizacja zmieniła nazwę na Bryant Park Corporation. Na swojej stronie internetowej firma ta wciąż nazywa siebie organizacją *non-profit*, jednak analiza jej finansów, jaką podaje Murray (Murray, 2010), zdaje się pokazywać inny obraz sytuacji. Odrestaurowana i oczyszczona przestrzeń parku przynosi

---

<sup>45</sup> <http://www.bryantpark.org/about-us/awards.html>



coraz to większe dochody swym prywatnym gospodarzom (obraz przychodów Bryant Park Corporation pokazuje wyk. 6). Jak się okazuje, nie jest to zasługa przekazywania coraz to większych kwot przez darczyńców, gdyż przychody rosną w wyniku konsekwentnie prowadzonych przez tą firmę działań: od organizacji samej przestrzeni parku (dodatkowe pawilony i punkty handlowe będące przedmiotem najmu) przez formy nadzoru i kontroli (np. niezależny od prawa stanowego i miejskiego regulamin parku; zapewnienie porządku przez firmy ochroniarskie, doprowadzenie do oczyszczenia przestrzeni z elementów utrudniających działania komercyjne), aż po prowadzone działania marketingowe (organizacja dochodowych imprez).

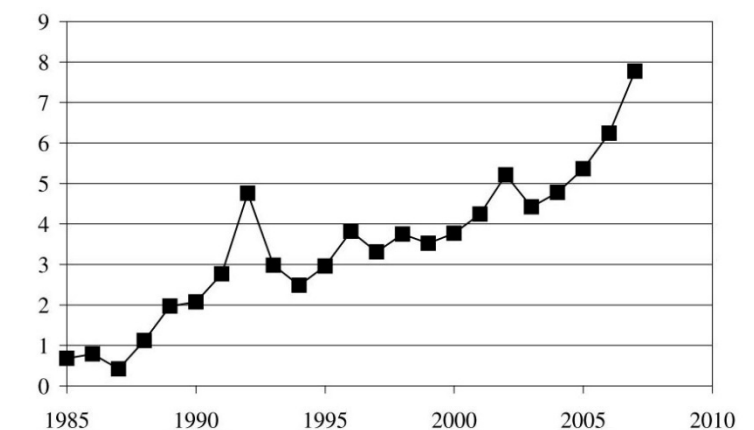
Powyższe informacje prowadzą do wniosku, że przestrzeń publiczna Bryant Park została poddana kontroli, a użytkownicy precyzyjnej segregacji. Ograniczono dostęp bezdomnym, a użytkowanie przestrzeni wpisano w ścisłe ramy prywatnego regulaminu, który reguluje nawet zbieranie surowców wtórnych, takich jak puszki czy butelki (Murray, 2010). Zabrania się spożywania alkoholu czy spania na parkowych ławkach. Park jest zamykany na noc, dostępu do niego bronią ochroniarze, a cały obszar został *oczyszczony*.

Wielu autorów zauważa też wyraźną zmianę grupy społecznej użytkującej Bryant Park – obecnie jest to biała klasa średnia i wyższa. Opisujący tę przemianę Zukin (Zukin, 2010) nazywa to „modelem pacyfikacji przez cappuccino”. Nawiązuje do niego Carmona:

W designie parku wykorzystuje się kulturową symbolikę, by z jednej strony przyciągnąć, a z drugiej strony powstrzymać konkretne grupy społeczne, kulturowe i rasowe. Odbywa się ono nie tylko poprzez cappuccino, ale również poprzez drogie restauracje, bary i grille, kino na wolnym powietrzu sponsorowane przez HBO, które pokazuje latem stare hollywoodzkie filmy, czy bezprzewodowy Internet sponsorowany przez Google. Trzeba też dodać środki odstraszające – park wyposażony jest w siedziska uniemożliwiające przyjęcie pozycji leżącej, a także system zraszający, zapobiegający spaniu na trawnikach. Prywatni ochroniarze kontrolują aktywność i zachowania odwiedzających oraz utrzymują z dala od parku grupę „niemile widzianych” (Carmona i inni, 2008 str. 34).

Bryant Park to wyraźny przykład nowego skrytego modelu prywatyzacji przestrzeni publicznej. Proliferacja Business Improvement Districts jest bardzo dobrze widoczna w całym Nowym Jorku (i szerzej – w całym USA). Warto podkreślić że BID tworzą właściciele nieruchomości i okolicznych firm – to oni wnoszą (poprzez dobrowolne

opodatkowanie) kapitał i to oni – oficjalnie i jawnie – mają prawo decydowania o kierunku zmian w zarządzanej przez BID przestrzeni, poprzez zatrudnionych profesjonalistów, w tym architektów. Decydujący głos w BID mają właśnie sponsorzy, a nie mieszkańcy. Co ważne, najmniejszy wpływ na przekształcenie przestrzeni BID zyskali jej „rdzenni”, bezpośredni użytkownicy.



Wykr. 9 Dynamika przychodów (w milionach dolarów) firmy zarządzającej Parkiem Bryanta.

Źródło: (Murray, 2010).

Tym samym korporacje, zarządzane przez grupy osób reprezentujące interesy prywatnego kapitału, dyskretnie przejęły do dziś kontrolę nad wieloma parkami i placami tego miasta, w tym nad tymi najbardziej znanymi – Central Parkiem czy Times Square.

Murray (Murray, 2010) wyróżnia dwa podstawowe typy organizacji prywatnych które przejmują zarządzanie przestrzeniami publicznymi w amerykańskich miastach: Buisnes Improvement Districts oraz tzw. Friends Organizations. Pierwszy typ został już wstępnie omówiony. Drugi typ, historycznie starszy, to specyficzne pozarządowe organizacje społeczne bazujące na zbiórkach i dotacjach, tworzone do opieki nad daną przestrzenią – przeprowadzenia rewitalizacji i zarządzania nią. Ta forma organizacji ma w USA długą tradycję i uległa stopniowo ewolucji – „przyjaciele” danego parku czy obszaru miasta przejmują też obecnie zadania zarządzania i utrzymania przestrzeni, tworząc zhierarchizowane organizacje, bardzo przypominające komercyjne firmy, z niezależnymi od władz miasta zarządami i profesjonalnym personelem oraz często dużym przychodem

(pochodzącym z datków). Te przyjmujące z zasady formę organizacji *non-profit* grupy lokalnych działaczy zależne są jednak w pełni od prywatnego kapitału, który utrzymuje daną organizację (i podległą jej przestrzeń publiczną). Kapitał łatwo wymusza zmiany funkcjonalne i estetyczne w przestrzeni publicznej – nadaje jej formę, która ma zwiększyć jego zyski. Przykładem tak zarządzanej przestrzeni jest Central Park. Zarządza nim organizacja Central Park Conservancy, którą Murray (Murray, 2010) zalicza właśnie do grupy *przyjaciół*. Według tego autora to, co różni taki typ organizacji od BID, to bardziej dyskretne powiązanie kapitału i struktur zarządzających przestrzenią.

Jak podaje Zukin:

Central Park, Bryant Park i Hudson River Park pokazują, jak przestrzenie publiczne stają się stopniowo coraz mniej publiczne: są one w pewien sposób, bardziej ekskluzywne niż kiedykolwiek w okresie ostatnich 100 lat. Każdy z tych obszarów jest zarządzany i w większej części, o ile nie w całości, finansowany przez prywatne organizacje, działające często jak pseudoadministracja. Te prywatne organizacje są znacznie lepiej dofinansowane niż ich odpowiedniki w administracji publicznej. Design w każdym parku cechuje umyślna wizja miejskiego wypoczynku. Przesadna troska o bezpieczeństwo pobudza powstanie nadzwyczajnych rozwiązań: bram, prywatnych ochroniarzy, i wzroku utrzymującego przestrzeń pod nadzorem. Podstawowym założeniem jest, że płaci publiczność, publiczność, która ceni przestrzeń publiczną jako przedmiot konsumpcji wizualnej. Jednak jest nie do pomyślenia w dyskusjach publicznych, by kontrolę parków pozostawić w rękach instytucji publicznych (Zukin, 2010).

Mogłoby się wydawać, że Improvement Districts są ściśle związane z amerykańską gospodarką. Tymczasem spacerując po londyńskiej Oxford Street warto zdać sobie sprawę, że leży ona w miejskiej przestrzeni publicznej – ale w obszarze prywatnym, w BID nazwanym New West End Company<sup>46</sup>. Jest to jedna z wielu korporacji, które przejęły w zarządzanie przestrzeń publiczną miast w Wielkiej Brytanii. Ciekawym przykładem brytyjskim są też bulwary nad Tamizą (zdj. 15). Warto wspomnieć, że charakterystyczny budynek, mieszczący siedzibę władz Londynu City Hall, z definicji *publiczny*, autorstwa

---

<sup>46</sup> Więcej informacji na <http://www.newwestend.com/about-us/about-us>



Normana Fostera, jest ulokowany właśnie na tym odcinku wybrzeża Tamizy (promenada pomiędzy London Bridge a Tower Bridge, zaprojektowana w 1998 roku przez Townshend Landscape Architects) w przestrzeni całkowicie prywatnej, zarządzanej przez firmę More London, organizację typu BID.



Zdj. 15 Zdjęcie przedstawiające prywatnie zarządzane bulwary w okolicach Tower Bridge. W prawym dolnym rogu widoczna jest tablica z wyciągiem z regulaminu, zabraniającym m.in. jazdy na deskach, rowerach i wrotkach. Tablica uprzedza też o ciągłym monitoringu elektronicznym tej przestrzeni (rejestrowaniu obrazów przebywających tu osób).

Zdjęcie: M. Gałkowski.

Należy w tym miejscu zastrzec, że zarządzanie przestrzenią przez prywatne organizacje bez wątplenia przynosi także wymierne i pozytywne efekty – czego sztandarowym przykładem jest właśnie Bryant Park. Nie ulega przecież wątpliwości, że w wyniku działań BID przestrzeń ta została poddana głębokiej rewitalizacji i dziś jest znacznie doskonalsza pod względem walorów kompozycji czy architektury, a także stanowi obszar bezpieczny i przyjazny dla wyselekcjonowanej grupy użytkowników. Nie sposób też zanegować faktu, iż sponsorowane eventy, np. koncerty czy kino na otwartym powietrzu, przyczyniają się do popularyzacji przestrzeni takich jak Bryant Park i sprzyjają

spotkaniom i rekreacji. Można przyjąć, że wspomniane elementy są dobrem wspólnym mieszkańców miasta, a w każdym razie uprzywilejowanej ich części. Jednak ten sukces ma swoją cenę – **sprywatyzowana przestrzeń nie wypełnia już definicji przestrzeni publicznej, jest nią tylko w pewnej części, gdyż prywatni właściciele nie zapewniają pełnej dostępności i pełni wolności obywatelskich w jej obrębie.**

Odwołując się z przedstawionej w rozdziale 2.6 klasyfikacji Flusty'ego, przestrzeń parku Bryanta może być odniesiona aż do trzech kategorii ograniczenia dostępu: *prickly space*, *crusty space* i *jittery space* (Flusty, 1963). Liczba takich prywatnych, ograniczonych funkcjonalnie przestrzeni rośnie – i można przyjąć, że będzie rosła – administracja państwowa i lokalna preferuje bowiem przekazywanie zarządzania przestrzeniami publicznymi w prywatne ręce, co uwalnia ją od odpowiedzialności. Wybieralnym przedstawicielom administracji łatwo przypisać sobie sukces takich przedsięwzięć, a w wypadku porażki równie łatwo znaleźć winnych poza administracją.

W Polsce instytucja BID jeszcze się nie pojawiła, istnieją za to prywatne miejskie przestrzenie piesze oraz prywatnie zarządzane przestrzenie pseudopubliczne. Kilka przykładów krajowych zostanie opisanych w kolejnych rozdziałach niniejszej pracy.

### **5.1.3. Rynek Północny przed Galerią Handlową „Manufaktura” w Łodzi – przestrzeń hybrydowa**

Łódzka Manufaktura jest jedną z największych galerii handlowych w Polsce. Wraz z obiektami towarzyszącymi zajmuje około 27 hektarów terenu po przedwojennych zakładach Izraela Poznańskiego, jednego z łódzkich przedsiębiorców, który pod koniec XIX wieku zbudował w Łodzi swoje fabryki, rozwijając przemysł tekstylny.

Poznański zaczynał w 1852 roku od małej firmy handlowej przejętej po ojcu, by około roku 1900 stać się właścicielem lokalnego imperium. Na przedsiębiorstwo składały się m.in. warsztaty tkackie, przędzalnie odlewnia, farbiarnia, drukarnia tekstylna, warsztat naprawczy, składy, a także takie obiekty jak przyfabryczna elektrownia i gazownia. W

1903 roku, po śmierci Poznańskiego, zakłady przejęli jego synowie, jednak pod ich zarządem firma wkrótce zbankrutowała i przeszła w ręce zagranicznych udziałowców.

Po II wojnie światowej zakład został znacjonalizowany i na jego bazie utworzono państwowe zakłady przemysłu bawełnianego. W latach 70. ubiegłego stulecia przyjęły one nazwę Poltex i zatrudniały blisko 12 tysięcy pracowników. Podczas przełomu ustrojowego zakład nie sprostał wyzwaniom wolnego rynku, nie udało się też wprowadzić skutecznego programu restrukturyzacji. Doprowadziło to w latach 1990–1997 do powolnego zamykania rozbitego na pomniejsze spółki przedsiębiorstwa.

W 1998 roku nastąpił przełom – grupa francuskich inwestorów, zgrupowanych wokół firmy Apsys, przejmuje teren i rozpoczyna niesłychanie ambitny proces przekształcenia fabryki w jedno z największych w Europie centrów handlowych. Jest to największy projekt rewitalizacyjny terenów poprzemysłowych przeprowadzony w Polsce od czasów zmian ustrojowych (należy zaznaczyć, że kompleks hal fabryczny Poznańskiego w latach 70. został wpisany na listę zabytków, co utrudniło działania inwestycyjne). Do prac projektowych wybrano architektów z francuskiej pracowni SUD Architectes z Lyonu. W latach 1999–2002 rozpoczyna się wyburzanie obiektów nieposiadających wartości historycznej, a w roku 2002, po zatwierdzeniu projektu, ruszają szeroko zakrojone prace budowlane. W ramach projektu odrestaurowano blisko 45 000 m<sup>2</sup> zabytkowych ceglanych elewacji.

Unikalną przestrzeń poprzemysłowych obiektów z przełomu XIX i XX wieku architekci z SUD zaadoptowali na potrzeby kompleksu handlowo-rozrywkowego. Jedną z najważniejszych decyzji projektowych było stworzenie pomiędzy obiektami kubaturowymi dużej przestrzeni pieszej, tzw. Rynku Manufaktury. Przestrzeń ta w prasie nazywana jest „publiczną”. Jej opisy można znaleźć w wielu internetowych artykułach, a za przykład może posłużyć tekst pod znamienym tytułem *Manufaktura, czyli symbol udanej rewitalizacji*, pochodzący z portalu Polskiej Izby Inżynierów Budownictwa:

W trakcie prac nad wizerunkiem Manufaktury pojawiły się niezmiernie ważne pytania: jak połączyć przeszłość z nowoczesnością i jak powiązać ze sobą przemysłowe budowle oraz galerię handlową w zachodniej części obiektu, by tworzyły spójną całość? Odpowiedź na nie znalazł Andrzej Mrowcow, polsko-francuski architekt, który postanowił stworzyć tu przestrzeń publiczną poprzez

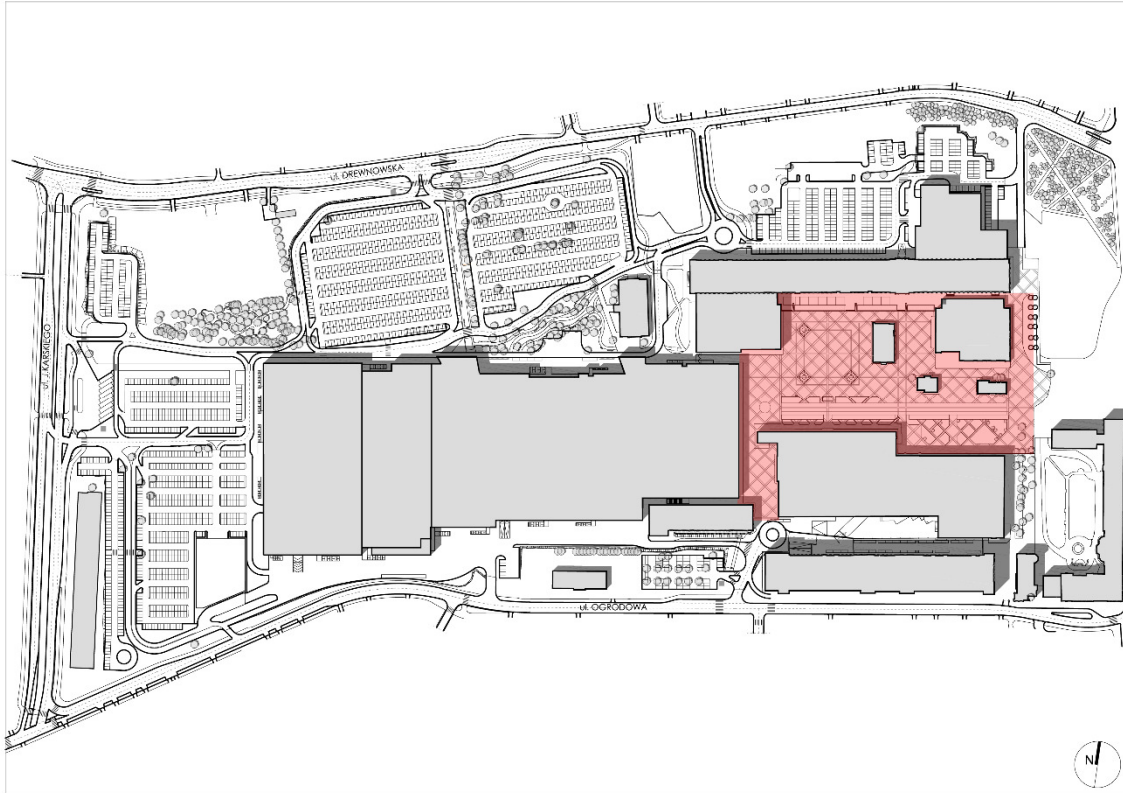
wyodrębnienie Rynku Manufaktury – nowego serca Łodzi. Stanowi on bezprecedensowy przykład ambitnego projektu użyteczności publicznej, realizowanego na prywatnym terenie. Historycznie Łódź miała już dwa rynki: pierwszy na starym mieście był założony ok. 1800 r., drugi – w dzielnicy włókienniczej, zbudowany ok. 1821 r. Nie miały one jednak wystarczającej mocy architektonicznej, by zapewnić tradycyjną funkcję rynku. Powstała więc luka, którą należało uzupełnić poprzez stworzenie miejsca handlu i spotkań mieszkańców (Katarzyna Rąkowska, 2009).

Zrealizowany projekt zrobił na znawcach tematyki duże wrażenie. Historyczne, ceglane budynki fabryczne po odnowieniu tworzą unikalną scenografię dla nowoprojektowanej otwartej przestrzeni. Plac ma formę wydłużonego prostokąta, pierzejami dłuższych jego boków są historyczne obiekty fabryki Poznańskiego, zaś krótszy bok zamyka szklana fasada nowego obiektu galerii handlowej. Na samym placu znajdują się również pozostawione i odnowione pomniejsze historyczne budynki fabryczne, co wizualnie dzieli dużą przestrzeń na funkcjonalne strefy i przywodzi na myśl prawdziwie historyczne rynki miast, takich jak Kraków czy Wrocław, z budynkami ratusza czy sukiennic.

Można jednak zauważyć, że – w przeciwieństwie do rynków miejskich – centralna przestrzeń Manufaktury nie jest zwornikiem ciągów komunikacyjnych, a wręcz od nich odizolowana, przez zabudowania i rozciągające się za nimi otwarte przestrzenie parkingów wraz z obsługującą je siecią wewnętrznych dróg. Przez sam plac przebiega za to wyodrębniony ciąg pieszy, prowadzący od przystanków komunikacji miejskiej, poprzez historyczną bramę wejściową aż do najważniejszego budynku całego kompleksu – galerii handlowej.

Prywatny właściciel nadał obiektom Manufaktury funkcje pomocnicze, dość nietypowe dla polskich centrów handlowych. Działają tu m.in. lokalne muzea, ścianka wspinaczkowa czy centrum rozrywki. W przekazanej przez Apsys zabytkowej przedziałni powstała nowa siedziba galerii sztuki nowoczesnej „ms2”. Co znamienne, właściciel centrum handlowego w swych reklamowych tekstach zgłasza niekiedy sugestię, że „ms2” przynależy do kompleksu Manufaktury, pomijając fakt, że galeria jest instytucją państwową, powstałą przy współudziale władz i z połączonego kapitału miejskiego oraz funduszy europejskich. O sprawie tej wspomina o tym w swym tekście Magdalena Saryusz-Wolska (Rewers i inni, 2010).





Rys. 9 Plan Centrum Handlowego „Manufaktura” w Łodzi. Można zauważyć izolację przestrzeni pieszej i brak charakterystycznych dla placów miejskich, naturalnych połączeń z miejskimi ciągami komunikacyjnymi. Na czerwono zaznaczono obszar tzw. rynku.  
Opracowanie własne, na podstawie materiałów Google Earth i materiałów prasowych.

Sam plac wyposażono w bardzo ciekawe, wysokiej jakości elementy małej architektury, będące dalekim nawiązaniem do żeliwnych elementów z końca XIX wieku, a także elementy rzeźbiarskie, pomagające określić charakter miejsca. Nie zapomniano też o wprowadzeniu ujęć wody – wzdłuż placu zaprojektowano ciągi programowalnych fontann, które według informacji właściciela stanowią najdłuższy kompleks tego typu w Europie. Wodne show przyciąga przede wszystkim najmłodszych gości Manufaktury, zwłaszcza że zapewniono bezpośredni dostęp do wody – w upalny dzień dzieci mogą więc biegać pomiędzy strzelającymi gejzerami wody, dotknąć jej czy wręcz się w niej zamoczyć.

Fontanny stanowią barierę, wydzielając obszar pieszego, otwartego placu od zewnętrznej przestrzeni, wynajmowanej przez kawiarnie i restauracje ulokowane w parterach zabytkowych budynków fabryki Poznańskiego. Liczebność lokali gastronomicznych jest spora – zgodnie z informacją, którą można znaleźć na stronie internetowej Manufaktury (<http://www.manufaktura.com>), przy placu znajduje się kilkadziesiąt różnych kawiarni, barów i restauracji.



Zdj. 16

Rynek Manufaktury w 2015 roku. Na pierwszy rzut oka nie widać zasadniczych różnic funkcjonalnych w stosunku do innych placów miejskich. Zdjęcie: M. Gałkowski.

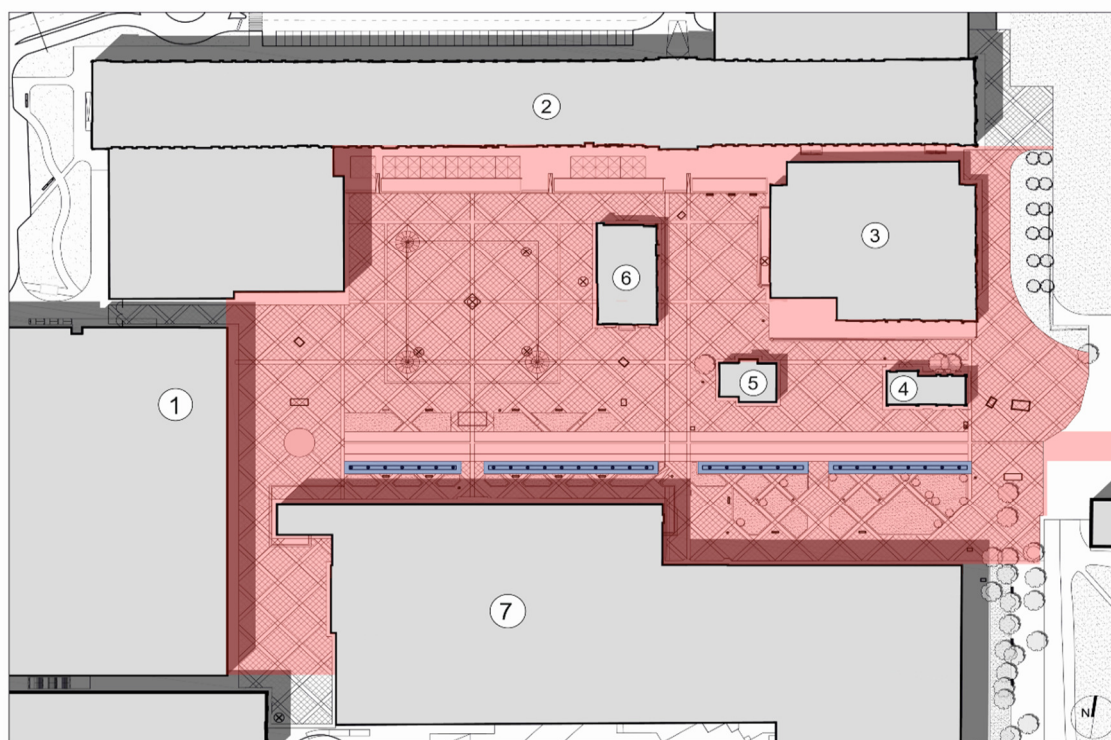




Zdj. 17 i 18

Hybrydową przestrzeń miejską cechuje tu wysoka jakość elementów małej architektury.

Zdjęcie: M. Gałkowski.



Rys. 10

Schemat Rynku Manufaktury (na czerwono). Kolorem niebieskim zaznaczono ciąg fontann. 1 – główny budynek galerii handlowej; 2 – handel i usługi (w tym kino i muzeum manufaktury); 3 – kawiarnia i gastronomia; 4 – gastronomia; 5 – gastronomia; 6 – klub muzyczny; 7 – handel (w tym sklep AGD) oraz gastronomia. Opracowanie własne, na podstawie materiałów Google Earth i materiałów prasowych.

Plac, potocznie rzecz ujmując, tętni życiem, zwłaszcza latem. Często organizowane są eventy – w postaci koncertów muzycznych czy pokazów mody. W przesłanym w maju 2015 roku komunikacie<sup>47</sup> biuro CH Manufaktura tak opisuje rodzaje imprez odbywających się na otwartej przestrzeni rynku:

Przez 9 lat istnienia Manufaktury zorganizowano tu tysiące imprez różnego typu: rozrywkowych, sportowych, kulturalnych. Do największych w ostatnich latach można zaliczyć coroczne urodziny, w ramach których organizowaliśmy koncerty plenerowe, a także spektakle i wielkie widowiska teatrów ulicznych (m.in. Plasticiens Volants, The Dream Engine, Klinika Lalek). Od kilku lat odbywają się koncerty letnie z największymi rozgłośniami radiowymi, podczas których występują topowe polskie gwiazdy. Gościliśmy u siebie takich twórców jak Kayah, Edyta Górniak, Wilki, Kult, Afromental, Ewa Farna czy Mezo. Cykliczną imprezą są letnie koncerty jazzowe w ramach festiwalu „Manu Summer Jazz Sundays”. Ponadto w ramach plaży odbywają się tu turnieje siatkówki plażowej o randze ogólnopolskiej, a w ramach lodowiska – pokazy jazdy figurowej i lekcje łyżwiarstwa. W trakcie Euro 2012 mieliśmy na rynku ogromną strefę kibica, gdzie tysiące Łodzian oglądało zmagania piłkarzy reprezentacji Polski, i nie tylko. Co roku organizujemy też łódzki finał WOŚP. [...] W Manufakturze dzieją się również inne akcje, np. informacyjne (Piknik Funduszy Europejskich – jak pozyskiwać środki z EU), zdrowotne (zbiórka krwi, mammobus, dzień z pielęgniarką i położną, rekord Guinnessa w pomiarze ciśnienia), a także wystawy fotograficzne – w rotundzie i na rynku.

Cytowany opis zdarzeń świadczy o wyjątkowości Manufaktury, bowiem niewiele jest przestrzeni miejskich, w których odbywa się tak duża ilość wydarzeń kulturalnych, sportowych i prospołecznych. Odwołując się do pojęcia *dobra wspólnego* Davida Harveya, należy przyznać, że przestrzeń Manufaktury generuje bardzo wiele dobra wspólnego dla społeczności Łodzi. Na pierwszy rzut oka można więc stwierdzić, że jest to bardzo udana, dobrze funkcjonująca przestrzeń publiczna miasta. Doceniając wszystkie zalety, warto

---

<sup>47</sup> Dnia 6 maja 2015 roku przesłałem drogą mailową szereg pytań do biura rzecznika CH Manufaktura w Łodzi. Wśród pytań były m.in. *Jakiego typu imprezy odbywają się w przestrzeni Rynku Manufaktury ? (czy moglibyście Państwo wymienić najważniejsze, zwłaszcza kulturalne/kulturotwórcze), Czy istnieje możliwość organizacji zgromadzeń o charakterze politycznym? Czy w przestrzeni Manufaktury dozwolone są zbiórki pieniężne na cele charytatywne?* W dniu 7 maja 2015 roku otrzymałem mailem odpowiedź z biura CH Manufaktura, podpisaną przez Agnieszkę Danowską z biura prasowego Manufaktury, z dość szczegółowymi odpowiedziami. Odpowiedzi te okazały się bardzo istotne, gdyż pozwalają definiować funkcje przestrzeni otwartych przynależnych do CH Manufaktura. Dają też obraz ograniczeń, jakie nakłada na ten obszar prywatny właściciel.

jednak przyjrzeć się funkcjom tej przestrzeni, jej etiologii oraz zjawiskom w niej występującym. Tak zwany Rynek Manufaktury to w rzeczywistości przestrzeń prywatna, przedłużenie obszaru najmu centrum handlowego (potwierdza to informacja z Regulaminu, gdzie przeczytać można, że do 95% powierzchni placu może być wynajęte prywatnym najemcom na cele czysto komercyjne).

Podobnie jak w przypadku opisanych uprzednio przestrzeni komodyfikowanych, występują tu zjawiska estetyzacji, czyszczenia i ograniczania aktywności użytkowników. Wszystkie organizowane tu wydarzenia mają kilka płaszczyzn znaczeniowych – służą mieszkańcom, ale też mają sens marketingowy, gdyż budują pozytywny obraz centrum handlowego jako miejsca pełnego przyjemnych wydarzeń i doznań. Dotyczy to także muzeów, których na terenie Manufaktury są aż trzy (największym jest wspomniana galeria „ms2”). Oficjalnie instytucje kultury i upamiętnienia są wspierane i promowane przez operatora centrum handlowego. Jednak jak pisze M. Saryusz-Wolska, działania te w rzeczywistości mają inny charakter:

[...] opierając się na sąsiedztwie z innymi muzeami [chodzi o państwowe „ms2” – przyp. M.G.] oraz na własnych placówkach kulturalnych, Manufaktura wykorzystuje je w znacznie większym stopniu do promocji przez kulturę niż do promocji kultury. (Rewers i inni, 2010)

Wszystkie odbywające się w przestrzeni otwartej Manufaktury wydarzenia kulturalne, muzyczne i sportowe mają za cel uprzyjemnić odwiedzającym późniejszy pobyt w galerii handlowej i główny cel tego pobytu – konsumpcję. Jak bowiem pisał G. Ritzer:

Konsumpcja ma coraz mniej wspólnego z uzyskiwaniem towarów i usług, a coraz więcej z rozrywką. Środki konsumpcji coraz częściej czerpią z doświadczeń przemysłu rozrywkowego i coraz częściej stają się jego elementem (Ritzer, 2001 str. 313).

Konsumpcja to przecież nie tylko zakupy w sklepach, ale też usługi – ogromna ilość restauracji i punktów gastronomicznych, kino oraz kluby muzyczne, które służą właśnie temu celowi. Tą powszechną obecnie strategią komodyfikacji, polegającą na łączeniu handlu z rozrywką i zabawą, Ritzer określa jako *retailtainment* i wyjaśnia w następujący sposób:

Rosnąca potrzeba organizowania ferii w handlu detalicznym bywa nazywana „detrozrywką” (*retailtainment*), czyli „rozrywkową sprzedażą detaliczną”, i polega na zwracaniu uwagi klientów na towar i wywoływaniu w nich ochoty do kupna – za pomocą nastroju, emocji, dźwięku i działań (Ritzer, 2001 str. 191).

Należy podkreślić, że prywatni właściciele są jedynymi reżyserami sytuacji i mają pełną kontrolę nad spektaklem odbywającym się w tej przestrzeni. Dla odwiedzających Manufakturę przewidziana jest tylko jedyna rola – roli konsumentów towarów i usług. Można stwierdzić, że nie ma tu miejsca na działania mogące zaburzyć rytuał konsumpcji, wykluczona jest też jakakolwiek spontaniczność czy kontrowersyjność zachowań uczestników, z czego zdają sobie oni sprawę<sup>48</sup>.

Co jednak najważniejsze – w tej przestrzeni nie ma też miejsca na dyskurs polityczny czy światopoglądowy. Jasno mówi o tym poniższy fragment *Podręcznika najemcy CH Manufaktura*:

Zakazane jest także prowadzenie działalności sprzecznej z porządkiem publicznym, organizowanie lub zezwalanie na manifestacje i zgromadzenia o charakterze politycznym, wyznaniowym bądź związkowym na terenie Centrum, poza przewidzianymi do tego celu lokalami. Każdy użytkownik jest zobowiązany do uzyskania zezwoleń niezbędnych do prowadzenia działalności.

Oczyszczenie terenów otwartych Manufaktury z działań o charakterze politycznym czy obywatelskim potwierdza też samo biuro prasowe Manufaktury<sup>49</sup>:

Manufaktura jest miejscem areligijnym i apolitycznym i tak jest od początku jej działania. Nie można prowadzić tu działalności politycznej ani religijnej.

Ograniczenie swobód obywatelskich nie jest wprost widoczne i bywa pomijane przez wielu autorów piszących w samych superlatywach o zagadnieniach kompozycji czy architektury przestrzeni, takich jak rynek Manufaktury. Jednak ma to kluczowe znaczenie dla funkcji tego obszaru (i jemu podobnych) w mieście. W przeciwieństwie do powierzchni

---

<sup>48</sup> Ciekawy eksperyment przeprowadziła M. Saryusz-Wolska – prosiła mianowicie przebywających w przestrzeni Rynku Manufaktury o zaśpiewanie z nią, przy akompaniamencie gitary, kilku piosenek. Nie znalazła jednak ochotników – przechodnie obawiali się interwencji ochrony.

<sup>49</sup> Cytat z maila przesłanego do autora przez biuro prasowe Manufaktury w dniu 7 maja 2015, podpisanego przez panią Agnieszkę Danowską (w zbiorach Autora).



należących i zarządzanych przez władze miejskie na mocy prawa państwowego (jak choćby znana łódzka ulica Piotrkowska), przestrzeń związana z Centrum Handlowym jest ułomna jako wyłączona z życia społecznego i politycznego miasta. Makowski (Makowski, 2003 str. 134) celnie podsumował strategię centrów handlowych w tym zakresie: *tak dużo konsumpcji, ile można, i tak dużo życia publicznego, ile potrzeba.*



Zdj. 19

Kamery obsługiwane przez prywatne firmy ochroniarskie monitorują stale przestrzeń placu, nadając mu cechy nazwane przez Stevena Flusty'ego (Flusty, 1963) *jittery space*.

Zdjęcie: M. Gałkowski.

Cenzurowanie spektaklu łączy się z opisywanymi już na przykładzie Smithfield i Bryant Park zjawiskami czyszczenia i kontroli przestrzeni. Prywatny obszar Rynku Manufaktury jest bowiem wpięty w system monitoringu Centrum Handlowego i obsługiwany przez te same firmy ochroniarskie. Jak pisze G. Ritzer, *w nowych środkach konsumpcji możliwość sterowania klientami łączy się nierozzerwalnie z ich śledzeniem* (Ritzer, 2001 str. 158).

Kamery są wszechobecne i – podobnie jak wewnątrz obiektów handlowych – służą nie tylko do zapewnienia bezpieczeństwa, ale też do selekcji użytkowników przestrzeni. Jest ona oczyszczona z gości zagrażających wybranemu scenariuszowi – bezdomnych, ubogich<sup>50</sup>, a także – sądząc z oficjalnie przekazanej informacji – aktywistów politycznych czy religijnych. Osoby takie są usuwane poza przestrzeń należącą do Manufaktury<sup>51</sup>. Obserwacja tej przestrzeni potwierdza tezę, że: *Prywatyzacja przestrzeni publicznych wyklucza lub marginalizuje udział w nich niższych warstw społecznych. Równocześnie ułatwia »militaryzację« przestrzeni* (Bierwiazonek i inni, 2012).

Zabytkowa przestrzeń byłych zakładów Izraela Poznańskiego została poddana komodyfikacji, wyczyszczono ją z prawdziwych znaczeń i realnych społecznych problemów. Fabryczne hale, świadectwo historii miasta i miejsca, zostały wykorzystane jako motyw przewodni – stały się tematem (*theme*) galerii handlowej, dekoracją zaplanowanego spektaklu. Stworzona od podstaw pomiędzy fabrycznymi zabudowaniami otwarta przestrzeń to symulacja prawdziwego miejskiego placu, z nieustającą feerią wydarzeń i scenariuszy przygotowywanych na potrzeby marketingu, którą „umagicznia” prawdziwa historia, jednak nie nadaje jej prawdziwego znaczenia. Pozory i blichtr zastąpiły dyskurs społeczny, jak i wszelką oddolną aktywność. Spektakl jest w pełni pod kontrolą właściciela, a jego uczestnicy i aktorzy są stale obserwowani przez kamery i filtrowani przez ochronę<sup>52</sup>.

Należy tu podkreślić, o czym już wspomniałem, że ten sam status własnościowy terenu nie determinuje jego funkcji w mieście i klasyfikacji jako przestrzeni publicznej. Mimo wielu ważnych ułomności funkcjonalnych, które opisałem powyżej, nie można zanegować całkowicie jej pozytywnych wartości dla miasta. Pomimo że prawdziwym motywem wszystkich działań prywatnych właścicieli jest chęć pomnożenia zysków ze

---

<sup>51</sup> Warto przy okazji zwrócić uwagę, że osoby te, jeśli nie złamią prawa polskiego, są usuwane w przestrzeń publiczną należącą do miasta, gdzie ich przebywanie jest legitymizowane polskim prawem państwowym. Autor niniejszego tekstu był świadkiem jednej z takich sytuacji podczas zwiedzania Manufaktury: ochrona bez zbędnych formalności wyprowadziła osobę „wyglądającą na bezdomną” poza granice własności, na publiczny chodnik.

<sup>52</sup> Próbuując użyć typologii przestrzeni kontrolowanej, którą opisałem w rozdziale 2.6 (Flusty, 1963), można uznać, że tzw. Rynek Manufaktury wpisuje się w kategorię *prickly space* (kolczaste przestrzenie) i *jittery space* (drżące przestrzenie).



sprzedaży towarów i usług – i nawiązując do tekstów Harveya (Harvey, 2012) – przywłaszczenie renty monopolowej wynikającej z posiadania unikatowego dobra, jakim jest zabytkowa łódzka fabryka, to jednak ich działania przynoszą też pozytywne skutki, poszerzając dostępność dóbr kultury dla lokalnej społeczności. Bez udziału prywatnego kapitału nie byłoby to zapewne możliwe<sup>53</sup>. Wartością nie do przecenienia jest też sama rewitalizacja zabytkowych budynków fabryki Poznańskiego, z zachowaniem choć części kapitału symbolicznego tego miejsca, i stworzenie w jego centrum wysokiej jakości otwartej pieszej przestrzeni miejskiej o dużych walorach estetycznych, która stała się w krótkim czasie miejscem spotkań mieszkańców Łodzi.

Wprawdzie możemy tu mówić głównie o użytkownikach przestrzeni z grupy dobrze zarabiającej klasy średniej i wyższej (a zatem celowo wybranej przez właściciela) – jednak mając w pamięci fakt, że cały ten obszar był całkowicie zdewastowany przed wejściem kapitału prywatnego, należy uznać jego przekształcenie za wydarzenie pozytywne.

Analizując przestrzeń Rynku Manufaktury w kontekście cytowanych na początku tej pracy definicji przestrzeni publicznej trzeba stwierdzić, że ograniczenia w dostępie do przestrzeni Manufaktury, eliminacja aktywności politycznej i sterowanie wszelką inną aktywnością na terenie placu nie pozwalają na zaliczenie tego obszaru do *przestrzeni publicznych*. Z drugiej strony plac jest licznie użytkowany i pozytywnie odbierany przez mieszkańców Łodzi jako przykład coraz popularniejszej w miastach naszego kręgu kulturowego *przestrzeni hybrydowej*. Taka przestrzeń nie może być traktowana jako publiczna i nie pełni takiej funkcji w mieście, ale może ją jednak uzupełniać. Inne przykłady hybryd zostaną opisane w kolejnych rozdziałach niniejszej pracy.

---

<sup>53</sup> Można spojrzeć na to z innej strony: za wszystkie kulturalne atrakcje płacą sami konsumenci, gdyż cena ich organizacji jest doliczana do cen towarów, jakie zakupili w Centrum Handlowym Manufaktura, przy czym nie mają oni żadnego wpływu na wybór dóbr kultury czy rozrywki, jakie zostaną im zaserwowane.

#### **5.1.4 Plac Szewczyka i Galeria Katowicka wraz z dworcem kolejowym – przestrzeń hybrydowa.**

W latach 50. ubiegłego stulecia, wobec zwiększenia ilości pasażerów podjęto decyzję o budowie nowego dworca kolejowego w Katowicach. Po analizach zdecydowano, że powstanie on na terenie istniejącego wówczas dworca towarowego, w samym centrum miasta (około 300 metrów od istniejącego wówczas budynku stacji). W 1959 roku w zamkniętym konkursie architektonicznym zorganizowanym przez SARP wygrał znany zespół warszawskich architektów (w środowisku nazywanych „tygrysami”), w składzie: Waław Kłyszewski, Jerzy Mokrzyński i Eugeniusz Wierzbicki. Do współpracy zaprosili oni wybitnego konstruktora Waław Zalewskiego. Zespół ten reprezentował funkcjonalne i strukturalne podejście do projektowania, co zaowocowało zastosowaniem technologii budowy nowego obiektu, opartej na żelbetowej konstrukcji kielichowej. Ta unikatowa technologia, zastosowana w dużej, monumentalnej skali, nadała bardzo interesujący wyraz estetyczny całemu przedsięwzięciu. Założenia projektowe, oprócz budowy samego dworca, przewidywały wygospodarowanie obszernej przestrzeni publicznej przed gmachem oraz budowę w sąsiedztwie nowych budynków biurowych (w tym budynku wysokiego mieszczącego siedzibę DOKP), a także hotelu i parkingów wielopoziomowych.

W projekcie dworca odważnie założono pełną segregację ruchu pieszego i samochodowego poprzez obsługę z dwu poziomów: z parteru dworzec miał być dostępny dla zmotoryzowanych, zaś z pierwszej kondygnacji (gdzie ulokowano główną halę z większością kas biletowych) miał być dostępny dla podróżnych korzystających z komunikacji publicznej. Z tego założenia wynikało zaprojektowanie długiej kładki pieszej na wysokości pierwszej kondygnacji, która w pierwotnych koncepcjach bezkolizyjnie (ponad ruchem samochodowym) łączyła dworzec z nowo planowanymi budynkami oraz główną handlową ulicą miasta (dziś ulica 3 Maja).

Niezbędne wyburzenie przeprowadzono na przełomie lat 60. i 70. ubiegłego wieku, a w roku 1972 roku otwarto nowy gmach dworca. Ambitne plany dotyczące powstałych przed dworcem placu i obiektów towarzyszących (biurowce, hotel) nie zostały nigdy zrealizowane, a przestrzeń przed główną stacją kolejową wykorzystano jako dworzec autobusowy – tworząc w ten sposób zintegrowane centrum komunikacyjne całej aglomeracji śląskiej. Z dawnych planów pozostała przecinająca przestrzeń dworcowego

placu, zwanego Placem Szewczyka, piesza estakada, łącząca budynek dworca z główną ulicą handlową miasta, ulicą 3 maja.

Cały ten obszar do lat 80. utrzymany był w przyzwoitym stanie technicznym i estetycznym, choć trudno mówić o nim w kategoriach udanej przestrzeni publicznej. Wyburzenia, które umożliwiły powstanie dworca i placu, otworzyły też widok na zaniedbane podwórka i tylne elewacje kamienic, zaś większość otwartej przestrzeni placu zajęły przystanki i infrastruktura dworca autobusowego. Jednak pomimo wszystkich tych wad nie można zanegować faktu, że Plac Szewczyka był wówczas największym placem Katowic, większym od tzw. „ryнку”. Ze względu na swe centralne położenie i związek z infrastrukturą komunikacyjną obszar ten posiadał ogromny potencjał do przekształcenia w reprezentacyjną i rekreacyjną przestrzeń pieszą.

Wstępem do omówienia tego ciekawego przykładu prywatyzacji i komercjalizacji przestrzeni miejskiej powinno być przyjrzenie się obiektom takim jak dworzec kolejowy czy autobusowy w kategoriach miejskiej przestrzeni publicznej. Budynki dworców kolejowych powstają wraz z dynamicznym rozwojem sieci kolejowej w początkach XIX wieku. Stacje kolejowe budowano dość gęsto, co związane było z samą technologią napędu parowego, wymagającego uzupełnienia wody i paliwa, i bardzo szybko stały się one rozpoznawalnym typem budynku w mieście. Wewnątrz najważniejszym elementem była hala dworcowa wraz z kompleksem pomieszczeń, w skład którego wchodziły m.in. kasy biletowe, punkty informacji, poczekalnie, lokale gastronomiczne, jak i biura podróży. Ten schemat był aktualny aż do lat 80. XX wieku.

Jeżeli uznajemy, zgodnie z definicjami opisanymi w rozdziale XX, że dostępność jest najważniejszym kryterium przestrzeni publicznej, to obiekty dworców (kolejowych, a także po części autobusowych) przez dekady spełniały funkcje zadanej przestrzeni publicznej. Przestrzeń dworcowych hal i poczekalni miała charakter egalitarny i ogólnodostępny. Była też przestrzenią spotkania, mijania się i wzajemnego obserwowania się przedstawicieli wszystkich warstw społecznych, którzy dopiero po wejściu do wagonów rozdzielali się (dosłownie) na klasy. Ogromna kubatura katowickiego dworca również stanowiła tego typu przestrzeń, co zrodziło pewne niespodziewane konsekwencje: po przemianach ustrojowych stała się bowiem popularnym miejscem koczowania bezdomnych z całego regionu (szczególnie w miesiącach zimowych). Kryta dachem, pełna

zakamarków i krętych tuneli przestrzeń przyciągała też narkomanów i miejskich włóczęgów. Trzeba też wspomnieć, że w przestrzeni tej można było przy okazji zobaczyć postacie ulicznych grajków, sprzedawców staroci czy spotkać roztańczoną młodzież, przechodzącą tunelami dworca na drugą stronę miasta.

Od lat 90. postępuje degradacja budynku dworca oraz przyległego Placu Szewczyka. Wewnątrz obiektu gwałtownie rośnie liczba lokali handlowych. Dziesiątki niedbale skleconych kiosków wypełniają przestrzeń tuneli. W samym głównym budynku stoiska lokowane są nie tylko wzdłuż ścian, ale pojawiają się też wolnostojące punkty handlowe i gastronomiczne w przestrzeni głównej hali dworcowej. Natłok kolorowych reklam i brzydota tymczasowych sklepików niszczy estetyczny wyraz monumentalnej, brutalistycznej architektury. Sam budynek jest zresztą w coraz gorszym stanie technicznym i wizualnym.

Na jego przykładzie można łatwo zrozumieć procesy komercjalizacji budynków i przestrzeni publicznych. Patrząc na archiwalne zdjęcia łatwo dostrzec zmiany: w latach 80. budynek dworca był „czystą” przestrzenią, epatował prostą, brutalną siłą swej architektury. W latach 90. rozpoczyna się przemiana, w wyniku której już po kilku latach obiekt w swej większej części zyskuje (niekoniecznie oficjalnie, ale na pewno realnie) funkcje handlową i usługową, a chaotycznie rozmieszczone reklamy i kioski wypaczają zamierzone przez projektantów wrażenia estetyczne.

Nie lepiej jest w obszarze Placu Szewczyka. W początkach XXI kładka piesza „jest bliska śmierci technicznej”, chwieją się płyty nawierzchni, rdzewieje konstrukcja i elementy wykończenia. Zdevastowana została nawierzchnia dworca autobusowego i jego infrastruktura. Jednak pomimo bardzo negatywnego wrażenia estetycznego obszar ten pełnił wciąż funkcję prawdziwej przestrzeni publicznej, w której możliwe są działania spontaniczne, a ludzkie działania i interakcje regulowane wyłącznie prawem państwowym. Ta przesiadkowa przestrzeń jest tłem dla prawdziwego życia metropolii, jak i częścią obszaru pieszego miasta, w której organizowane są happeningi, protesty i pikietki, oraz miejscem spotkania mieszkańców z przyjezdnymi, czyli interakcji z *obcymi*, co Lofland uważa za jedną podstawową funkcji przestrzeni publicznej (Lofland, 2007 str. 27).



Zdj. 20

Archiwalne zdjęcie z 2005 roku pokazujące akcję protestu przeciwko wojnie w Iraku, odbywającą się na Placu Szewczyka.

Fot. Marta Błażejowska, udostępnione przez Agencję Agora.

Sytuacja zmieniła się w 2007 roku, kiedy to PKP zdecydowało o przeprowadzeniu modernizacji dworca w Katowicach w systemie Partnerstwa Publiczno-Prywatnego (PPP). Było to o tyle łatwe, że PKP dysponowało nie tylko terenem dworca, ale także znaczną częścią Placu Szewczyka. Po rokowaniach wybrano ofertę hiszpańskiej grupy Neinver, która zaproponowała na udostępnionym przez kolej terenie budowę nowego dworca wraz z kompleksem wielofunkcyjnym. Nowy obiekt miał integrować galerię handlową z dworcem kolejowym oraz autobusowym (przeniesionym do kondygnacji podziemnej). Na obszernej działce planowano ulokować także niezależny budynek biurowy.

Od 2010 trwały intensywne prace budowlane, które w 2013 roku zaowocowały otwarciem nowego budynku Galerii Katowickiej wraz z pozostałością po Placu Szewczyka. Budowa budynku biurowego, podobnie jak 40 lat wcześniej, została wstrzymana, jednak inwestor nie wycofał się z zamierzeń, więc prawdopodobnie inwestycja zostanie realizowana.



Nowo powstały obiekt projektu SUD Architectes jest kwintesencją stylu międzynarodowego i przykładem nowoczesnej, wielofunkcyjnej miejskiej galerii handlowej III generacji. Trzeba jednak zauważyć, że w wyniku inwestycji sam Plac Szewczyka właściwie przestał istnieć. Ogromny budynek handlowy zajął prawie w całości przestrzeń placu, pozostawiając jedynie niewielką, wydłużoną przestrzeń pieszą na przedłużeniu ulicy Młyńskiej, będącą jednak własnością operatora Galerii Katowickiej.

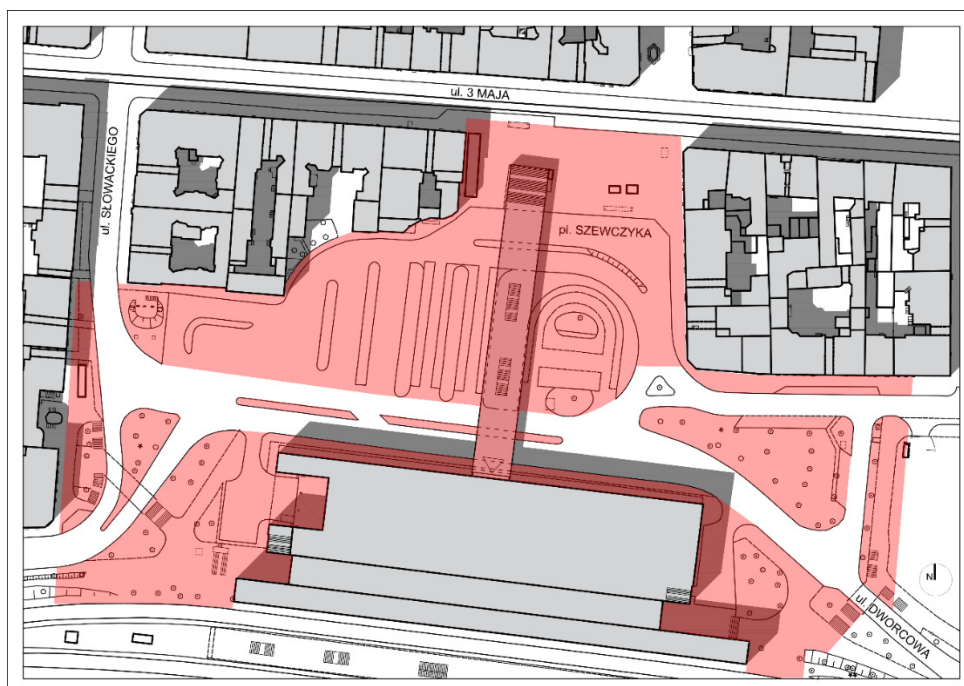
Podobnie jak opisywany Rynek Łódzkiej Manufaktury, jest to przestrzeń prywatna, podlegająca wewnętrznym regulaminom i służąca stworzeniu bezpiecznej i kontrolowanej oprawy dla działalności lokali handlowych. Tu również mamy do czynienia z nowoczesną architekturą i wysokiej jakości materiałami użytymi do zaaranżowania otwartej przestrzeni placu (oryginalne zamierzenia projektantów były jeszcze bardziej ambitne, a wizualizacje z czasów poprzedzających budowę pokazują więcej elementów, w tym pielęgnowaną zielenią, siedziska i fontanny). Deweloper chwali się na swojej stronie, że „inwestycja ta zmieni miasto i znacząco poprawi jakość życia mieszkańców regionu”<sup>54</sup>. Tak przeprowadzona rewitalizacja zmieniła jednak analizowaną przestrzeń publiczną w jej hybrydową namiastkę i niestety jest to proces nieodwracalny. Plac Szewczyka został wyjęty z przestrzeni dostępnej wszystkim i każdemu i służy raczej potrzebom galerii handlowej, podnosząc jej prestiż.

---

<sup>54</sup> Cytat ze strony inwestora:

<http://www.neinver.com/pl/content/projekt-katowice-przyklad-transformacji-przestrzeni-miejskiej>





Rys. 11 Schemat pokazujący Plac Szewczyka przed powstaniem Galerii Katowickiej; na czerwono symbolicznie zaznaczono obszar otwartej przestrzeni pieszej (publicznej).  
Opracowanie własne, na podstawie Google Earth i materiałów prasowych.



Rys. 12 Schemat pokazujący Plac Szewczyka obecnie; na czerwono symbolicznie zaznaczono pozostały obszar otwartej przestrzeni pieszej, mający wspólnego właściciela, jakim jest Galeria Katowicka.  
Opracowanie własne (na podstawie Google Earth i materiałów prasowych).

W swej nowej odsłonie zmienia się również funkcja dworca kolejowego. Hol kasowy, przestrzeń od swego powstania w XIX wieku otwarta i dostępna, zostaje zredukowana do rzędu kas w poszerzonym handlowym pasażu – pasażu, który jest nadzorowany przez prywatne służby ochroniarskie i zamykany w godzinach nocnych (pod pretekstem sprzątnięcia). Frapującym rozwiązaniem wydaje się też dyskretne wprowadzenie architektonicznych barier, uniemożliwiających korzystanie z przestrzeni w sposób niewłaściwy z punktu widzenia ich właściciela. By się o tym przekonać, wystarczy spojrzeć na siedziska poczekalni, zresztą będące przykładem doskonałego, rzeźbiarskiego designu autorstwa Konstantina Grcica. W tym przypadku zastosowano indywidualne, niewielkie krzeselka, uniemożliwiające odpoczynek w pozycji leżącej, nie wspominając o śnie – co powstrzymuje częste na dworcach „koczowanie” w oczekiwaniu na kolejowe połączenia.



Zdj. 21.

Dzisiejszy Plac Szewczyka, (rok 2015) w niewielkim stopniu wygląda jak plac. Jego proporcje, nawierzchnia i mała architektura przypominają raczej ulicę pieszojezdną.

Zdjęcie: M. Gałkowski.

Taka aranżacja jednoznacznie uderza też w bezdomnych oraz wszelakich zmęczonych zabawą imprezowiczów, tradycyjnie szukających w zimne noce schronienia i odpoczynku w dworcowych poczekalniach. Sama ilość wspomnianych krzesełek też zastanawia – jest ich bardzo niewiele, o czym pisała nawet prasa lokalna<sup>55</sup>, co powoduje, że oczekujący podróżni – z braku miejsc – zmuszeni są przenosić się do obszernego *foodcourtu*, a to zapewne nie pozostaje bez wpływu na obrót znajdujących się tam lokali gastronomicznych<sup>56</sup>.

Oczywiście cały obszar dzisiejszej Galerii Katowickiej jest apolityczny i wyprany z treści religijnych, a przy tym oczyszczony z osób niepożądanych. Bezdomni nie mogą już przebywać na terenie obiektu, bo są od razu sprawnie usuwani z przestrzeni galerii handlowej i dworca przez pracowników prywatnych firm ochroniarskich.



Zdj. 22

Wnętrze dworca kolejowego – widoczne krzesełka. Przykład celowego ograniczenia aktywności, tworzenia barier poprzez rozwiązania architektoniczne.

Zdjęcie: M. Gałkowski.

<sup>55</sup> Zob. artykuł na portalu Onet.pl: <http://wiadomosci.onet.pl/slask/dworzec-pkp-w-katowicach-pasazerowie-nie-maja-gdzie-siedziec/7yk0f>, dostęp 08,2015

<sup>56</sup> Zwykle częścią opłaty wynajmu sklepu w Galerii Handlowej jest procent od obrotu. Podnoszenie obrotów najemców leży więc w interesie właściciela obiektu.





Zdj. 23

Wnętrze dworca kolejowego z kasami biletowymi (po prawej) i rzędem sklepów (po lewej). Trudno znaleźć różnice formalne w stosunku do galerii handlowej. Przestrzeń uległa komodyfikacji i całkowicie upodobniła się do pasażu handlowego, tracąc indywidualny wyraz estetyczny i charakterystyczne cechy wystroju.

Zdjęcia: M. Gałkowski.

W tym miejscu, by lepiej naświetlić opisywane problemy, warto naszkicować wnętrze typowego centrum handlowego. We współczesnych miastach ery powszechnego konsumpcjonizmu centra i galerie handlowe w pewnych aspektach zastępują dziś (czy może uzupełniają) otwartą miejską przestrzeń publiczną. W polskich warunkach, o czym wspominałem przy okazji omawiania przykładów z Łodzi i Katowic, galeria handlowa pełni rolę typową dla przestrzeni publicznej: miejsca towarzyskich, rodzinnych czy biznesowych spotkań. Często przy tym zapomina się, że Galeria Handlowa, nawet jeżeli łączy się z dworcem kolejowym, to w rzeczywistości stanowi wyspecjalizowany obiekt handlowy, którego najważniejszą funkcją jest nakręcanie spirali konsumpcji w imię zwiększenia zysków właściciela.

Podstawy schematu galerii handlowej nie uległy zmianie od lat 60. ubiegłego wieku – wielkopowierzchniowy hipermarket spożywczy stanowi tzw. kotwicę, która pozwala klientom na zaopatrzenie w artykuły pierwszej potrzeby, a także tańszy asortyment tekstylny czy elektroniczny. W przypadku Katowic mamy aż dwie „kotwice” – drugą stanowi sklep samoobsługowy ze sprzętem gospodarstwa domowego. Katowicka galeria należy zresztą do najnowszych obiektów, w których kotwice spożywcze nie odgrywają już dominującej roli, bo ważniejsze są duże sklepy sportowe, artykuły AGD oraz modne

sieciowe sklepy odzieżowe. Wynika to po części z rosnącej popularności w Polsce dyskontów, przejmujących zaopatrzenie w dobra pierwszej potrzeby.

Mall, a więc pasaż handlowy z pomniejszych sklepami, zajmuje w Katowicach aż cztery kondygnacje (podziemie, parter, pierwsze i drugie piętro). Na ostatniej kondygnacji ulokowano też multiplex kinowy – będący dodatkowym magnesem przyciągającym konsumentów. W centrach IV generacji oprócz kina często lokowane są inne lokale rozrywkowe, takie jak dyskoteki, kręgielnie, kluby muzyczne, a nawet tak nietypowe jak obserwatorium astronomiczne (przykład Galeria Handlowa „Solaris” w Opolu) czy kryte lodowisko (Galeria „Promenada” w Warszawie do czasu przebudowy).

Sam pasaż okazuje się reminiscencją, a właściwie, odwołując się do terminologii Baudrillarda (Baudrillard, 2005), symulacją tradycyjnej miejskiej uliczki handlowej. Jest to jednak przestrzeń doskonalsza od oryginału: bezpieczniejsza, klimatyzowana, pozbawiona nudy i brudu. W pasażu trwa nieprzerwanie feeria, spektakl, dla którego tłem okazują się wyspecjalizowana architektura i technika, a którego celem jest zatrzymanie klientów wewnątrz obiektu.

Zwykle pasáže przyjmują postać pętli (ang. *loop*), która zapewnia cyrkulację klientów wewnątrz obiektu. Komunikację pionową zapewniają windy, schody i chodniki ruchome, ulokowane w sposób wymuszający wspomnianą już cyrkulację i wspomagając stan swoistego „zagubienia” się klientów we wnętrzu. Pasaże utrzymane są zwykle w jasnych neutralnych kolorach, co pozwala na zwiększenie oddziaływania reklam i podświetlonych logotypów najemców. Właściwej widoczności logotypów podporządkowana jest również sama forma pasaży – biegną one krzywoliniowo, z zachowaniem delikatnych łuków, co powoduje, że znajdujący się wewnątrz konsumenci obejmują wzrokiem więcej nośników reklamowych i sklepowych wystaw. Również wielkość otworów pomiędzy kondygnacjami handlowymi jest z reguły dobierana w taki sposób, by spacerując na parterze można było dojrzeć logotypy sklepów, które znajdują się na kondygnacji wyższej (rozmiary i wysokość umieszczenia logotypów i reklam nie są dowolne, a od początku zdefiniowane przez operatora centrum handlowego). W środku pasaży ulokowane są otwarte stoiska, quasi-kramy z tradycyjnego bazaru, które wprowadzają dodatkowy ruch i akcje, nawet jeżeli klientów jest niewiele.

Nie bez znaczenia są otwory znajdujące się pomiędzy kondygnacjami pasażu, które doprowadzają do wszystkich kondygnacji naturalne oświetlenie, poprzez umieszczony w dachu świetlik, co pomaga symulować otwartą przestrzeń miejską. Przykład świetlików jest symptomatyczny, pokazuje bowiem absolutną racjonalność środków technicznych stosowanych w celu stworzenia iluzorycznego, *magicznego* środowiska wewnętrznego. Naturalne oświetlenie i zastosowanie dużych świetlików mają tu bardzo racjonalne wytłumaczenie – oszczędzają energię elektryczną w ciągu dnia, a zainstalowane w świetlikach klapy wspomagają grawitacyjnie oddymianie obiektu, co znacząco zmniejsza koszty inwestycji (oddymianie mechaniczne jest skomplikowane i kosztowne). Tak samo racjonalne jest wyposażanie galerii handlowych w fontanny, o których Makowski (Makowski, 2003) pisał w kontekście *umagicznienia* i budowania nastroju relaksu. Z fontanną wiążą się aspekty technologiczne, dotyczące nawilżania powietrza wysuszonego przez systemy klimatyzacji, a jej zastosowanie pozwala stosować prostsze urządzenia wentylacyjne i w konsekwencji spore oszczędności, tak inwestycyjne, jak i eksploatacyjne. Z tego wynika też popularność tego elementu we wnętrzach centrów handlowych.

Oprócz okolic fontann najbardziej typowym miejscem spotkań i wytchnienia w nowoczesnym centrum handlowym jest tzw. foodcourt, czyli specjalna przestrzeń dedykowana gastronomii, w której konsumenci mogą skorzystać z oferty jednej z sieciowych restauracji. *Foodcourt* przechodzi ewolucje wraz z rozwojem centrów handlowych – w centrach I generacji była to wydzielona przestrzeń wyposażona w stoliki, otoczona fast foodami (taki tradycyjny układ występuje w Galerii Katowickiej). W nowoczesnych centrach, takich jak np. „Ogrody” w Elblągu czy „Galeria Mokotów” w Warszawie, siedziska są zróżnicowane i podzielone na strefy, a oprócz fastfoodów sprzedających posiłki poprzez ladę spotkamy tam także wyższej klasy restauracje z obsługą kelnerską i kuchnią regionalną. Najnowsze trendy w projektowaniu takich przestrzeni polegają na wprowadzaniu specjalnie wydzielonych stref dla dzieci oraz stref relaksu, wyposażonych w przytulne meble i wyposażenie naśladujące wystrój kawiarni czy klubów. To kolejny element *hipersymulacji* (Baudrillard, 2005) przestrzeni miejskiej, jaki można spostrzec we wnętrzu centrów handlowych.

Co warto zaznaczyć, *prawdziwe*, choć zwykle należące do sieciowych operatorów i wyglądające tak samo, niezależnie od geograficznej lokalizacji, kawiarnie i pomniejsze



lokale gastronomiczne ulokowane są także poza obszarem *foodcourt* i często wystawiają swe stoliki w przestrzeni pasażu – by udawać uliczne kawiarnie, w których, tak jak w prawdziwym mieście, możemy usiąść, obserwować innych i być obserwowanymi<sup>57</sup>. W przestrzeniach handlowych galerii przygotowane są też specjalne miejsca umożliwiające organizację imprez, pokazów czy koncertów, które to wydarzenia są stałym elementem strategii marketingowej galerii handlowej, tworząc atmosferę festynu. To poprzez te sterowane działania, w synergii z *tematyzacją* dokonuje się *umagicznienie* (Ritzer, 2001) wewnętrznych przestrzeni galerii, tak ważne dla jej pozytywnego odbioru przez konsumentów. Co ciekawe, w katowickiej galerii częścią *umagicznienia* i *symulacji* stała się także brutalistyczna architektura z lat 70. ubiegłego wieku – pod presją środowisk twórczych inwestor godził się zachować betonowe kielichy starego dworca, jednak w trakcie prac budowlanych podjął decyzje o ich całkowitym wyburzeniu i zastąpieniu imitacją (oficjalnie ze względu na niewłaściwe parametry konstrukcyjne). *Symulowane* kielichy dworca (zdjęcie 27) stały się jednym z *tematów* nowej galerii, która używa ich do podkreślania swego związku z historią miejsca<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> Rola gastronomi w zamkniętych centrach handlowych rośnie. Można się spotkać z opiniami, że 15%, a nawet do 30% powierzchni najmu będą wkrótce zajmować różnorodne lokale gastronomiczne. Jest to wyraz nawiązania do przemian, jakie dokonują się w prawdziwej przestrzeni miejskiej, która coraz bardziej jest przestrzenią rozrywki (Gehl, 2006).

<sup>58</sup> Jak pisze na swych stronach właściciel Galerii Katowickiej: „Konstrukcje parasolowe składające się na budynek hali dworcowej, jako świadectwo awangardowych tradycji architektonicznych miasta, zostały wyeksponowane w całej okazałości, aby kolejne pokolenia mogły podziwiać ich majestatyczne kształty”. Tekst można znaleźć na stronie Galerii: <http://budowa.galeriakatowicka.eu/zintegrowane-centrum-dworzeckolejowy/>, dostęp: 10.02.2015.



Zdj. 24

Imitacja betonowych kielichów dworca, część symulacji zastępującej *ducha miejsca (genius loci)*.

Zdjęcie: M. Gałkowski.

Nie można negować faktu, że centra handlowe są wyspecjalizowanymi budowlami, których architektura i cała przestrzeń podporządkowana jest konsumpcji. Obiekty te, zwłaszcza jeśli są ulokowane w śródmieściu, mogą być łatwym celem ataków jako twory obce, zawłaszczające przestrzeń publiczną i popularyzujące hedonistyczny styl życia. Jednak nie można zakwestionować pewnego pozytywnego oddziaływania galerii handlowych, o czym piszą nawet ich krytycy. Np. sceptyczna Margaret Crawford zauważa społeczną rolę centrum handlowego, istotną dla mieszkańców podmiejskich osiedli:

Przepakowanie miasta w bezpieczną, czystą i kontrolowaną formę nadało centrom handlowym większe znaczenie jako centrum lokalnej wspólnoty i

społeczności. Zamknięte centrum handlowe (mall) dostarcza centralności, gęstości i ogniskuje społeczność – wszystkich tych elementów brakuje w rozszerzających się przedmieściach (Crawford, 1992).

Opinia ta dotyczy miast amerykańskich, dotkniętych problemami rozlewających się przedmieść oraz dominacji samochodu jako środka transportu. Jednak najważniejsza jej teza, mówiąca o ogniskowaniu społeczności, będzie prawdziwa także w Polsce, zwłaszcza w miastach o niedoinwestowanym śródmieściu, czy w ośrodkach, gdzie tradycyjne śródmieście, w wyniku zniszczeń wojennych i nieprzemyślanych działań planistycznych, przestało realnie istnieć (np. w Malborku). Zauważa to także Makowski:

Galeria jest substytutem różnych rodzajów przestrzeni publicznej – podwórka, ulicy, rynku, pasażu. Dla wielu Galeria to również jedyne „miejsce publiczne” w promieniu paru kilometrów, w którym mogą obcować z większą grupą osób [...] (Makowski, 2003 str. 164)

Nowoczesne centrum handlowe wnosi pewien zasób pozytywnych wartości dla miasta i miejskiej społeczności, pomimo że pod względem funkcjonalnym jego przestrzenie dalekie są od publicznych<sup>59</sup>. Komplikacje zaczynają się w tych ośrodkach, w których duże wielofunkcyjne centra handlowe są wprowadzane (przemycane) wprost do śródmieścia, w miejsce istniejącej zabudowy czy przestrzeni publicznych. Skala nowoczesnej galerii handlowej, zajmującej co najmniej kilka tradycyjnych kwartałów, rozsądza tkankę miejską i ma daleko idące skutki dla komunikacji w całym obszarze jej oddziaływania.

W polskich realiach, w których administracja urbanistyczna jest słaba, a budowa centrum handlowego staje się inwestycją polityczną, lokowanie wielkich galerii handlowych w śródmieściach stało się częstą praktyką. Przykłady można mnożyć, oprócz opisywanej tu Galerii Katowickiej można wymienić Forum w Bytomiu, Złote Tarasy w Warszawie, Galerię Krakowską w Krakowie czy planowane w ostatnim czasie Forum Radunia, w obszarze Starówki w Gdańsku. Zunifikowana estetyka, bezpieczeństwo i higieniczna czystość mallów i związanych z nimi zewnętrznych przestrzeni otwartych

---

<sup>59</sup> W takich warunkach przestrzenie centrum handlowego mogą stać się tym, co Oldenburg nazwał w swej pracy *trzecim miejscem* (Oldenburg, 1989).

niosą pewną wartość, ale w warstwie funkcjonalnej nie mogą one zastąpić swobody i nieskrępowania prawdziwej ulicy i miejskich placów, w których *spotkanie z obcym* jest prawdziwe i ma znaczenie dla rozwoju społeczności.

### 5.1.5. Sony Center w Berlinie– przestrzeń hybrydowa, korporacyjna „bonus plaza”

Komodyfikacja przestrzeni nie zawsze związana jest wprost z działalnością handlową. Częstsze i obejmujące większe obszary jest oddziaływanie kapitału na pieszą przestrzeń miejską przy okazji budowy komercyjnych obiektów biurowych, a także budynków wielofunkcyjnych, łączących handel z innymi funkcjami, takimi jak np. rozrywka, biura, hotele czy apartamenty. By zobrazować te procesy, wybrałem jeden z najbardziej wyrazistych przykładów w Europie, jakim jest obszar dzisiejszego Potsdamer Platz w Berlinie i usytuowany tam kompleks Sony Center – europejska siedziba jednej z największych światowych korporacji elektronicznych i medialnych.

Sam Potsdamer Platz należy do najciekawszych przykładów pokazujących ewolucję i kierunki przekształceń obszaru śródmiejskiego we współczesnej Europie. Historia tego miejsca<sup>60</sup> zaczyna się w początkach XVIII wieku, kiedy rozrastający się Berlin rozpoczął ekspansję w kierunku południowo-zachodnim, poza granice średniowieczne. Wytyczono wówczas nową dzielnicę Friedrichstadt, opartą o dwie osie kompozycyjne: Leipziger Strasse na kierunku wschód–zachód oraz Friedrichstrasse na kierunku północ–południe. W latach 1735–1737 poszerzony obszar miasta otoczono ponownie murem celnym i akcyzowym, w którym wyznaczono 14 bram (finalnie powstało ich 18).

Najbardziej znaną jest Brama Brandenburska, jednak nie mniej ważna była położona nieopodal Brama Poczdamska – nazwana tak od kierunku głównej drogi z niej wychodzącej. Do bramy prowadziło też kilka lokalnych traktów i dróg, tworząc przed nią

---

<sup>60</sup> Krótki rys historyczny powstał na podstawie książki *Potsdamer Platz: The Reshaping of Berlin*, autorstwa Małgorzaty Nowobilskiej i Quazi Mahtam Zman (Nowobilska i inni, 2014).

rodzaj nieregularnego skrzyżowania, nazywanego Potsdamer Platz (Plac Poczdamski). Bramy miejskie nie tylko pełniły zadania w systemie fiskalnym, ich rolą było też ograniczanie dostępu do miasta chłopom, którym jednak zezwalano na handel przed murami. W efekcie Potsdamer Platz szybko przejął ważną funkcję lokalnego rynku. Na dalszy rozwój tego obszaru Berlina miało też wpływ położenie w pobliżu Tiergarten, czyli dawnych cesarskich terenów łowieckich, które w 1742 roku przekształcono w publicznie dostępny park. W okolicy ulokowały się podmiejskie wille należące do bogatej berlińskiej arystokracji.

Wszystkie te czynniki wpłynęły na dalszy rozwój Potsdamer Platz (a także położonego tuż obok Octogonu), który pod koniec XVIII wieku był już miejscem bardzo znanym, gwarnym, pełnym kawiarni i tradycyjnych piwiarni. W początkach XIX wieku Octogon przemianowano na Leipziger Platz, powstały też projekty przebudowy bramy i samego Potsdamer Platz, w tym autorstwa znanych architektów, m.in. F. Schinkela. Plany te jednak nie zostały nigdy w pełni urzeczywistnione, a z projektu Schinkela zrealizowano jedynie dwie oficyny flankujące projektowaną bramę.

Popularność tej okolicy spowodowała zmiany w tkance miejskiej – wiejskie wille i rezydencje usytuowane na polach wokół placu około 1830 roku zaczynają wpisywać się w elegancką i coraz bardziej zwartą zabudowę, o bardziej miejskim charakterze. Okolica zaczęła uchodzić za bardzo ekskluzywną, stąd zamieszkali w niej bogaci kupcy, wyżsi urzędnicy i oficerowie, a także bankierzy.

Budowa dworca kolejowego Potsdamer Bahnhof w 1838 roku oraz kolejnego, oddalonego o kilkaset metrów Anhalter Bahnhof, kilka lat później ugruntowuje ten stan rzeczy. W początkach XX wieku komunikację kolejową dopełniło podziemne metro, co w połączeniu z rosnącą liczbą biegnących tu linii tramwajowych<sup>61</sup> uczyniło z Potsdamer Platz najważniejszy „hub” komunikacyjny miasta. Nowe środki zbiorowej komunikacji zwiększają przepływ ludzi przez plac (do około 100 000 osób dziennie w 1900 roku) i

---

<sup>61</sup> Pierwsze konne tramwaje pojawiły się tu w 1880 roku, w 1895 roku przejeżdżało ich około 244 co godzinę, zaś w latach 1908–1929, po ich elektryfikacji, liczba ta zwiększa się do około 600.



jednocześnie wzmacniają jego społeczne znaczenie w rozwijającym się mieście<sup>62</sup>. Wille i pałace o charakterze podmiejskim położone w okolicy Bramy Poczdamskiej są coraz częściej wykorzystywane jako siedziby miejskich i państwowych instytucji. W początku XX wieku lokują się też tutaj przedstawicielstwa dyplomatyczne innych państw, co świadczy o ekskluzywnym charakterze tej okolicy.

Łącząc tak wiele funkcji i korzystając z unikatowego położenia<sup>63</sup> Potsdamer Platz nabiera śródmiejskiego charakteru i w początkach XX wieku staje się jednym z najbardziej ruchliwych skrzyżowań Europy<sup>64</sup> i ośrodkiem nocnego życia metropolii, pełnym kawiarni, nocnych klubów, kabaretów, teatrów, piwiarni i ekskluzywnych hoteli. Do legendy miasta i historii miejsca przechodzą takie miejsca jak Grand Hotel Esplanade<sup>65</sup> oraz ulokowane tu słynne piwiarnie i kawiarnie, jak Cafe Haus Vaterland i najśłynniejsza Cafe Josty, gdzie zbierała się berlińska bohema. Już wtedy podejmowane są próby przekształcenia zatłoczonego Potsdamer Platz w przestrzeń bardziej przyjazną pieszym – powstają futurystyczne projekty separujące ruch pieszy i kołowy przez umieszczenie go na różnych poziomach<sup>66</sup>. Choć propozycje nie zostały zrealizowane, świadczą o prężnym ruchu awangardowym w Berlinie w ówczesnych czasach oraz o bardzo progresywnym myśleniu o pieszej przestrzeni publicznej.

Przy placu powstaje za to awangardowy budynek Columbus Haus, projektu Ericha Mendelsohna, modernisty, jednego z najbardziej znanych architektów swoich czasów. Otwarcie tego komercyjnego obiektu następuje w początkach 1933 roku, w tym samym czasie, gdy do władzy dochodzą faszyci. Nad rozplanowaniem „stolicy rzeszy” prace rozpoczyna Albert Speer. Hitlerowska dyktatura daje mu pełną władzę nad urbanistyką

---

<sup>62</sup> Powyższe dane są bardziej zrozumiałe, gdy popatrzymy na rosnącą liczbę mieszkańców Berlina – w 1919 roku było tam około 200 000 mieszkańców, by w 1910 przekroczyć 2 miliony. Około 1920 roku tzw. Wielki Berlin obszarowo był drugim co do wielkości miastem świata.

<sup>63</sup> Po powiększeniu granic administracyjnych Potsdamer Platz zbliża się pod względem położenia do geometrycznego centrum tzw. Wielkiego Berlina („Gross Berlin”).

<sup>64</sup> Ruch pojazdów był tu tak duży (blisko 20 000 pojazdów na dobę w roku 1900), że z trudem kierowało nim w godzinach szczytu 11 policjantów. To właśnie tutaj pierwszy raz w Europie zainstalowano nowy wówczas amerykański wynalazek, czyli sygnalizację świetlną.

<sup>65</sup> Był to budynek autorstwa Otto Rehniga, w którym bywały sławy takie jak Greta Garbo czy Charlie Chaplin, a Cesarz Wilhelm II urządził regularne, już legendarne wówczas, spotkania towarzyskie.

<sup>66</sup> W 1925 roku powstaje futurystyczny projekt Wernera Hegemanna i Oskara Lange’a, proponujący separację ruchu pieszego od samochodowego poprzez budowę pieszego poziomu ponad kołowym skrzyżowaniem. Podobne w duchu rozwiązanie proponował berliński urbanista Martin Wagner, w postaci wielopoziomowego ronda z ulokowanymi w części centralnej usługami.

miasta, co zaowocowało nowym, autorytarnym planem przebudowy stolicy. Zakładał on kompozycję osiową (budowa nowej reprezentacyjnej osi północ–południe, aby przyćmić paryskie Champs-Élysées), otoczoną monumentalną, totalitarną architekturą, wyrażającą w zamyśle twórcy potęgę faszystowskich Niemiec.

Plan Speera wyznaczał przebieg nowej osi w bezpośrednim sąsiedztwie Potsdamer Platz i by go zrealizować, w 1938 roku budynki po jego zachodniej stronie zostały wyburzone, a na ich miejscu powstał pierwszy z planowanej serii nowych gmachów, czyli Haus des Tourismus. W tym samym czasie Speer buduje tuż przy Leipziger Platz ogromny kompleks biurowy nowej Kancelarii Rzeszy. W czasie alianckich nalotów i sowieckiego ostrzału artyleryjskiego ten właśnie obszar stanie się głównym ich celem. Większość zabudowy zostaje całkowicie zniszczona<sup>67</sup>.

Oczyszczenie okolicy ze śladów wojny trwa aż do 1947 roku. W tym czasie Potsdamer Platz staje się punktem granicznym i łącznikiem pomiędzy aliancką i sowiecką strefą okupacyjną, co sprzyja handlowi. W 1953 roku leżący w większości po stronie wschodniej Potsdamer Platz stał się świadkiem kolejnych dramatycznych wydarzeń, gdy armia radziecka użyła broni przeciw protestującym robotnikom. Częściowo spłonął wówczas Columbus Haus i wkrótce po tym zostaje przez władze wschodniego Berlina całkowicie rozebrany. Cała okolica dawnych placów Potsdamer Platz i Leipziger była już właściwie pozbawiona zabudowy, bez planów jej odtworzenia<sup>68</sup>. Sytuacja polityczna pomiędzy Sowietami a Zachodem pogarszała się, czego widocznym znakiem stała się rozpoczęta w 1961 roku, właśnie w okolicach Potsdamer Platz, budowa Muru Berlińskiego, który fizycznie podzielił miasto (i kraj) na kilka nadchodzących dekad i w konsekwencji zamroził jakiegokolwiek działania w przestrzeni placu.

„Wiatr zmian” nadszedł w roku 1989. Otwarcie granic pomiędzy dwoma państwami niemieckimi spowodowało niemal natychmiast uliczne demonstracje i spontaniczne obalenie muru przez zbierający się tłum. W tym oddolnym, społecznym ruchu

---

<sup>67</sup> Co ciekawe, Columbus Haus przetrwał wojnę, po części dzięki nowoczesnej szkieletowej konstrukcji.

<sup>68</sup> W 1957 roku (a więc przed budową muru) wśród władz części zachodniej pojawia się idea połączenia tkanki miasta i przywrócenia stolicy Niemiec bardziej jednolitego centrum. Rozpisany zostaje międzynarodowy konkurs pod znaczącym tytułem „Stolica Berlin”, z udziałem takich sław jak sam Le Corbusier. Konkurs ten był też gestem wobec władz komunistycznych, który jednak pozostał bez echa (jeżeli nie liczyć rozpisania rok potem konkurencyjnego konkursu dla architektów z bloku wschodniego).

ważną rolę znów odegrała przestrzeń dawnego Potsdamer Platz. Wkrótce potem Niemcy na powrót stają się jednym państwem, tkanka urbanistyczna ich stolicy wciąż była jednak rozdarta. Rewitalizacja położonego na granicy dawnych stref wpływów, zrujnowanego i opustoszałego obszaru Potsdamer Platz (i jego otoczenia wraz z Leipziger Platz) nabrała znaczenia symbolicznego (i politycznego). Miejsce to miało potencjał, by stać się sercem tej jednej z najważniejszych europejskich metropolii i symbolem przemian całego zjednoczonego państwa niemieckiego.

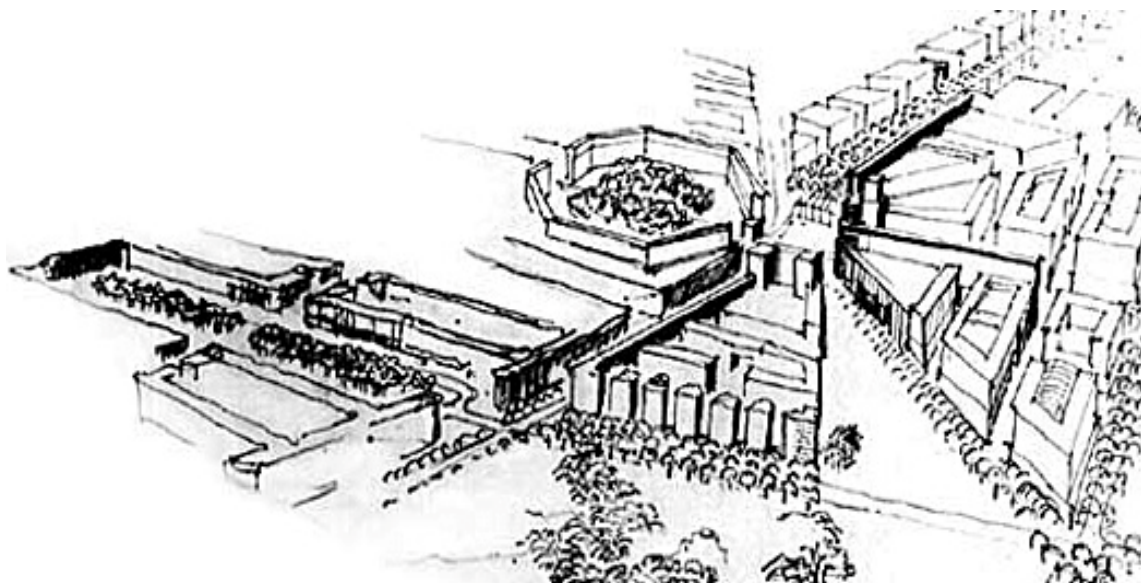
Wobec tak wysokich oczekiwań społecznych władze Berlina zdecydowały się rozpisać w 1991 roku międzynarodowy konkurs urbanistyczny na opracowanie planu zagospodarowania opustoszałej przestrzeni miejskiej wokół przedwojennych Potsdamer Platz i Leipziger Platz (w sumie ponad 60 hektarów). Władzom miasta zależało na uformowaniu nowoczesnej, funkcjonalnej zabudowy, ale także (o ile nie bardziej) na stworzeniu nowego *image* Berlina jako miasta nowoczesnego, kosmopolitycznego i otwartego na inwestycje. Chodziło również o zanegowanie niechlubnej XX-wiecznej historii, o której nowe Niemcy chciały zapomnieć<sup>69</sup>.

W tym jednym z najważniejszych w XX wieku architektonicznym konkursie wzięły udział wiodące światowe firmy. Wygrał niemiecki zespół Hilmer&Sattler, proponując projekt bardzo zachowawczy, zakładający odtworzenie sieci ulic i dawnego ośmiokątnego kształtu Leipziger Platz oraz wytyczenie nowych kwartałów wokół Potsdamer Platz. Projektanci dużą wagę przykładali do skali zabudowy i jej wysokości, która miała w ich zamierzeniach nie przekraczać 35 metrów (za wyjątkiem kilku wyższych obiektów akcentujących, ulokowanych od strony placu). Postmodernistyczny układ przestrzenny zakładał ujednoliczoną gabarytowo, dość gęstą, wielofunkcyjną zabudowę kwartałową (z wewnętrznymi zielonymi dziedzińcami), poprzecinaną siecią ulic, z których główne odtwarzały dość wiernie przedwojenny schemat, rozchodząc się promieniście z Potsdamer Platz. Plan zdecydowanie odrzucał obiekty punktowe, w rodzaju wysokościowych wież biurowych. Wynika z tego, że takie zaaranżowanie przestrzeni było realizacją postmodernistycznych założeń urbanistycznych, mających na celu stworzenie przestrzeni

---

<sup>69</sup> Wciąż skrywało pod powierzchnią kłopotliwe artefakty, w tym ruiny budynku Kancelarii Rzeszy i osławiony bunkier, w którym zakończył rządy faszystowski przywódca.

bliższej skalą tradycyjnemu miastu XIX-wiecznemu, w którym łączą się wszystkie główne funkcje: zamieszkania, handlu, rozrywki i usług. Wraz z dużą ilością pieszej przestrzeni (wnętrza kwartałów, ulice piesze) miało to zapewniać odnowienie się życia miejskiego w odciętej od niego przez długie lata strefie.



Rys. 13

Szkic autorstwa zwycięskiej pracowni Hilmer&Sattler, pokazujący zasady kształtowania zabudowy w obszarze Potsdamer Platz.

Źródło: strona internetowa [www.stadtentwicklung.berlin.de](http://www.stadtentwicklung.berlin.de) (dostęp: 09.2015).

Jednak ten znakomicie położony, należący do administracji miasta i gotowy na przyjęcie nowych inwestycji obszar stał się także przedmiotem ogromnego zainteresowania ze strony grup kapitału, dla którego ta unikatowa działka oznaczała perspektywę pewnych wieloletnich zysków. Wiemy, że już w 1989 roku (a więc przed rozpisaniem konkursu i tuż po zjednoczeniu miasta) zainteresowanie przejęciem terenu zgłosił koncern motoryzacyjny Daimler. Już po rozstrzygnięciu konkursu władze Berlina poddane zostały presji, decydując o podziale zadania inwestycyjnego na cztery główne

części (działki inwestycyjne), które zostały sprzedane największym oferentom: wspomnianemu już DaimlerAG, inżynierskiej ABB, Sony oraz jednej z firm niemieckiego przedsiębiorcy Otto Beisheima<sup>70</sup>. Zabudowa każdej z nich miała wpisywać się w plan stworzony przez pracownię Hilmer&Sattler, pomimo że obiekty miały projektować różne pracownie architektoniczne.

Doprowadziło to do sytuacji, w której wielcy inwestorzy przygotowujący swoje całkowicie komercyjne projekty byli w stanie przeforsować we władzach miasta modyfikacje planu (co ciekawe, poprzez procedurę „konsultacji społecznych”), dotyczące m.in. podwyższenia wysokości zabudowy czy zmian jej funkcji (jedną z nich jest wprowadzenie wielkopowierzchniowego centrum handlowego, co było całkowicie sprzeczne z oryginalnymi założeniami). Nie bez znaczenia jest fakt, że korporacyjni inwestorzy wybrali do przygotowania swoich projektów najświetniejsze i najmodniejsze pracownie architektoniczne świata, aby nadać wyjątkowego splendoru, co było też sposobem na swoiste „umagicznienie” inwestycji w oczach władz i mieszkańców miasta.

Trzeba przyznać, że rozpatrując każdy z korporacyjnych projektów niezależnie i w oderwaniu od kontekstu można by je uznać za dzieła wybitne (zwłaszcza w warstwie formalnej). Dużo większych trudności następcza ocena zrewitalizowanego obszaru jako całości. Oryginalna, przedwojenna zabudowa miejska tego rejonu powstawała i ewoluowała przez dziesiątki lat, a na jej formę miało wpływ bardzo wiele czynników społecznych i kulturowych. Tymczasem przygotowania i budowa czterech komercyjnych zespołów budynków trwały mniej niż dekadę. Ograniczenie do czterech liczby inwestorów zagwarantowało homogeniczność zabudowy całego obszaru i zahamowało zakładaną w planie zagospodarowania wielofunkcyjność nowych obiektów. Co ciekawe, nacisk na nowoczesność i kosmopolityczny styl, któremu towarzyszyło nieoficjalne dążenie do pominięcia niewygodnych faktów historycznych, dały efekt dość radykalnego odcięcia się nowego Potsdamer Platz od swoich korzeni. W zrealizowanej zabudowie nie ma zbyt dużo miejsca na formalne odwołania do historii miasta ani do jego „ducha”. Można powiedzieć, że struktura symboliczna tego obszaru została celowo przerwana i podjęto próbę napisania

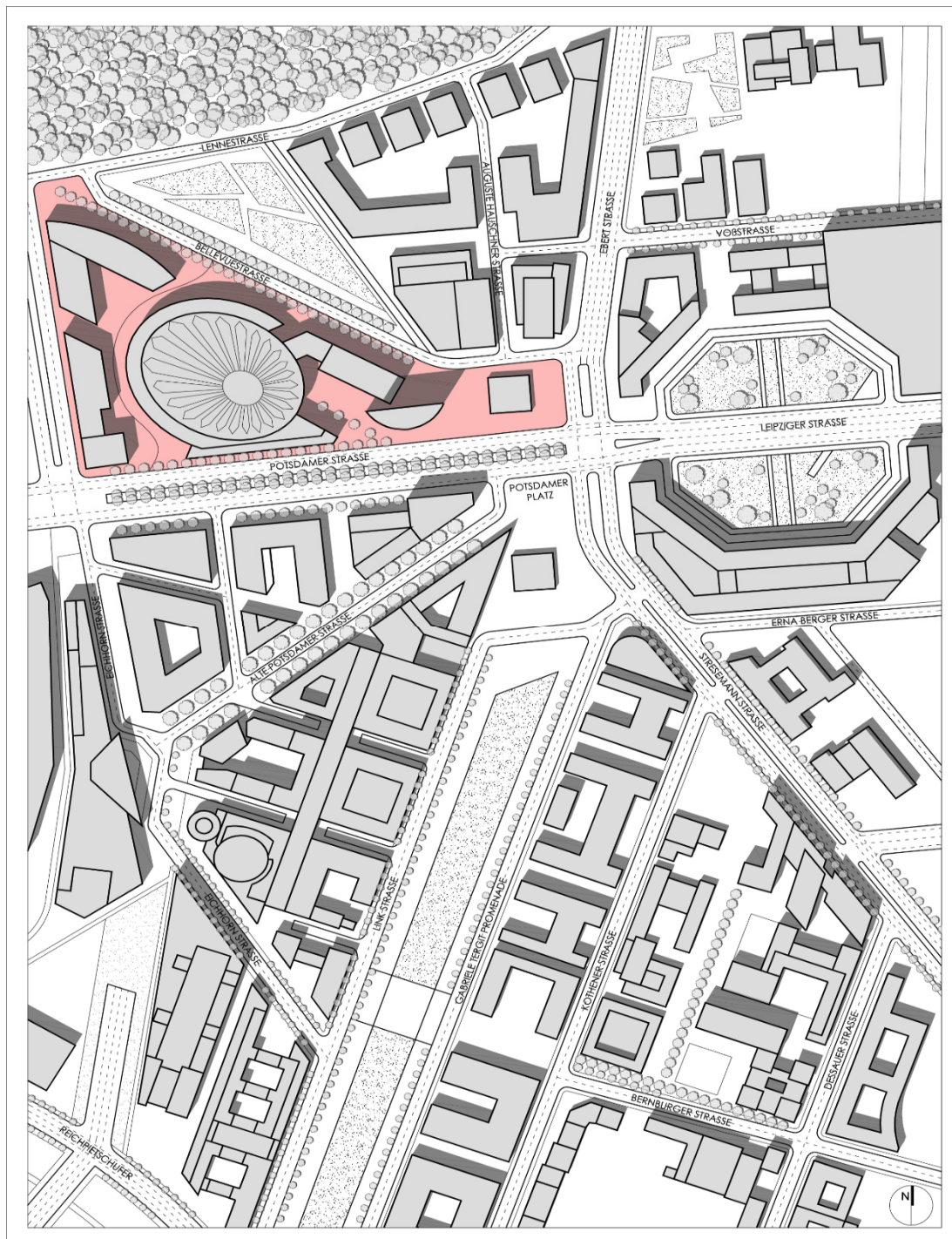
---

<sup>70</sup> Właściciel niemieckiej grupy Metro A.G., do której należą m.in. takie sieci handlowe jak Macro Cash&Cary, Real czy Media Markt.



jej na nowo, w oparciu o naukowo sprawdzony, w pełni komercyjny schemat rodem z galerii handlowych. Prawdziwą historię, realne miejsce zamieniono w skomodyfikowany spektakl, feerię korporacyjnych symulaków. Jak rzecz opisał Ritzer (Ritzer, 2001 str. 159):

[...] istnienie takich symulacji, nie tylko w świecie konsumpcji, ogromnie się przyczynia do zacierania różnicy między tym, co rzeczywiste, a tym, co wyimaginowane, między prawdą a fałszem. Każda współczesna struktura, każde zdarzenie jest w najlepszym razie kombinacją rzeczywistego i wyimaginowanego.



Rys. 14.

Szkic pokazujący komercyjne zagospodarowanie przestrzeni Potsdamer Platz. Na czerwono symbolicznie zaznaczono kwartał należący do koncernu Sony.

Źródło: opracowanie własne.

Można nawet zaryzykować stwierdzenie, że Potsdamer Platz to swego rodzaju miejski „park tematyczny”, w którym w każdej z należących do wielkich koncernów stref jest realizowany niezależny, komercyjny scenariusz, napisany przez specjalistów od marketingu oraz architektów. Te scenariusze zamieniają przestrzeń miejską w dekorację.

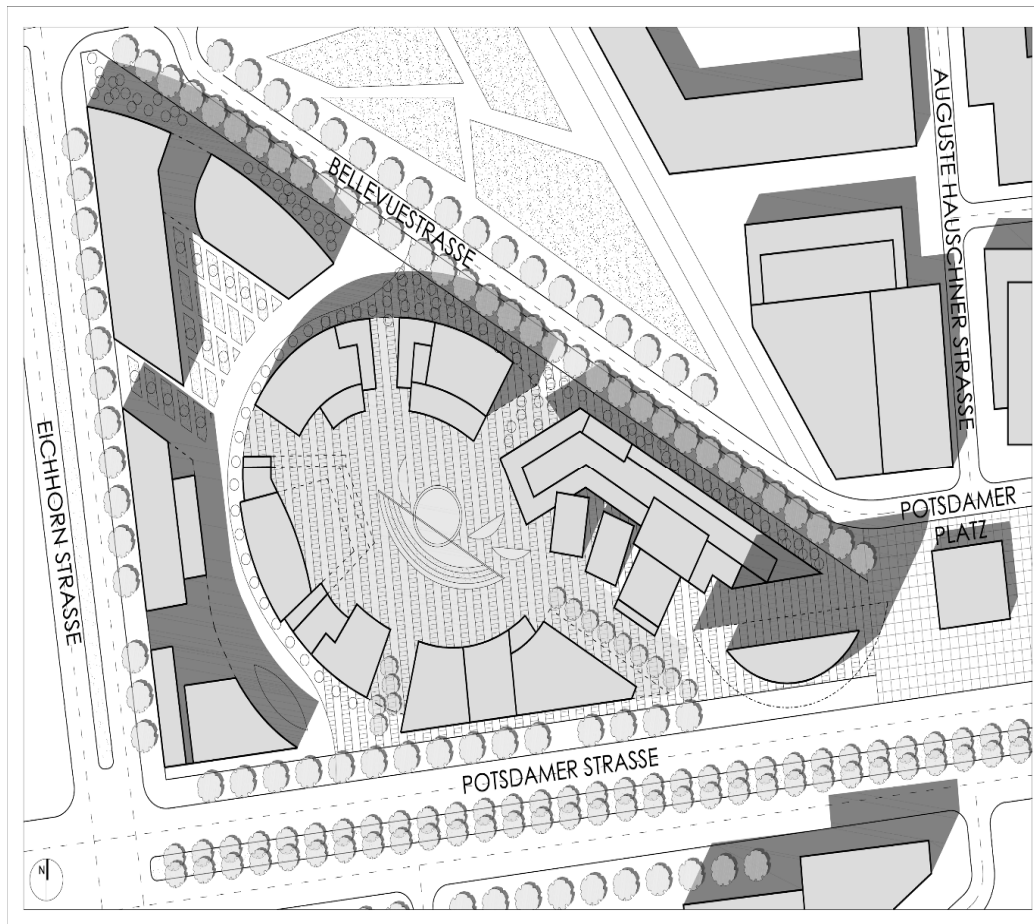
Zjawiska te w jeszcze szerszym zakresie można przedstawić na przykładzie jednej z najbardziej znanych części tego kompleksu Sony Center, którego projekt sporządziła renomowana pracownia architektoniczna Helmuta Jahna. Jest to charakterystyczny zespół budynków o błyszczących fasadach, wykończonych szkłem i stalą, który mieści w sobie europejską siedzibę koncernu Sony, ale też bardzo wiele innych funkcji: kompleks kinowy z wielkoformatowym IMAXem Deutsche Kinemathek (swoisty rodzaj muzeum kinematografii niemieckiej), Legoland Discovery Center, DFFB (Deutsche Film und Fernsehakademie Berlin – jedna ze znanych niemieckich szkół filmowych), centrum konferencyjne, sklepy (w tym oczywiście flagowy salon produktów Sony) oraz liczne kawiarnie i restauracje (np. odtworzoną Cafe Josty). Na ostatnich kondygnacjach ulokowano 134 luksusowe apartamenty.

Zgodnie z założeniami planu jest to obiekt wielofunkcyjny, jednak dobór tych funkcji niewiele ma wspólnego z tradycyjnym śródmiejskim kwartałem zabudowy i mocno odstaje od założeń oryginalnego planu Hilmer&Sattler. Przypomina za to bardzo centra handlowe IV generacji, w których dominują funkcje rozrywkowe, zorganizowane w specyficzny sposób wokół wiodącego „tematu” dla danego obiektu (w przypadku Sony, giganta w branży produkcji filmowej, wybór kinematografii był dość oczywisty).

Cały zespół 103-metrowych budynków (widać tu odstępstwo od założeń planu) skomponowano wokół centralnego, owalnego placu. Zwięzły opis architektury placu można znaleźć w książce K. Pluty:

Kompozycja przestrzenna zespołu to zgrupowanie większości budynków wokół centralnie położonego placu w kształcie elipsy. Dominantą przestrzenną placu jest budynek kina IMAX 3-D o znacznie przesuniętej linii zabudowy. Założenie planu oparte jest na podłużnej osi równoległej do Bellevue Strasse. Kompozycja posadzki placu to układ perforowanych płyt metalowych i

granitowych pasm kamiennych oraz elementów oświetleniowych, ułożonych w dwóch kierunkach. Linie na posadzce kontynuują podziały architektoniczne szklanych elewacji. Głównym elementem w posadzce jest kolisty płytki basen wodny usytuowany centralnie, częściowo nadwieszony i otoczony z jednej strony przez pasy tarasowej zieleni strzyżonej. Szklana posadzka basenu umożliwia wgląd do holu kina znajdującego się pod nim. Plac jest otwartą przestrzenią połączoną szerokim przejściem z Placem Poczdamskim. [...] Dodatkowymi elementami przestrzennymi zespołu Sony Center są niskie strzyżone pasma żywopłotów, ławki ze stali nierdzewnej oraz drzewa – pojedyncze rzędy otaczające cały zespół oraz grupy drzew od strony północnej, powiązane z miejscami rekreacji (miejsca zabaw dla dzieci, parkingi rowerowe) (Pluta, 2014 str. 117).



Rys. 15.

Szkic pokazujący zagospodarowanie terenu kompleksu Sony Center i jego wewnętrzne przestrzenie hybrydowe (poziom parteru)  
Opracowanie własne.



Ta prywatna „piazza” kryta jest ażurowym, tekstylnym dachem (o imponującej rozpiętości)<sup>71</sup>, którego forma przypomina ścięty stożek i – jak piszą niektórzy autorzy – stanowi nawiązanie do japońskiej góry Fujii. Pośrodku owego placu, co również bardzo przypomina schemat znany z galerii handlowej, ulokowano okrągłą fontannę. Zwraca uwagę bardzo czytelny układ, w którym wszystkie główne funkcje kompleksu zwrócone są ku centralnemu atrium. Wewnętrzna przestrzeń kompleksu z wyglądu przypomina ogromny *foodcourt*, na terenie którego pracownicy kompleksu wraz z licznymi grupami turystów mogą korzystać z kawiarni, barów i restauracji, a stoliki zajmują znaczną część otwartej przestrzeni. Można tą przestrzeń, za Gołębiowską i Nyką (Gołębiowska i inni, 2008 str. 159), zdefiniować pod względem formalnym jako *przestrzeń pośrednią* [w której – M.G.] *obserwować możemy zacieranie się granic pomiędzy budynkiem a przestrzenią publiczną*.



Zdj. 25

Wewnętrzny dziedziniec kompleksu Sony Center.

Zdjęcie: Jaime Ardiles-Arce. Wikimedia, domena publiczna.

<sup>71</sup> P. Gołębiowska i L. Nyka (Gołębiowska i inni, 2008 str. 158) ujmują podobne przestrzenie na „styku budynku i miasta” właśnie jako „przestrzenie pośrednie”: „Dzisiejsze sposoby rozwinięć przestrzeni publicznej do wnętrza budynków i kwartałów zabudowy, choć tworzą nowe typologie, są ewolucją lub przetworzeniem znanych w historii architektury form przestrzeni pośrednich. W architekturze współczesnej powstają liczne transpozycje historycznych podcieni, a dzięki nowym możliwościom konstrukcyjnym i materiałowym fragmenty placów i ulic przykrywają spektakularne krajobrazowe zadaszania [...]”. Ich analiza dotyczy form przestrzennych, nie dotyka głębiej problemów funkcjonalnych.



Ma to potwierdzenie w ukształtowaniu całego kompleksu budynków Sony Center, który odseparowuje wewnętrzny plac wizualnie i funkcjonalnie od publicznej tkanki miasta. Przypomina to sytuację w łódzkiej Manufakturze, gdzie komercyjna przestrzeń jest oddzielona od miejskich ciągów komunikacyjnych. Podobnie jak w Łodzi, także w przypadku Sony Center wydzielanie obszaru jest celowe i służy stworzeniu optymalnych warunków dla jego kontroli.

Wielopłaszczyznowo rozumiana kontrola jest dokonywana przez prywatnych właścicieli obiektu: doznania przebywających w atrium są stymulowane i wzmacniane nieustanną feerią barwnych zdarzeń, czemu służą dynamiczne, kolorowe oświetlenie, moderowane promocyjne wydarzenia (eventy) oraz muzyka – wszystko to tworzy specyficzną atmosferę ekscytacji, która zachęca do pozostania we wnętrzu atrium i wydawania pieniędzy na rozrywkę, jedzenie oraz gadżety. Można przyjąć, że, jak pisał Mark Gottdiener, samo przebywanie w takiej poddanej tematyzacji przestrzeni nosi już charakter konsumpcji:

Konsumpcja tematycznego środowiska odnosi się do doświadczeń indywidualnych osób w tematycznym otoczeniu, i zakłada określony stosunek do przestrzeni, który bazuje na osobistej lub grupowej interpretacji jej treści symbolicznych. Formy zabudowy mają moc zmieniania ludzkich zachowań poprzez swoje znaczenie [...]. Goście parku tematycznego konsumują samo środowisko, tak samo jak jego atrakcje. Dostosowują oni swoje zachowanie w zależności od bodźców, które odbierają poprzez znaki zawarte w wybudowanych formach (Gottdiener, 2001 str. 5).

W tym wypadku uprawnione staje się stwierdzenie, że sama architektura wyposażona jest w narzędzia kontroli, a zatem pełni funkcje kontrolne, co tylko potęgowane jest przez wszechobecność reklamowo-marketingowej ikonosfery. Cała aktywność przebywających na dziedzińcu mas zostaje dzięki temu skierowana na konsumpcję i rozrywkę. Nie ma tu miejsca na kontestację, bunt czy też akcje społeczne i religijne (a w każdym razie o możliwości przeprowadzenia tych ostatnich decyduje właściciel obiektu, w praktyce biorąc pod uwagę przede wszystkim swoje partykularne interesy). „Rozrywka” musi ograniczać się do uczestnictwa w zaaranżowanych, a zatem w pełni przewidywalnych aktywnościach, jakie oferuje przybyłym właściciel obiektu, a należą tu popularne miejskie zabawy, takie jak jazda na wrotkach i deskorolce czy gra w

piłkę. Sama architektura i układ przestrzenny zostały zresztą tak pomyślane, by onieśmielać przebywających do inicjowana niepożądanych zachowań (podobnie jak ma to miejsce na placu Łódzkiej Manufaktury). I tak jak w przypadku innych opisanych już skomodyfikowanych przestrzeni, tak obszar Sony Center podlega ciągłemu nadzorowi prywatnych sił ochrony, wykluczając swobodny przepływ osób mogących zakłócić ten dość sztuczny porządek. Miejsce to odwiedza zresztą bardzo przewidywalna grupa osób, czemu służy precyzyjny dobór ulokowanych tu funkcji<sup>72</sup>, dopasowany do poziomu zamożności określonej, najbardziej pożądanej z punktu widzenia inwestora grupy konsumenckiej, czyli miejskiej klasy średniej i wyższej. Można przyjąć, że mieści się w niemal wszystkich kategoriach ograniczenia dostępu i kontroli przestrzeni, zdefiniowanych przez Flusty'ego (Flusty, 1963).

W obiekt Sony Center wkomponowano też ocalałe elementy Hotelu Esplanade<sup>73</sup> i odtworzono w nim sławną Cafe Josty (w anturażu nawiązującym do lat 30. XX wieku; nowa kawiarnia znajduje się w odległości 200 metrów od dawnej historycznej lokalizacji). Te zabiegi mają nawiązywać do historii miejsca i okresu jego największego rozkwitu w okresie międzywojennym. Jednak uwagę zwraca powierzchowność i wybiórczość tego nawiązania – jedynymi elementami są kawiarnia i sala balowa, jakby autorzy projektu chcieli sprowadzić całą legendę miejsca do sfery rozrywki. Te artefakty giną zresztą w ogromnej kubaturze nowej budowli, poddając się w końcu komodyfikacji i stając jedną z setek atrakcji, jakie oferuje to miejsce.

---

<sup>72</sup> W słownictwie centrów handlowych *tenant mix* to „mieszanka najemców”. Właściwie dobrana „mieszanka” gwarantuje przyciągnięcie odpowiedniej grupy klientów i w konsekwencji rentowność całej inwestycji.

<sup>73</sup> Fragment Hotelu Esplanade ze słynną salą Kaisersaal przetrwał, jednak nie był on początkowo brany pod uwagę przez projektantów kwartału Sony. Już po powstaniu projektu zdecydowano się na bardzo kosztowną operację przemieszczenia ocalałego fragmentu hotelu wraz z historyczną salą o 75 metrów i wkomponowanie go w jeden z budynków nowego kompleksu.



Zdj. 26                      Ocalałe elementy Hotelu Esplanade, jako element dekoracji i część komercyjnej symulacji przestrzeni Sony Center.  
Zdjęcie: Cliff Jones; udostępnione za zgodą autora.

Jest to dość skromne upamiętnienie, bo przecież dawny Potsdamer Platz był związany nie tylko z handlem i rozrywką, ale też stał się ostoją ówczesnej kultury – wyznaczając trendy awangardowe w sztuce i nauce, poprzez realizowanie wizjonerskich projektów architektonicznych i inżynierskich. Co najmniej kontrowersyjne wydaje się też bezrefleksyjne wymazanie z pamięci tego miejsca najtrudniejszych okresów jego historii, kiedy to wokół skrzyżowania wisiały czerwone flagi ze swastyką, a nieopodal urzędowało gestapo. Nowa zabudowa, będąca realizacją polityki wielkich inwestorów, a ukierunkowanej ściśle na zysk, nie zdołała zaowocować udaną symbiozą w obrębie skomplikowanej i obciążonej historycznie symboliki tego miejsca. Inwestorzy dla swych partykularnych celów (co było zresztą na rękę władzom) wykreowali przestrzeń semantycznie czystą, pozbawioną jakichkolwiek kontrowersyjnych znaczeń, mogących zakłócić konsumpcyjny spektakl lub podważyć korporacyjny prestiż. W tej przestrzeni znaleźć można wiele znanych konsumentom symboli związanych z marką – jako że to

reklama tworzy nową zrozumiałą dla odwiedzających siatkę znaczeń. Na wewnętrznym placu kompleksu każdy odwiedzający może doświadczyć alienacji wynikającej z braku wpływu na przebieg wydarzeń, ale jednocześnie dowoli uczestniczyć w dostępnych tu atrakcjach i konsumować trwający festyn, co ciekawie opisał Gottdiener:

Gdy wejdziemy w jakieś tematyczne (*themed*) otoczenie, stajemy się podobni do turystów. Centra handlowe, parki rozrywki, kasyna, restauracje tematyczne – wszystkie zostały zaprojektowane do wytwarzania pewnego specjalnego efektu, który pobudza nasze pragnienie, aby wydawać pieniądze<sup>74</sup>. (Gottdiener, 2001 str. 151)

Kompleks Sony Center, wraz z całym obszarem Potsdamer Platz, jest obszarem poddanym totalnej komodyfikacji i estetyzacji. Wielkie koncerny stworzyły homogeniczną, w pełni kontrolowaną symulację przestrzeni miejskiej, o ściśle dobranych funkcjach, zdolną do stymulowania aktywności użytkowników. Ta część miasta stała się specyficznym rodzajem parku tematycznego, w którym budowle zaprojektowane przez sławy architektury pełnią rolę dodatkowego atraktora i składnika symulacji (podobnie jak osławiony Zamek Kopciuszka pełni ją w parkach Disney World). Wielcy twórcy stworzyli dzieła o dużej wartości, jednak oderwane od historii i tradycji tego miejsca.

Należy przyznać, że w Berlinie ta strategia, wzorowana na centrach handlowych i amerykańskich parkach rozrywki, odniosła sukces komercyjny, mierzony ilością odwiedzających i zyskami właścicieli nieruchomości. Oferująca tak wiele atrakcji okolica dzisiejszego Potsdamer Platz jest licznie odwiedzana przez turystów – ale też mieszkańców miasta szukających rozrywki i zabawy. Doskonała lokalizacja (w pobliżu dzielnicy rządowej) i wysoka jakość budynków biurowych pozwalają na łatwe pozyskanie najemców, również w przypadku drogich apartamentów.

Hybrydowa przestrzeń Potsdamer Platz to jeden z największych pod względem skali przykładów jednorazowej prywatyzacji i komodyfikacji przestrzeni śródmiejskiej w

---

<sup>74</sup> Tłum. autora. W oryginale: *When we enter any themed environment, we become very much like a tourist. Malls, theme parks, casinos, and themed restaurants are all engineered to produce a special effect that stimulates our desire to spend money.*

Europie. Jej najnowsza historia nie bez przyczyny może być traktowana jak świetna ilustracja prezentowanej już wcześniej tezy Deborda:

Urbanistyka to narzędzie pozwalające kapitalizmowi zawłaszczyć środowisko naturalne i ludzkie. Jako że kapitalizm na mocy swej wewnętrznej dynamiki zmierza do zdobycia władzy absolutnej, obecnie może i musi przekształcić całą przestrzeń w s w o j ą d e k o r a c j ę (Debord, 2006 str. 179).

W nieco mniejszej skali zjawiska te są powszechne i występują w różnym nasileniu właściwie w każdym współczesnym kompleksie biurowym i rozrywkowym. Zawsze bowiem obiektom kubaturowym towarzyszy (z konieczności znajdująca się w obrębie działki inwestycyjnej) otwarta przestrzeń piesza, która będąc we władaniu inwestorów staje się narzędziem do zapewnienia większego prestiżu i pośrednio – większych zysków.

#### **5.1.6. Wewnętrzny skwer biurowca Metropolitan w Warszawie – korporacyjna przestrzeń hybrydowa**

Jak pokazane było na poprzednim przykładzie, tereny piesze właściwie zawsze towarzyszą nowo powstającym obiektom biurowym.

W Polsce i w europejskich krajach byłego bloku socjalistycznego problemy z tym związane pojawiły się dopiero w momencie przekształceń ustrojowych w latach 90. XX wieku. Negatywne zjawiska obecnie narastają wraz z polepszeniem się koniunktury na prestiżowe obiekty biurowe i usługowe w polskich miastach. Brak prawnej możliwości narzucania prywatnym inwestorom rozwiązań uwzględniających szerszy interes społeczny powoduje kurczenie się zasobów miejskich przestrzeni publicznych. Zastępują je przestrzenie hybrydowe, powstające tak w śródmieściach, gdzie stanowią konieczny, reprezentacyjny dodatek do nowo budowanych biurowców, jak i na peryferiach – lokowane pomiędzy budynkami w tzw. parkach biznesu czy „parkach przemysłowych”, wznoszonych przez prywatnych inwestorów, często w partnerstwie z władzami miast. Te ostatnie pozwalają na przejęcie kontroli nad przestrzeniami pieszymi towarzyszącymi tym wspólnym inwestycjom przez prywatne podmioty – czego konsekwencją jest zwykle trwałe wyłączenie tych terenów z zasobu miejskich przestrzeni publicznych. Świadczy to o krótkowzrocznej polityce władz miejskich.



Jednym z licznych przykładów obrazujących te zjawiska może być otoczenie i atrium położonego w samym śródmieściu Warszawy biurowca Metropolitan. Budynek ten ulokowany jest przy dzisiejszym Placu Piłsudskiego, na działce, którą przed wojną zajmował kwartał zabudowy mieszczący tzw. Hotel Angielski, znany z goszczenia sławnych jak na owe czasy osób (noce spędzali tam m.in. Józef Poniatowski, Aleksander Fredro czy sam Napoleon podczas swojego krótkiego pobytu w Warszawie, co upamiętniono tablicą na elewacji). Hotel został zniszczony we wrześniu 1939 roku wskutek faszystowskich bombardowań. W wyniku późniejszych działań wojennych cała zabudowa na tym obszarze przestała istnieć, czego konsekwencją było niejako wchłonięcie działki po hotelu przez otwartą przestrzeń Placu Piłsudskiego.

Sam Plac jest miejscem szczególnym, w którym niczym w soczewce skupiają się całe burzliwe losy Warszawy ostatnich 150 lat<sup>75</sup>. Nosił przez ten cały okres wiele nazw, które te wydarzenia historyczne przypominają: Plac Saski, Sachsenplatz, Saksońska Płozczad, Plac Józefa Piłsudskiego, Adolf Hitler Platz, Plac Zwycięstwa i w końcu na powrót Plac Piłsudskiego. Obecnie na Placu stoi jedna z ikon stolicy – Grób Nieznanego Żołnierza.

To miejsce pamięci powstało w 1921 roku pod monumentalną kolumnadą Pałacu Saskiego. Pałac został wysadzony przez Niemców po Powstaniu Warszawskim, a jedynym ocalałym fragmentem budowli był fragment podcieni z pomnikiem. Ten artefakt został po wojnie odnowiony (uzupełniono też tablice z miejscami bitew o te z II Wojny Światowej), stając się jednym z najbardziej rozpoznawalnych polskich pomników. Komunistyczne

---

<sup>75</sup> Historia samego placu jako miejsca publicznego rozpoczęła się w 1791 roku, kiedy to otwarto dziedziniec Pałacu Saskiego, wzniesionego przez Augusta III. Pałac (wraz z reprezentacyjnym dziedzińcem) był centralną częścią z założenia większej tzw. *Osi Saskiej*, wytyczonej od Krakowskiego Przedmieścia do Placu Żelaznej Bramy. Sam pałac został uszkodzony podczas Powstania Listopadowego w 1830 roku, a następnie przebudowany w stylu klasycystycznym (wtedy to po rozebraniu środkowej części budynku wzniesiono w jej miejsce charakterystyczną kolumnadę i arkady). Było to miejsce krwawych walk stoczonych podczas Insurekcji Warszawskiej i Powstania Listopadowego. To w tej przestrzeni zaborcy lokowali symbole swej hegemonii. Po odzyskaniu niepodległości na pełniącym reprezentacyjne funkcje placu odsłonięto pomnik księcia Józefa Poniatowskiego, a dwa lata potem w pałacowych arkadach powstał Grób Nieznanego Żołnierza. Plac znów zmienia nazwę: w 1928 roku nadano mu imię Józefa Piłsudskiego. W tym okresie pojawiły się poważne koncepcje uporządkowania przestrzeni wokół placu, zorganizowano nawet dwa konkursy architektoniczne, jednak wszystkie te działania zostały przerwane przez II Wojnę Światową. Po upadku Powstania Warszawskiego w 1944 roku naziści wysadzają Pałac Saski, a kolejne działania wojenne prowadzą do zniszczenia w zasadzie całej okolicznej zabudowy. Historię tego miejsca można znaleźć w pracy zbiorowej *Pamięć nieustająca. Jest takie miejsce w Warszawie (Pamięć nieustająca. Jest takie miejsce w Warszawie, 2012)*.

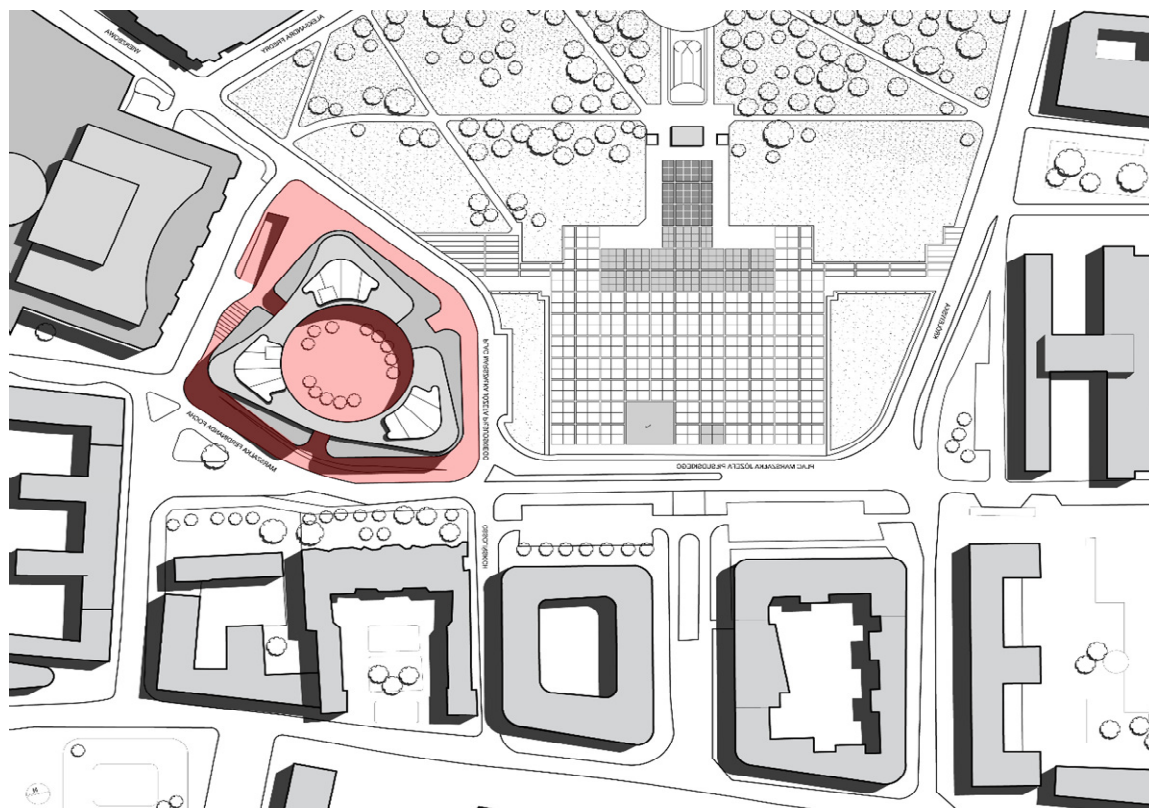
władze odnowiły też powiększony plac (noszący w tym okresie nazwę Plac Zwycięstwa), pełniący wówczas rolę scenografii dla rocznicowych uroczystości i wojskowych parad. Ważnym wydarzeniem stało się odprawienie tu mszy przez Jana Pawła II w latach 1978 oraz 1999, co zostało upamiętnione stojącym dziś w miejscu papieskiego ołtarza krzyżem.

W wielu dyskusjach z udziałem decydentów i urbanistów powraca wielokrotnie sprawa rekonstrukcji Pałacu Saskiego (i ewentualnie przywrócenia czy też budowy nowych pierzei Placu), czego efektem w 2000 roku była decyzja władz Warszawy o rozpoczęciu prac odtworzeniowych. Całkowicie zarzucono je jednak w 2008 roku, po zmianach politycznych we władzach stolicy.

W ostatnich latach sprawy zaczęły bieć innym torem – działka po Hotelu Angielskim na tyłach Teatru Narodowego, pozostająca od momentu zakończenia wojny niezabudowana i pełniąca rolę zieleńca, została kupiona przez prywatnego developera, firmę Hines Polska. Ten rozpoczyna przygotowania do budowy w tym miejscu nowego biurowca. Projekt nowego obiektu powierzono światowej sławy architektowi, Normanowi Fosterowi.

Powszechnie uważa się, że zaprojektowany przez niego budynek Metropolitan (a właściwie zespół trzech budynków ulokowanych wokół wspólnego placu) cechuje wyjątkowa elegancja zaokrąglonych form, o bardzo przyjemnych dla oka proporcjach. Oszczędny detal i wysokiej jakości, szlachetne materiały dopełniają obrazu tego obiektu. Architekt nawiązał też skalą obiektu do pobliskiej zabudowy kwartałowej.

Obok przychylnych wypowiedzi nie brak tych krytycznych, punktujących brak nawiązania do historycznych uwarunkowań miejsca oraz dawnych linii zabudowy. Warto jednak zauważyć, że obiekt powstał w specyficznych okolicznościach – w sytuacji braku jakichkolwiek decyzji miejskich co do docelowego kształtu Placu Piłsudskiego, tj. ewentualnych nowych pierzei czy form odbudowy Pałacu Saskiego. „Metropolitan” powstał na zlecenie prywatnego inwestora, który nie był zobligowany (planem czy umową z miastem) do wprowadzenia elementów wiążących go z tradycją miejsca. Warto też wskazać na fakt, iż obiekt nie znajduje się na historycznym obszarze Placu Piłsudskiego. Inwestor wykorzystał więc działkę zgodnie z udzielonym mu pozwoleniem, budując obiekt, który ma przynosić mu dochód i którego forma ma wyróżnić go na tle konkurencyjnych budynków.



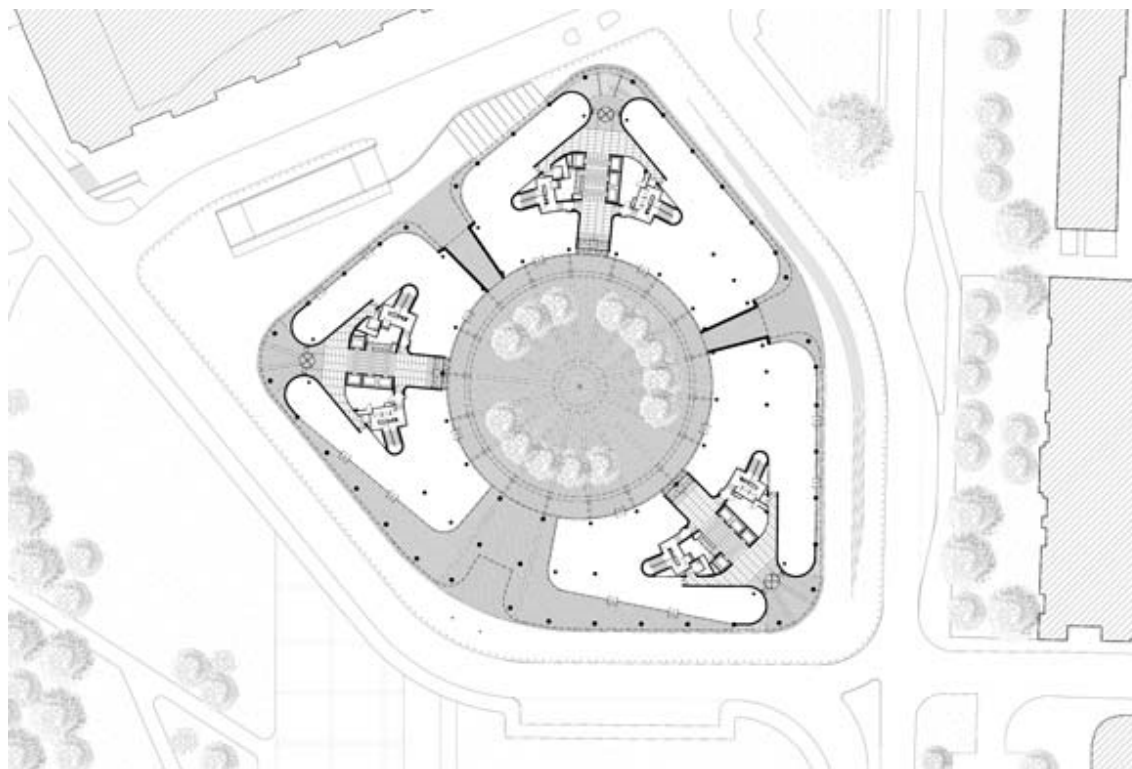
Rys. 16. Szkic pokazujący zagospodarowanie terenu wokół budynku Metropolitan (zaznaczony kolorem czerwonym) wraz z Placem Piłsudskiego i Pomnikiem Nieznanego Żołnierza.  
Opracowanie własne.



Zdj. 27 i 28

Na pierwszym zdjęciu widok budynku Metropolitan z Placu Piłsudskiego, na drugim jego wewnętrzny dziedziniec (z fontanną).

Zdjęcia: M. Antosz.



Rys. 17

Szkic pokazujący rzut pateru budynku Metropolitan wraz z głównymi elementami kompozycji. Opracowanie własne.

Inną miarę można jednak przyłożyć do zagospodarowania przestrzeni pieszej przynależącej do obiektu. Wewnętrzny skwer łączy się tu fizycznie z pieszymi obszarami miasta, w tym bezpośrednio z reprezentacyjnym Placem Piłsudskiego. Jak można zauważyć, nie jest to jednak połączenie spójne pod względem funkcjonalnym, jako że wewnętrzny skwer „Metropolitan” stanowi higieniczną i pozbawioną nawiązania do struktury symbolicznej przestrzeń, która spełnia wąską rolę reprezentacyjną i rekreacyjną, głównie dedykowaną osobom pracującym w biurowcu i odwiedzającym go w interesach. W przestrzeni tej znajdziemy wypielęgnowane, choć nieliczne drzewka, otaczające (jakże by inaczej) dużą, sterowaną elektronicznie fontannę.

Podobnie jak w przypadku obiektów analizowanych w poprzednich przykładach, woda okazuje się ważnym elementem pieszej przestrzeni przy „Metropolitan”: zapewnia



atrakcyjny widok, ruch i korzystnie wpływa na mikroklimat, zwłaszcza w upały. Takie rozwiązanie wydaje się też idealnie neutralne w kontekście powiązań z historią miejsca, ideologią czy konkretnym trendem w sztuce, w przeciwieństwie do pomnika czy rzeźby stojącej w przestrzeni miejskiej, z których każde ma swoją nazwę lub choć przydomek nadany przez okolicznych mieszkańców. Zwykle ma też związek z upamiętnieniem, (kogoś lub czegoś). Tymczasem wodne gejzery i geometryczne baseny fontann pozostają najczęściej bezimienne, niekiedy jedynie ich nazwę wiąże się z miejscem ich lokalizacji, np. „fontanna na skwerze Metropolitan”). Fontanna jest idealnym rozwiązaniem w komercyjnej przestrzeni, bo nie tylko pozwala na neutralność, ale też feeria pokazu wzmacnia prestiż właściciela i jego najemców.

Można myśleć o dziedzińcu Metropolitan jako o *przestrzeni społecznej* w ujęciu opisanym np. przez G. Schneider-Skalską (Schneider-Skalska, 2012 str. 6), która służy socjalizacji, integracji i kameralnemu spotkaniu grupy użytkowników danego obiektu. Jest to jednak stwierdzenie prawdziwe tylko w niewielkim stopniu, jako że nie mamy w tym przypadku do czynienia z wielorodzinnym budynkiem mieszkalnym, w którym taka przestrzeń społeczna czy też może *półprywatna* odgrywałaby ważną rolę w kreowaniu więzi społecznej. Z drugiej strony funkcjonowanie takich powierzchni wspólnych zależy od samych użytkowników, którzy mogą dostosowywać je do swoich potrzeb<sup>76</sup>. W opisywanym przypadku jest to otoczenie biurowca, na dodatek położonego w ruchliwym śródmieściu miasta, którego parter zajmują sklepy i lokale usługowe. Pracownicy biur mają znikomy wpływ na funkcje i sposób aranżacji tej przestrzeni. Wydaje się zatem, że podstawowym zadaniem skweru nie jest tworzenie jak najlepszych warunków do rekreacji czy odpoczynku, tylko dostarczenie odpowiedniej jakości, neutralnych światopoglądowo przeżyć estetycznych i tym sposobem wzmocnienie prestiżu właściciela i firm wynajmujących tu pomieszczenia, co z kolei przekłada się na zyski z najmu pomieszczeń.

Jest to kolejny przykład komodyfikacji przestrzeni, gdzie nacisk położony jest na tworzenie właściwego z punktu widzenia celów biznesowych wizerunku danego miejsca, za pomocą sztucznych zabiegów służących podkreśleniu prestiżu. Realizacja tych celów

---

<sup>76</sup> Dotyczy to nawet przestrzeni prywatnych osiedli strzeżonych, gdzie właściciele mieszkań mają wpływ na sposób kształtowania otoczenia.



odbywa się poprzez estetyzację, implementującą oczyszczenie przestrzeni ze nieodpowiednich elementów oraz jej kontrolę. Uważny obserwator łatwo wypatry tu elementy systemu nadzoru (kamery, kontrolne punkty obchodowe), czyli narzędzia, za pomocą których – dokładnie jak ma to miejsce w centrum handlowym – prywatne firmy ochroniarskie w pełni kontrolują tę przestrzeń. Nie spotkamy tu bezdomnych czy choćby „skejtów” jeżdżących na deskorolkach, gdyż scenariusze zachowań, jakie są dla tej korporacyjnej przestrzeni zaplanowane, nie przewidują takich spotkań (i w ogóle żadnego zaskoczenia, do którego przykładała wagę L. Lofland (Lofland, 2007).



Zdj. 29

Inny przykład przestrzeni korporacyjnej (jeden z wielu w polskiej rzeczywistości przestrzennej) to skwer przed budynkiem MBanku w Katowicach (dawniej siedziba BRE Banku); obiekt autorstwa zespołu architektów Z. Stanik, J. Czarnecki, P. Pawłowski, J. Lełątka i A. Pietras zwykle pozostaje pusty, pełniąc rolę jedynie gustownego przedpola dla tej instytucji (element wzmacniający jej prestiż). Wszelka aktywność społeczna jest tu niemożliwa. Zwraca uwagę popularny na tego typu obszarach motyw fontanny.

Zdjęcie: M. Gałkowski.

Place i skwery przed korporacyjnymi biurami to przestrzenie reprezentacji i, co się z tym wiąże, są zadbane, mają atrakcyjne wyposażenie i małą architekturę wysokiej jakości. W niektórych przypadkach mogą pełnić funkcje przestrzeni rekreacji i miejskiej socjalizacji, czemu zwykle towarzyszą różne formy konsumpcji. Bardzo często jednak pozostają puste, jak skwer przed budynkiem MBanku w Katowicach – zdjęcie nr 18.

Z pewnością przestrzenie takie stanowią w jakimś stopniu dobro wspólne dedykowane społeczności miasta, będąc choćby miejscem odpoczynku jako powierzchnie pielęgnowanej zieleni. Przestrzenie takie, podobnie jak hybrydowa przestrzeń Bryant Park czy Rynku Manufaktury, nie mogą jednak wypełniać w tym samym stopniu roli społecznej co miejska przestrzeń publiczna.

W ostatnich latach takich hybrydowych przestrzeni pieszych przybywa, a – w przeciwieństwie do tzw. grodzonych osiedli – ich granice nie są one łatwe do zauważenia, podobnie jak w przypadku wspomnianego już w tej pracy Parku Zuccotti w Nowym Jorku czy londyńskich bulwarów nad Tamizą (zdj. 15). Ta skryta przemiana objawia się dopiero w momencie pojawienia się społecznego konfliktu czy też zachowań sprzecznych z założonym dla danego obszaru scenariuszem. Na koniec zwrócić uwagę, że nowe obiekty kubaturowe zwykle wpisują się w precyzyjnie opisane wytyczne – mają swoje obowiązujące linie zabudowy i wysokości, jak i wiele innych parametrów. Tymczasem otaczająca je przestrzeń piesza bardzo rzadko podlega wnikliwym zaleceniom planistycznym, co doprowadza do powstawania hybryd wyjąłowych ze znaczeń i wyrwanych z tradycyjnej struktury symbolicznej miasta.

## Rozdział 6.

### Analiza porównawcza przykładów

#### 6.1. Kryteria analizy

Kryteria analizy związane są ściśle z metodologią pracy, opisaną w rozdziale 1.3. Opiera się ona na stworzonym przez Lyn L. Lofland (Lofland, 2007) podziale funkcjonalnym przestrzeni publicznych, wyróżniającym sześć głównych funkcji przestrzeni publicznej. Celem tego jest stworzenie matrycy, w której za pomocą 3-stopniowej skali określam wartość wypełniania poszczególnych funkcji na wybranych przykładach przestrzeni miejskich, przedstawionych w poprzednim rozdziale pracy.

Uzupełnieniem tego jest analiza przygotowana w oparciu o kryteria opisane przez Lawrence'a Lessinga (Lessing, 2001). W swej pracy wyróżnił on trzy warstwy komunikacji (czy, jak sam pisze, „warstwy, które czynią komunikację możliwą”): **warstwę fizyczną**, **warstwę kodu** oraz **warstwę zawartości**. Każdej z nich przypisał jedną z trzech kategorii: **wolna**, publicznie dostępna i nieograniczona prawami osób trzecich; **hybrydowa** (*mixed*), gdzie dostęp do informacji jest częściowo ograniczony, oraz **kontrolowana**. Wzorem Lessinga stworzyłem matrycę, w której opisanym w rozdziale 1.3 miejskim przestrzeniom pieszym przyporządkowałem jedną z trzech powyższych kategorii, odnosząc ją do trzech wyróżnionych przez Lessinga warstw komunikacji.

#### 6.2. Przyjęte metody badawcze

Powyżej przedstawiono kilka przykładów komodyfikacji przestrzeni miejskiej, o różnej etiologii i różnym stopniu nasilenia zjawisk jej towarzyszących. Przykłady te obrazują występowanie najbardziej powszechnych zjawisk towarzyszących komodyfikacji przestrzeni miejskiej i związanych z nią przekształceń funkcjonalnych. Różny jest też stopień prywatyzacji opisanych obszarów miasta, dokonującej się w wyraźnej korelacji z procesem komodyfikacji i komercjalizacji.

W dwóch pierwszych przykładach, a więc dotyczących Parku Bryanta w Nowym Jorku oraz Smithfield Plaza w Dublinie, sama przestrzeń miejska pozostaje formalnie we własności władz miasta. Jednak presja kapitału, chcącego zrealizować swoje cele czysto biznesowe, wymusza zjawiska gentryfikacji, czyszczenia i estetyzacji. Smithfield Plaza pozostaje do dziś także pod zarządem władz miasta, które jednak realizują w jego obszarze scenariusze napisane przez właścicieli okolicznych komercyjnych nieruchomości. W przypadku Parku Bryanta kapitał zdołał również przejąć zarządzanie nad tym obszarem (za pomocą utworzonego przedsiębiorstwa typu Business Improvement District).

W kolejnych analizowanych przykładach, a więc przestrzeniach placu przed CH Manufaktura w Łodzi oraz Placu Szewczyka wraz z Galerią Katowicką, mamy już do czynienia z przestrzenią prywatną (a właściwie sprywatyzowaną, gdyż grunt miejski został sprzedany prywatnym przedsiębiorstwom), która stara się symulować miejskie przestrzenie publiczne, dopisać się do mapy placów i skwerów miejskich. Aby maksymalizować jednak swą użyteczność w kontekście swej dominującej funkcji handlowej, przestrzenie te muszą być poddane precyzyjnej kontroli. Zachodzą tu zaplanowane zjawiska czyszczenia, estetyzacji i celowego ograniczania aktywności (zwłaszcza politycznej czy religijnej) użytkowników. Stosowany jest również cały zestaw narzędzi socjotechnicznych, sterujących zachowaniem i aktywnością konsumentów.

Ostatnie dwa zaprezentowane przykłady stanowią chyba najbardziej rozpowszechniony typ przestrzeni hybrydowych, czyli obszary piesze towarzyszące komercyjnym obiektom biurowym, stanowiące ich bezpośrednie otoczenie. Ich naczelną funkcją jest reprezentatywność, w tym tworzenie wrażenia solidności i wiarygodności (*image*) operatora biurowca i jego klientów. Często mają one także dodatkową funkcję rekreacyjną, jako że zaspokajają też specyficzne wymogi użytkowników biurowych przestrzeni i ich gości lub turystów. Są to obszary w pełni kontrolowane i oczyszczone z aktywności mogącej zaburzyć ich zaprogramowane funkcjonowanie oraz negatywnie wpłynąć na *image* użytkowników.

Warto zwrócić uwagę, że **wszystkie analizowane w mojej pracy przestrzenie posiadają bardzo wysokie walory kompozycyjne i estetyczne. Wiele z nich (Bryant Park, Smithfield Plaza, Manufaktura) zdobyło prestiżowe nagrody i wyróżnienia.**

**Pokazuje to, że wartości fizyczne nie zawsze idą w parze z dużo istotniejszymi dla społeczności miejskiej wartościami funkcjonalnymi.**

Zgodnie z przyjętą metodologią pracy dokonałem podwójnej analizy porównawczej przedstawionych przykładów. Pierwszy sposób zaczerpnąłem z książki Margaret Kohn (Kohn, 2004), która wyjaśniając zjawiska kontroli przestrzeni miejskiej zastosowała metodę opisaną przez Lawrence Lessinga (Lessing, 2001), znanego prawnika zajmującego się ochroną własności intelektualnej i prawami autorskimi. Jego książka *The Future of Ideas. The Fate of the Commons in a Connected World* (dostępna zresztą za darmo w archiwach internetu) okazuje się zresztą fascynującą lekturą ze względu na uniwersalność opisywanych przez niego zjawisk. Lessing analizuje problemy związane z kontrolą informacji i prawami autorskimi, które mogą wystąpić przy tworzeniu muzyki czy kodowaniu oprogramowania – ale też w zakresie dostępu do fizycznej przestrzeni miejskiej.

Lessing pisze o kontroli przekazu, ale w swojej książce rozszerza możliwości zastosowania swojej metody także na badania przestrzeni i mediów. Można to interpretować jako traktowanie fizycznej przestrzeni publicznej jako nośnika informacji, a zarazem specyficznego medium komunikacji międzyludzkiej, co koresponduje z poglądami innych autorów, traktujących przestrzenie publiczne jako platformę wymiany informacji i poglądów. Jak było już wspomniane, wyróżnił on trzy warstwy<sup>77</sup> komunikacji: warstwę fizyczną, warstwę kodu oraz warstwę zawartości. Każdej z tych warstw przypisał jedną z trzech kategorii: wolna (publicznie dostępna i nieograniczona prawami osób

---

<sup>77</sup> Lessing wyjaśnia ten system na przykładzie przekazu informacji za pomocą komputera. Trzy warstwy zdefiniowane są w następujący sposób: „na dole znajduje się warstwa *fizyczna*, za pomocą której odbywa się komunikacja. To może być komputer albo kable, które łączą ten komputer z Internetem. Pośrodku zlokalizowana jest warstwa *logiczna* albo warstwa *kodu* – dzięki któremu urządzenia pracują. [...] Na szczycie lokuje się warstwa zawartości, czyli faktyczna treść, która została wypowiedziana lub transmitowana poprzez kable”. W oryg.: *At the bottom is a “physical” layer, across which communication travels. This is the computer, or wires, that link computers on the Internet. In the middle is a “logical” or “code” layer – the code that makes the hardware run. [...] At the top is a “content” layer – the actual stuff that gets said or transmitted across these wires* (Lessing, 2001). Autor w swym porównaniu zestawiał całkowicie różne media, za pomocą których przekazywana jest informacja: miejską przestrzeń Hyde Park w Londynie, Madison Square Garden (plac w Nowym Jorku), system telefonii oraz telewizję kablową. Warto dodać, że ocenę „wolna” we wszystkich trzech warstwach autor przypisał tylko londyńskiemu Hyde Parkowi.



trzecich), hybrydowa (org. mixed – gdzie dostęp do informacji jest częściowo ograniczony) lub kontrolowana. Dane zestawiał w przygotowanej tabeli (matrycy).

Analogiczną metodę zastosowałem do porównania opisanych powyżej przykładów pieszych przestrzeni miejskich. **Można przyjąć, że jeżeli jakakolwiek z warstw komunikacji jest kontrolowana (w sposób przekraczający normy stanowionego prawa państwowego), mamy do czynienia z bardziej lub mniej ograniczoną, ale jednak przestrzenią hybrydową.**

Tab. 10. Analiza porównawcza wykorzystaniem metody trzech warstw Lessinga.

	<i>Smithfield Plaza</i> Dublin; Irlandia	<i>Bryant Park</i> Nowy Jork; USA	Rynek Północny „ <i>Manufakturę</i> ” Łódź; Polska	Plac Szewczyka i „ <i>Galeria</i> ” Katowicka; Polska	Skwer w „ <i>Sony Center</i> ” Berlinie; Niemcy	Wewnętrzny skwer biurowca „ <i>Metropolitan</i> ”; Warszawa; Polska
<b>WARSTWA FIZYCZNA</b> (dostęp do przestrzeni)	HYBRYDOWA	KONTROLA	KONTROLA	KONTROLA	KONTROLA	KONTROLA
<b>WARSTWA KODU</b>	WOLNA	HYBRYDOWA	KONTROLA	KONTROLA	KONTROLA	KONTROLA
<b>WARSTWA TREŚCI</b> (treść przekazu)	HYBRYDOWA	HYBRYDOWA	HYBRYDOWA	HYBRYDOWA	KONTROLA	KONTROLA

Metoda Lessinga jest stosunkowo prosta i pozwala ocenić przestrzeń jako nośnik przekazu. Ma też swoje ograniczenia z punktu widzenia celów niniejszej pracy – nie pozwala wyciągnąć wniosków na temat funkcji danej przestrzeni pieszej w mieście ani stwierdzić, czy dana przestrzeń zasługuje na miano *publicznej*, ani też określić, czy jej wpływ na daną społeczność miejską jest pozytywny, czy też negatywny. Z powyższych powodów zdecydowałem się przeprowadzić jeszcze inną analizę, za podstawę której przyjąłem sześć funkcji przestrzeni publicznej, które zdefiniowała w swej pracy L. Lofland (Lofland, 2007) i które opisałem już w rozdziale 7. Podobnie jak w poprzedniej matrycy, realizacja każdej z funkcji jest oceniana poprzez nadanie jednej z trzech ocen:

1. TAK – oznacza to, iż dana przestrzeń wypełnia funkcję,
2. TAK/NIE – wypełnia częściowo, funkcja poddana kontroli (hybryda);
3. NIE – całkowicie nie spełnia danej funkcji.

Metoda ta jest moją autorską propozycją i umożliwia przegląd wybranego spektrum funkcji danego obszaru publicznych w mieście, a następnie obiektywną ocenę wartości danej przestrzeni pieszej dla lokalnej społeczności – w sensie jej potencjału jako „dobra wspólnego”. Daje też wiarygodną podstawę do klasyfikacji danego obszaru jako *publicznego* (przy spełnieniu wszystkich sześciu funkcjonalności) lub też *hybrydowego* (jeżeli spełnia mniej funkcji niż sześć).

Tab. 11. Próba oceny funkcjonalnej analizowanych przestrzeni miejskich z wykorzystaniem typologii Lofland.

		Smithfield Plaza Dublin; Irlandia	Bryant Park Nowy Jork; USA	Rynek Północny przed Manufakturą Łódź; Polska	Plac Szewczyka i „Galeria Katowicka; Polska	Skwer budynku Sony Center w Berlinie; Niemcy	Dziedziniec biurowca Metropolitan ; Warszawa; Polska
FUNKCJE PRZESTRZENI PUBLICZNEJ.	środowiska uczącego	TAK	TAK/NIE	TAK/NIE	TAK/NIE	TAK/NIE	NIE
	wychnienia i odpoczynku	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK	TAK
	centrum komunikacji	TAK	TAK/NIE	TAK/NIE	TAK/NIE	TAK/NIE	NIE
	praktykowania polityki	TAK/NIE	NIE	NIE	NIE	NIE	NIE
	wyrażania społecznego porządku	TAK/NIE	NIE	NIE	NIE	NIE	NIE
	kreowania kosmopolitów	TAK	TAK/NIE	TAK/NIE	TAK/NIE	TAK/NIE	TAK/NIE

Jak wynika z tabeli, żadna z analizowanych przestrzeni nie wypełnia wszystkich funkcji *przestrzeni publicznej*. Opisane przykłady najczęściej są całkowicie pozbawione funkcji *praktykowania polityki* i *wyrażania społecznego porządku oraz konfliktu*. Stąd właśnie te dwa obszary aktywności wywołują u użytkowników przestrzeni najwięcej kontrowersji i emocji, co jest czynnikiem negatywnie wpływającym na reprodukcję kapitału – tak bezpośrednio (handel), jak i pośrednio (wzrost wartości nieruchomości). Powyższa tabela pokazuje jasno, że przestrzenie poddane komodyfikacji nie stanowią

pełnowartościowej przestrzeni publicznej. Używanie wobec nich innej nazwy *przestrzenie hybrydowe* wydaje się być całkowicie uzasadnione.

Warto na koniec tej analizy podać pozytywny przykład prawdziwej przestrzeni publicznej, broniącej się przed komodyfikacją i wypełniającej wszystkie sześć wymagań funkcjonalnych wyznaczonych przez L. Loffland. Posłużę się przykładem z Irlandii – główną ulicą miasta Dublina, czyli O’Connel Street. Jest to przestrzeń o przebogatej historii, nieodłącznie związana z państwowością Irlandii. Cały ładunek emocjonalny i symboliczny, jaki zawiera, porównać można jedynie z krakowskim rynkiem. Jednak w przeciwieństwie do niego, O’Connel Street pełni do dzisiejszego dnia rolę komunikacyjną, będąc ulicą miejską, prowadzącą do jednego z głównych mostów na rzece Liffey. Pomimo głębokiego wpisania się w strukturę symboliczną miasta nie została poddana sztucznej estetyzacji, nie stała się też historycznym skansenem nastawionym na przyciągnięcie turystów. Pod kontrolą są również jej funkcje komercyjne, w efekcie czego dzisiejsza O’Connely jest wciąż żywą, zatłoczoną ulicą miejską, pełną sklepów, restauracji, kin i teatrów, a także zwornikiem systemu komunikacji miejskiej. Sama zabudowa pierzei ulicy stanowi interesującą mieszankę stylów, jako że nie podlega dyktaturze historyzmu ani nowoczesności i aż do czasów obecnych była sukcesywnie uzupełniana zabudową odzwierciedlającą styl swoich czasów.

Oczywiście były też problemy, np. typowa dla lat 70. i 80. ubiegłego wieku dominacja ruchu samochodowego, który wypchnął aktywność pieszych na coraz węższe pasma chodników, postępowały też zniszczenia nawierzchni i elementów małej architektury. Z tego powodu w latach 2003–2009 przestrzeń ta przeszła głęboką i skuteczną rewitalizację, poprzedzoną dokładnymi analizami i konsultacjami. Wyznaczono jasne cele i horyzont czasowy zmian i nadano im precyzyjne ramy formalne – tak jeżeli chodzi o projekt, jak i zapis prawny (ograniczenia i zalecenia mające moc prawa miejscowego). Cały obszar otrzymał też specjalny status obszaru chronionego pod względem architektonicznym (Architectural Conservation Area).

Dziś można już podziwiać efekty tych konsekwentnych działań<sup>78</sup>. Projekt zasadniczo poszerzył ciągi piesze, wprowadził też nowe miejsca odpoczynku oraz nowy punkt orientacyjny i symbol miasta – wysoką na 120 metrów Dublin Spire (autorstwa pracowni Ian Ritchie Architects). Zgodnie z przyjętymi priorytetami wyznaczono obszar specyficznej aktywności związanej z obchodami świąt narodowych czy demonstracjami patriotycznymi – przed historycznym budynkiem Poczty, od którego rozpoczęła się irlandzka walka o niepodległość, powstał częściowo wydzielony, reprezentacyjny plac.

Nowocześnie zaprojektowana przestrzeń ulicy O'Connell umożliwia bardzo szerokie spektrum aktywności swoim użytkownikom, z uwagi na brak narzędzi kontroli i wykluczenia. Jedyne nadzór ze strony CCTV spoczywa w rękach państwowej policji i mieści się w ramach przepisów prawa państwowego. Pod ścisłą kontrolą pozostaje za to reklama zewnętrzna, dzięki czemu przestrzeń publiczna (chodniki, elementy małej architektury) pozostają wolne od bannerów i wszelkich przesłaniających obiekty, szpecących konstrukcji. Pieczołowicie odrestaurowano artefakty pomników, które budują strukturę symboliczną tej przestrzeni.

Dzięki tym skorelowanym działaniom obraz tego fragmentu miasta, odnosząc się do kategorii, które opisywał Lynch, jest pełny, zbudowany z autentycznych elementów, o bogatej narracji i historii. Inaczej niż w przypadku Smithfield czy Łódzkiej Manufaktury, rewitalizacja nie poskutkowała utratą oryginalnego charakteru ulicy O'Connell, a wręcz go wzmocniła. Nadal kwitnie tu handel, działają restauracje i kawiarnie (bynajmniej nienastawione tylko na turystów). Oczywiście łatwo zauważyć, że i tutaj funkcje komercyjne (handel) dominują w obiektach kubaturowych, ale nie zdominowały one przestrzeni otwartej (wspólnej). Obok obiektów handlowych można tu jednak znaleźć sporo instytucji kulturalnych, galerii sztuki, kin i komercyjnej powierzchni biurowej – i jest to zabudowa prawdziwie wielofunkcyjna, spełniająca postulaty J. Jacobs (Jacobs, 1961). Co najważniejsze, ta sama przestrzeń miejska, a na co dzień ulica handlowa i hub komunikacji miejskiej, gdzie tysiące ludzi przesiada się w drodze do pracy, jest

---

<sup>78</sup> Trzeba tu zaznaczyć że O'Connell Street jest z pewnością przykładem dobrze zarządzanej miejskiej przestrzeni publicznej i, jak dotąd, bardzo udanego procesu rewitalizacji, jednak nie jest to przestrzeń idealna. Można zauważyć wiele problemów, do których należą: duże nasilenie ruchu samochodowego (zwłaszcza w godzinach szczytu), nacisk właścicieli komercyjnych nieruchomości na „czyszczenie” przestrzeni z bezdomnych czy niewystarczająca ilość miejsc odpoczynku.



równocześnie sceną ulicznych demonstracji, patriotycznych wieców, związkowych protestów oraz słynnej na świecie kolorowej parady miejskiej, odbywającej się w dzień Św. Patryka. Można tu natknąć się tak na uliczne performance, jak i niekomercyjne dzieła współczesnej sztuki, wystawiane wprost na eleganckich, odnowionych trotuarach.

Jak wynika z powyższego opisu, to właśnie wielość możliwych scenariuszy i możliwość swobodnego w nich uczestnictwa stanowi o wartości *przestrzeni publicznej*. Tego specyficznego pluralizmu brakuje w przestrzeniach poddanych komodyfikacji i prywatyzacji, w warstwie funkcjonalnej zdominowanych przez mechanizmy reprodukcji kapitału i maksymalizacji zysku.



Zdj. 30



Zdj. 31

Obraz ulicy O'Connell w latach 60. – widać przestrzeń inwazji, w której dominuje transport samochodowy.

Zdjęcie: Phillip Capper, 1964; licencja: *Wikipedia Commons*

Obraz ulicy O'Connell w 2010 roku, po przeprowadzonej przebudowie. Na pierwszym planie Dublin Spire i historyczny budynek poczty. Skuteczna rewitalizacja przywróciła przestrzeni jej funkcje pieszą oraz zdecydowanie polepszyła estetykę i użyteczność, tworząc nowoczesny bulwar miejski.

Zdjęcie udostępnione przez autorów projektu.



Zdj. 32, 33, 34, 35

Dzisiejszej ulica O'Connely to arena demonstracji, patriotycznych wieców oraz radosnych parad. Jest na niej miejsce na nielimitowany odpoczynek.

Ta przestrzeń spełnia opisaną przez L. Lofland rolę sceny dla *spotkania z nieznanym* – tuaj przechodzień można zetknąć się z grupami religijnymi, muzycznymi grajkami, imigrantami z innych kontynentów czy agitatorami politycznymi. To prawdziwa *przestrzeń publiczna*, będąca najcenniejszym dobrem wspólnym mieszkańców miasta.

Zdjęcie 35 pochodzi z Wikipedia (licencja publiczna), pozostałe zdjęcia: M. Gałkowski.

Tylko prawdziwie publiczne przestrzenie, dostępne dla wszystkich mieszkańców miasta, takie jak pokazana powyżej ulica O'Connell w Dublinie, są w pełni funkcjonalne, w tym zawierają funkcje niezbędne dla życia politycznego i rozwoju społecznego, i to one stanowią największą wartość dla miasta. Konieczna wydaje się ich ochrona, czego dobry przykład dają władze Dublina.

### 6.3. Ocena wpływu komercjalizacji i związanych z nią zjawisk na funkcje przestrzeni publicznej

W tej części pracy spróbuję skonfrontować wnioski wynikające z przedstawionej w rozdziale 6. analizy przykładów z materiałami źródłowymi.

Zdecydowana większość cytowanych w tej pracy autorów podkreśla kluczowe znaczenie *przestrzeni publicznej* dla miasta i jego mieszkańców. Jako potwierdzenie można tu przytoczyć jeszcze raz zapis *Karty Przestrzeni Publicznej*:

Przestrzeń publiczna jest dobrem posiadającym nie tylko specyficzne cechy użytkowe, ale jest miejscem transmisji różnych produktów materialnych i niematerialnych zaspokajających różnorodne potrzeby. Z tego względu jest dobrem i zasobem o strategicznym znaczeniu dla społeczności lokalnych (Karta Przestrzeni Publicznej, 2009).

Podobnie w pracy M. Carmona, autorzy wymieniają najważniejsze korzyści, które przynosi miejskiej społeczności przestrzeń publiczna:

Przestrzeń publiczna posiada ogromny potencjał korzyści: jako scena wzmacniająca społeczne interakcje i spójność, a także budująca społeczny kapitał; jako miejsce wymiany gospodarczej i element determinujący konkurencyjność i decyzje inwestycyjne; jako zasób środowiska mający bezpośredni wpływ na zużycie energii; jako istotny wkład w zamieszkiwalność (*liveability*) miejskich przestrzeni, jako czynnik wpływający na zdrowie i dobrobyt lokalnych społeczności (Carmona i inni, 2008 strony 7-8).

Mając powyższe na uwadze, trzeba rację Davidowi Harveyowi, który definiuje *publiczne obszary miasta* jako *dobro wspólne* o szczególnej wartości dla jego mieszkańców



[podobne ujmuje to zagadnienie także Gzell (Gzell, 2008)]. Na to dobro wspólne składa się kombinacja wielu czynników, jednak z pewnością walory kompozycji i estetyki są jednym z bardziej istotnych. Wpływ tych elementów opisują choćby autorzy cytowani już w tej pracy: W. Kosiński (Kosiński, 2011), L. Lofland (Lofland, 2007), M. Carmona (Carmona i inni, 2007) czy J. Gehl (Gehl, 2010). W analizie kompozycji przestrzeni pieszych pomagają metody empiryczne, pozwalające na wartościowanie kompozycji przestrzeni miejskiej. Można tu wymienić choćby metodę oceny wnętrza architektoniczno-krajobrazowych, tzw. JARK-WAK, stworzoną przez J. Bogdanowskiego na Politechnice Krakowskiej.

Prace J. Gehla oraz realizacje projektów (takich jak Project for Public Spaces) dowodzą, że estetycznie i funkcjonalnie zaprojektowane piesze przestrzenie miejskie sprzyjają socjalizacji, są ponadto areną miejskiej rozrywki i konsumpcji. W takim ujęciu funkcjonalnym o przestrzeni publicznej pisze też Paprzyca:

Przestrzenie publiczne dobrze użytkowane, pełnią istotną rolę dla interakcji międzyludzkich, w większości samotnych, obcych młodych ludzi, którzy w nich spotykają się i poznają, wymieniają poglądy. Są to miejsca, które są istotne dla interakcji międzyludzkich. To miejsca, które mówią nam, iż są otwarte na ludzi z zewnątrz, są tolerancyjne. Ludzie w nich chcą słuchać różnego rodzaju muzyki, chcą jadać różnego rodzaju potrawy, nawiązywać znajomości z ludźmi, którzy się od nich różnią

Potwierdza to także opisany powyżej przykład nowojorskiego Bryant Park, który po rewitalizacji i estetyzacji stał się jednym z najczęściej uczęszczanych skwerów Manhattanu. Przestrzenie takie są wypełnione przez kawiarniane stoliki, fontanny, pielęgnowaną zielen i coraz lepszej jakości małą architekturę. Można stwierdzić, że istnieją dziś schematy czy gotowe koncepty, w jaki sposób zbudować przestrzeń efektowną wizualnie, która poprzez odpowiedni mix funkcji i usług przyciągnie dużą ilość użytkowników – współczesnych miejskich *flaneur*, zwiedzających wciąż na nowo place i ulice w poszukiwaniu rozrywki i towarzystwa innych im podobnych osób.

Na podstawie przedstawionych w tej pracy przykładów można wnioskować, że spacer i współczesna miejska rozrywka właściwie zawsze wiążą się z różnymi formami konsumpcji, przy czym konsumpcję należy tu szeroko rozumieć jak we współczesnej

humanistyce, tj. nie zawężając znaczenia tego pojęcia tylko do prostych interakcji w handlu i gastronomii. Dziś bowiem konsumpcja stała się jedną z kluczowych form komunikacji społecznej.

Silną społeczną potrzebę posiadania estetycznych i bezpiecznych obszarów socjalizacji oraz konsumpcji wykorzystuje, a zarazem stymuluje, dla swoich celów prywatny kapitał. Przedsiębiorstwa przejmują na własność lub w zarządzanie duże obszary przestrzeni pieszej w śródmieściach miast (czego przykładem jest berliński Potsdamer Platz czy nowojorski Time Square) i przekształcają je w tematyczne symulacje, służące bezpośrednio konsumpcji lub/i kreowaniu prestiżu (co pozwala na podniesienie renty kapitałowej<sup>79</sup>). By zrealizować swoje interesy, kapitał może wywierać także pośredni nacisk na samorządy i władze miast, co odbija się na funkcjach i przeobrażeniach przestrzeni miejskiej (tu przykładem może być Smithfield w Dublinie). Należy mieć na uwadze, że nie chodzi tu tylko o akty prywatyzacji jako takie, jako że prywatne obszary zawsze istniały w miastach, ani o dominację handlu, ponieważ miasta u swego zarania funkcjonowały właśnie jako ośrodki wymiany, ale o *komodyfikację* przestrzeni, a więc stan, w którym próbuje się ograniczać aktywność na danym obszarze tylko do takich jej form, które przynoszą finansowe korzyści wąskiej grupie inwestorów. Kwestią drugorzędną wydaje się to, iż beneficjentów stworzonej infrastruktury może być oczywiście więcej.

Wyniki analizy porównawczej wybranych przestrzeni pieszych, którą przeprowadziłem w rozdziale 6.1, potwierdzają, że **w wyniku komodyfikacji i komercjalizacji wartości przestrzeni publicznej ulegają redukcji w 5 na 6 zidentyfikowanych przez Lofland (Lofland, 2007) głównych obszarach funkcjonalnych**. Co warte uwagi, pod presją kapitału najlepiej zachowane są funkcje *wytchnienia i odpoczynku*, bezpośrednio związane z estetyką, kompozycją przestrzeni i jakością elementów małej architektury. Prywatny kapitał ma bowiem środki, by podnieść atrakcyjność przestrzeni poprzez elementy wystroju. Dodatkowo, by spotęgować efekt i przyciągnąć jeszcze większą ilość konsumentów, wykorzystuje w otwartych przestrzeniach pieszych techniki rodem z galerii handlowych. Do tych podstawowych należą

---

<sup>79</sup> Oczywiście istnieją też bardziej skomplikowane scenariusze prowadzące do podniesienia zysku – o czym świadczy przykład Bryant Park i proliferacja BID.



„tematyzowanie” (ang. *theming*), z możliwym wykorzystaniem prawdziwej struktury symbolicznej miejsca, tworzenie symulacji rzeczywistości poprzez spektakl i feerię (Ritzer, 2001 str. 194) oraz równoczesnej stymulacji w sferze pragnień i potrzeb, czy umagicznienie miejsca i działań w jego obrębie.

Warto też podkreślić, że prawie zawsze przestrzenie poddane komodyfikacji i prywatyzacji wprowadzają narzędzia kontroli i ograniczania dostępu – co jest sprzeczne z zasadniczą definicją przestrzeni publicznej. W wyniku tych działań kapitału powstają przestrzenie pośrednie, zwane też hybrydowymi (Kohn, 2004) (Rochmińska, 2014) (Nissen, 2008)], o znacznie okrojonej funkcjonalności. Zjawisko to dobrze podsumowuje Gottdiener:

[...] dzisiaj, gdy znika przestrzeń publiczna, mamy rosnący nacisk na ograniczoną samorealizację jednostek poprzez konsumpcję. Działając razem, daje to skutek w postaci przejęcia naszych miast i przedmieść przez przestrzenie tematyczne, które zaprojektowano w celu stymulowania zakupów. *Disneyfikacja* śródmieść, środowiskowa symulacja realnych miejsc, nadzór i kontrola przestrzeni są to wszystko aspekty rosnącego polegania na tematyczności (*theming*), które mają negatywny wpływ na ilości wolnej, dostępnej przestrzeni publicznej, w której obywatele mogą się realizować w szerszych i ważniejszych aspektach (Gottdiener, 2000 str. 160).

W kontekście prac Lofland i przeprowadzonej przez ze mnie analizy przykładów dobrze widać, że na wartości przestrzeni publicznej składają się nie tylko walory kompozycji i estetyki (tradycyjna domena architektury i urbanistyki), ale przede wszystkim te mniej spektakularne aspekty funkcjonalne, które jednak umożliwiają pełny i właściwy rozwój społeczny.

Ograniczenia funkcjonalne przestrzeni podległych komodyfikacji i „disneyfikacji” występują w obszarach zdefiniowanych jako: *praktykowanie polityki, wyrażanie społecznego porządku i kreowanie kosmopolitów*.

Zagrożenia z racji ograniczenia dostępu i kontroli aktywności, a wynikające z komodyfikacji i niekontrolowanej prywatyzacji, widzi też K. Pluta:

Niezwykle groźne dla struktury przestrzennej miast jest zjawisko prywatyzacji krajobrazu, czyli sytuacja, w której bardzo dużo obszarów znika za płotami, a także coraz więcej przestrzeni publicznych staje się przestrzeniami

prywatnymi, gdzie możliwy jest publiczny dostęp, ale pod kontrolą (często z własnymi służbami ochrony) (Pluta, 2014 str. 268).

Przedstawiona analiza pokazała też (na przykładzie łódzkiej Manufaktury czy Berlińskiego Potsdamer Platz), że komercjalizacja wpływa ujemnie na wartości kulturowe przestrzeni, prowadząc do redukcji i uproszczenia przekazu („tabloizacja”), na co zwrócił uwagę już J. Habermas. Jego uwagi dotyczyły mediów drukowanych, ale opisały zjawisko, które jest uniwersalne i odnosi się także do wartości kulturowych przestrzeni:

Kultura, stając się towarem nie tylko pod względem formy, ale także treści, wyzbywa się tych elementów, których odbiór zakłada pewne wykszolenie - przy czym *umiejętne* przyswajanie wzmaga samą umiejętność (Habermas, 2007 str. 315).

Niepokój powinien powodować zwłaszcza fakt ograniczania fizycznego dostępu do skomodyfikowanej przestrzeni pieszej, co można zauważyć we wszystkich przedstawionych w tej pracy przykładach, oraz redukcji funkcjonalnej w obszarach *praktykowania polityki* i *wyrażania społecznego porządku*. Niektórzy autorzy, jak Krzysztof Nawratek (Nawratek, 2008), wprost dezawuują rolę fizycznej przestrzeni miejskiej w sferze kreowania polityki:

Przestrzenie publiczne w naszych miastach nie mają już dziś znaczenia politycznego, a jedynie rozrywkowo-komercyjne. [...] To właśnie jest kluczowy problem współczesnych miast – zanik wspólnoty politycznej. Upadek przestrzeni publicznych i zastępowanie ich przestrzeniami komercyjnymi, rozpad struktury miasta i prywatyzacja jego przestrzeni są efektem, a nie przyczyną. Nastąpiło całkowite rozejście się Miasta – przestrzeni z Miastem – ideą polityczną (Nawratek, 2008 str. 34).

Wydaje się, że sporo racji mają autorzy postrzegający powszechnie dostępną przestrzeń publiczną jako niezbędny czynnik rozwoju świadomości społecznej i prawidłowego działania mechanizmów demokracji. Jak słusznie argumentuje Kohn:

Dostęp do przestrzeni publicznej jest filarem procesu inicjatywy obywatelskiej i referendalnej. W czasach, gdy wielu ludzi żyje w kompleksach mieszkalnych lub osiedlach zamkniętych, w których zbiórki podpisów są zabronione, przestrzeń publiczna jest jedyną możliwością, by napotkać prowadzących kampanię. Prywatyzacja przestrzeni publicznej jest nie tylko zagadnieniem

społecznym albo estetycznym. Dostęp do przestrzeni publicznej jest ważny, ponieważ publiczne fora są używane do komunikowania się idei pomiędzy jej sojusznikami i przeciwnikami, z użyciem technik takich jak uliczne przemowy, demonstracje, pikiety, rozrzucania ulotek i podpisywanie petycji. Polityka twarzą w twarz, która odbywa się w miejscach publicznych, nie wymaga żadnych środków, oprócz wytrwałości i energii. Chociaż istnieje wiele innych źródeł politycznej informacji, takich jak reklamy telewizyjne czy bezpośrednie maile, ale te i inne formy komunikacji nie pozwalają obywatelowi zadać pytania czy podjąć natychmiastowego działania (Kohn, 2004 str. 6).

Warto zwrócić też uwagę na podnoszone argumenty dotyczące wartości fizycznej przestrzeni publicznej w kontekście mediów elektronicznych, które tylko z pozoru są w stanie przejąć jej funkcje:

Demokratyczna solidarność zależy od współdzielonej przestrzeni publicznej, „publicznego dobra”, które umożliwia jednostkom równowagę ich etnicznych, religijnych i ekonomicznych różnic. Przestrzeń publiczna promuje kontakt: socjalizowanie się (ang. *sociability*) i zmniejsza podziały między obywatelami. Pomimo że możliwości kontaktu mają tendencję do zmniejszania się w epoce telewizji, Internetu, konsumpcjonizmu, przedmieść i długich dojazdów, to nie jest powodem, by zrezygnować ze sfery publicznej jako idei. Tylko ta idea może stanowić wyzwanie wobec rzeczywistości dzisiejszych metropolii, których celem jest ograniczanie możliwości kontaktu (Kohn, 2004 str. 6).

Oczywiście, trzeba jednoznacznie zwrócić uwagę że nawet takie skomodyfikowane przestrzenie musimy traktować jako wkład w *dobro wspólne* miasta. Wnoszą one wysokie wartości kompozycyjne i estetyczne, często też zapewniają wysokiej rangi wydarzenia kulturalne – co potwierdzą opisane przeze mnie przykłady (nowojorski Bryant Park, łódzka Manufaktura czy berliński Potsdamer Platz).

Wspominają o tym nawet bardziej radykalni autorzy, tacy jak L.A. Staeheli i D. Mitchell (Mitchell i inni, 2008), zauważając pozytywny potencjał tkwiący w przestrzeniach hybrydowych, nawet tak wysoce skomercjalizowanych jak centra handlowe i ich otoczenie. Piszą co prawda o warunkach amerykańskich, ale można odnieść te słowa także do naszych blokowisk, pozbawionych zwykle tzw. trzeciego miejsca (Oldenburg, 1989):

[...] właściciele centrów handlowych mogą użyć idei wspólnoty, by stworzyć szczególny rodzaj *civitas*. Społeczność kupujących może nie mieścić się w

ramie ideałów (lub raczej naszej uromantyczonej rekonstrukcji ideałów) starożytnej Grecji z jej agorą, ale może to być wspólnota, która spełnia oczekiwania określone dla tej przestrzeni. Co ważne, wolność wypowiedzi i inne prawa obywatelskie mogą odgrywać rolę w tej społeczności (Mitchell i inni, 2008 str. 92).

Trzeba podkreślić, że w środowisku miejskim najważniejsze są wzajemne relacje i proporcje pomiędzy przestrzeniami prywatnymi, hybrydowymi i publicznymi, co potwierdza też Harvey:

Jest to relacyjna łączność pomiędzy publicznymi, quasi-publicznymi, i prywatnymi przestrzeniami, która się liczy, gdy przychodzi do polityki w sferze publicznej (Harvey, 2006 str. 31).

Wydaje się, że wbrew teoriom liberalnym te relacje muszą być poddane kontroli poprzez narzędzia planowania urbanistycznego i tworzonego lokalnie prawa miejscowego, tj. z uwzględnieniem szerokich konsultacji społecznych. Władze mają obowiązek chronić przestrzeń publiczną jako najcenniejsze miejskie *dobro wspólne*, i to nie w sferze samej struktury własności (bo nie sama prywatyzacja przestrzeni sensu *stricte* jest negatywna, warto pamiętać, że może ona przynieść też dobrego), czy formy przestrzennej, ale przede wszystkim norm i regulacji, jakie w tej przestrzeni obowiązują. To przede wszystkim system norm musi zapewniać nieskrępowany dostęp do przestrzeni pieszej oraz pełne spektrum możliwych aktywności w jej obrębie. Jak słusznie pisze S. Gzell, władze miasta muszą mieć prawne i faktyczne narzędzia ochrony tego dobra wspólnego:

[...] wiążący się z przestrzenią interes publiczny łączy się z pojęciem *dobra publicznego*, czyli z tym, czym zainteresowany jest każdy obywatel i do czego dostęp na równych prawach zapewnia władza publiczna, zgodnie z kompetencjami i możliwościami. W konsekwencji, interesy publiczne dotyczące dobra publicznego, jakim jest przestrzeń, powinny znajdować umocowanie prawne zarówno w ustawach i aktach wykonawczych, jak i w planach zagospodarowania przestrzennego. Uznanie konkretnej inwestycji albo obszaru za dobro publiczne powinno dawać możliwość stosowania skutecznych działań w przestrzeni, np. scalania i reparcelacji, wywłaszczenia, pierwokupu, oczywiście przy zachowaniu procedur wynikających z konieczności równego traktowania stron (Gzell, 2008 str. 179).

Trzeba też zauważyć fakt że takie narzędzia z powodzeniem działają już w państwach bardziej rozwiniętych, czego dobrym przykładem jest przemiana O'Connell Street w Dublinie.

Niestety, w Polsce świadomość konieczności ochrony dobra publicznego, jakim jest przestrzeń publiczna, okazuje się bardzo niska. Istnieją też problemy z jej odróżnieniem od przestrzeni hybrydowych czy poddanych „skrytej prywatyzacji – [*shadow privatization* (Lofland, 2007 str. 211)]. Świadczy o tym chociażby oficjalny dokument wydany przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju pod znamienym tytułem *Dobre praktyki w kształtowaniu ładu przestrzennego. Wspólna przestrzeń – wspólne dobro* (Gontarz i inni, 2014). Broszura ta w zamyśle autorów ma być rodzajem „poradnika dobrych praktyk” w zakresie dokonywania zmian w przestrzeni miejskiej. Jak piszą sami autorzy, opisane w niej inwestycje:

mają niewątpliwie pozytywny wpływ na kształt przestrzeni [...]. Najważniejsze jest jednak to, aby szukać w nich inspiracji do kolejnych udanych realizacji w polskiej przestrzeni (Gontarz i inni, 2014 str. 3)”

W tym kontekście zaskakuje pierwsza z opisywanych „inspiracji”, którą jest czysto prywatna przestrzeń łódzkiej Manufaktury, o której autorzy dokumentu piszą jako o nowej przestrzeni publicznej miasta [„Publiczna agora przyciąga ludzi i jest ważnym punktem odniesienia. W Łodzi utworzył ją prywatny inwestor” (Gontarz i inni, 2014 str. 10)]. Warto zauważyć, że w tym opracowaniu jako modelowe rozwiązania przekształceń przestrzeni miejskiej pojawiają się też inne wielkopowierzchniowe centra handlowe i ich otoczenie: Stary Browar w Poznaniu, Centrum Haffnera w Sopocie oraz Dom Handlowy Renoma we Wrocławiu. Inwestycje te są pod wieloma względami udane (na pewno komercyjnie i estetycznie), jednak trudno przychodzi bezkrytyczne zaakceptowanie poglądu uznającego zjawiska prywatyzacji i komodyfikacji przestrzeni za jedną z najważniejszych dróg przekształcenia przestrzeni polskich miast, jak i brak rozróżnienia skomercjalizowanych obszarów prywatnych i rzeczywistej przestrzeni publicznej.



#### **6.4. WNIOSKI – komercjalizacja oraz konsumpcjonizm jako czynniki zagrażające równowadze miasta i społeczeństwa oraz bezpośrednio wpływające na funkcje jego przestrzeni publicznych.**

W świetle przedstawionej analizy porównawczej wybranych przykładów przestrzeni publicznych można stwierdzić, że wyrażona w niniejszej pracy **teza o redukcji funkcjonalnej przestrzeni pieszej przez procesy komercjalizacji i komodyfikacji została udowodniona.**

Za generalną regułą, co pokazuje przedstawiona analiza, trzeba bowiem przyjąć, że prywatyzacja i komodyfikacja podporządkowuje przestrzenie miasta – pośrednio lub bezpośrednio – jednemu celowi, jakim jest reprodukcja kapitału i zwiększeniu zysków inwestorów. To podporządkowanie umniejsza czy też przesuwają na dalszy plan wartości kulturowe i społeczne danej pieszej przestrzeni miejskiej. Posługując się pojęciem *dobra wspólnego* można zaryzykować stwierdzenie, że **przestrzenie sprywatyzowane mają mniejszą wartość dla lokalnej społeczności niż obszary prawdziwie publiczne, w pełni poddane kontroli społecznej.**

Nacisk kapitału możemy obserwować w postaci towarzyszących komodyfikacji wyraźnych i specyficznych zjawisk, tak społecznych, jak i przestrzennych. **Do najważniejszych negatywnych symptomów należą siłowe ograniczanie dostępu oraz aktywności użytkowników oraz często powiązane z nimi gentryfikacja i czyszczenie przestrzeni.** Równolegle można też zauważyć negatywne cechy kompozycyjne i estetyczne, do których trzeba zaliczyć banalizację i homogenizację, z czego ta ostatnia cecha przejawia się w kopiowaniu tych samych form przestrzennych niezależnie od miejscowego kontekstu kulturowego. Nagminnie tworzone są *symulacje* przestrzeni publicznej, w których prawdziwe znaczenie miejsc jest zastępowane reklamową *feerią*, a całe obszary miasta zostają pozbawione *ducha miejsca* (*genius locci*) i związku z lokalną społecznością<sup>80</sup>.

Oczywiście prywatny kapitał może wносить też dużo pozytywnych elementów do miejskiej przestrzeni publicznej, takich jak polepszenie ogólnego stanu technicznego i

---

<sup>80</sup> Cramona nazywa to zjawisko *placelessness* (Carmona, Heath, Oc i Tiesdell, 2007, str. 101).

wizualnego, poprawa bezpieczeństwa czy animowane działania kulturalne i sportowe. Jednak te czasem bardzo spektakularne i korzystne skutki ingerencji kapitału nie mogą przysłaniać faktu ogólnej redukcji funkcjonalnej i kontroli aktywności społecznej w przestrzeniach podległych komodyfikacji i prywatyzacji.

Jak potwierdzają wszystkie cytowane w tej pracy źródła, przestrzeń publiczna jest unikatowym miejscem, gdzie własnymi zmysłami możemy doświadczyć „inności” współmieszkańców miasta, stykając się z ich poglądami społecznymi, politycznymi czy religijnymi. Te doświadczenia wyrabiają w mieszkańcach miast większą tolerancję i akceptację wzorców pochodzących z innych środowisk i kultur. **Kluczem do tego, by dana przestrzeń była *dobrem wspólnym* miasta, jest z jednej strony społeczna kontrola jej komodyfikacji (zwłaszcza poprzez nadzór nad odpowiednimi zapisami w umowach Partnerstwa Publiczno-Prywatnego), a z drugiej strony aktywna partycypacja mieszkańców we wszystkich zmianach tej przestrzeni – zwłaszcza w działaniach rewitalizacyjnych, na wszystkich jej etapach.**

Najważniejszymi narzędziami, które winny stać na straży równowagi przestrzennej miasta, są prawo i planowanie przestrzenne. Większość negatywnych zjawisk związanych z komodyfikacją i prywatyzacją przestrzeni miejskiej, które występują w naszym kraju (ale też w skali globalnej), wynika z niedoskonałości prawa (w tym tzw. *prawa miejscowego*) oraz powiązanej z tym słabości instytucji planistycznych. **Prawo musi zabezpieczać najważniejsze miejskie *dobro wspólne*, jakim jest przestrzeń publiczna, przed presją kapitału nastawionego jedynie na zysk. Ustawy i akty prawne winny zapewniać równy dostęp do przestrzeni miejskiej i zabezpieczać prawa do niej wszystkich grup społecznych.** Ta ostatnia kwestia nabiera szczególnego znaczenia w obliczu problemu, jakim jest polityczne wyjaławianie miasta przez komercyjnych inwestorów, co może mieć daleko idący wpływ na trwanie i rozwój demokracji (zwłaszcza w obszarze lokalnym, w którym media głównego nurtu nie mają zasięgu). Prawo miejscowe i instytucje planistyczne powinny też w jak największym stopniu włączać lokalne społeczności w procesy podejmowania decyzji dotyczących przestrzeni miejskiej.

W Polsce istnieją już dobre praktyki dotyczące włączenia społeczności w przekształcenia przestrzeni miejskiej, za przykład czego może posłużyć przemiana Pomnika Trudu Górniczego w Katowicach (tzw. PTG) (Gałkowski i inni, 2015) czy

powstanie tzw. skweru sportów miejskich w Warszawie (więcej informacji na stronie <http://www.skwer.eu>).

Na koniec warto wspomnieć, że użycie w projektowaniu nowoczesnych narzędzi mediacyjnych z zakresu kierowania projektami (Project Management) powinno pomóc kontrolować konflikty interesariuszy i równoważyć napięcia między poszczególnymi grupami społecznymi. Te wyspecjalizowane techniki, stworzone i udoskonalane dla potrzeb prywatnego biznesu, winny być szeroko stosowane również w zarządzaniu i planowaniu przestrzeni miejskiej.



## Bibliografia

**Gontarz Jerzy i Gutowska Iwona, [red.]. 2014.** Wspólna przestrzeń – wspólne dobro. Dobre praktyki w kształtowaniu ładu przestrzennego. Warszawa : Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, 2014. ISBN: 978-83-7610-454-6.

**Arendt Hannah. 2000.** *Kondycja ludzka*. Warszawa : Fundacja Aletheia, 2000. ISBN 83-87045-54-3.

**Arystofenes. 1991.** *Acharnejczycy*. [tłum.] Ławińska-Tyszkowska Janina. Wrocław : Wydawnictwo Dolnośląskie, 1991.

**Baudrillard Jean. 2006.** *Spółczesność Konsumpcyjna. Jego mity i struktury*. Warszawa : Wydawnictwo Sic! s.c., 2006.

**Baudrillard Jean. 2005.** *Symulakry i Symulacja*. Warszawa : Wydawnictwo Sic! s.c., 2005. ISBN 83-88807-79-X.

**Bauman Zygmunt. 2006.** *Praca Konsumpcjonizm i Nowi Ubodzy*. Kraków : Wydawnictwo WAM, 2006. ISBN 83-7318-446-5.

**Beck Ulrich. 2002.** The Cosmopolitan Society and its Enemies. *Theory, Culture & Society* . 2002, 19.

**Bierwiazonek Krzysztof, Lewicka Barbara i Nawrocki Tomasz. 2012.** *Rynki, Malle i Cmentarze*”. Kraków : brak nazwiska, 2012. ISBN 978-83-7688-090-7.



**Boesiger Willy, [red.]. 1995.** *Le Corbusier - Complete Works*. Basel : Birkhauser, 1995. ISBN-10: 3764355069.

**Carmona Matthew , de Magalhaes Claudio i Hammond Leo. 2008.** *Public Space - The Management Dimension*. brak miejsca : Routledge, 2008. ISBN 0-203-92722-2.

**Carmona Matthew i inni. 2007.** *Public Places - Urban Spaces. The Dimensions of Urban Design*. brak miejsca : Architectural Press, 2007.

**Castells Manuel. 1982.** *Kwestia Miejska*. [tłum.] Jałowiecki Bohdan. Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1982. ISBN 83-01-02804-1.

**Crawford Margaret. 1992.** *The World in a Shopping Mall*. [red.] Sorkin Michael. *Variations on a Theme Park. The New American City and The End of Public Space*. Nowy Jork : Hill and Wang, 1992.

**Czarnecki Władysław. 1965.** *Planowanie miast i osiedli*. wydanie drugie. Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1965. Tomy 1-6. brak danych n.t. numeru standardowego.

**Debord Guy. 2006.** *"Społeczeństwo spektaklu oraz Rozważania społeczeństwie spektaklu"*. Warszawa : Państwowy Instytut Wydawniczy, 2006. ISBN 83-06-03021-4.

**Dines Nicholas i inni. 2006 .** *Public spaces, social relations*. Bristol : The Policy Press, 2006 . ISBN 978 1 86134 923 1.

**Flusty Steven. 1963.** *Building Paranoia: The Proliferation of Intardictory Space and the Erosion of*. brak miejsca : Los Angeles Forum for Architecture and Urban Design, 1963.

**Francis Mark. 2003.** *Urban Open Space. Designing for user needs.* Washington Covelo London : Island Press, 2003. ISBN: 1-55963-113-9.

**Gałkowski Marcin. 2005.** *Cyberswiat. Architektura&Biznes.* 2005, 10/2005.

**Gałkowski Marcin i Antosz Monika. 2015.** *Pomnik Trudu Górniczego - Przemiana miejsca, przemiana kontekstu. Architektura&Business.* 2015, 10/2015.

**Gądecki Jacek. 2009.** *Za Murami. Osiedla grodzone w Polsce - analiza dyskursu.* Wrocław : Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2009. ISBN 978-83-229-3043-4.

**Gehl Jan. 2010.** *"Cities for People".* brak miejsca : Island Press, 2010. ISBN 978-1597265737.

**Gehl Jan. 2006.** *"New City Life".* Kopenhaga : The Danish Architectural Press, 2006. ISBN 978-87-7407-365-9.

**Gehl Jan i Gemzøe Lars. 2004.** *"Public Spaces, Public Life".* Kopenhaga : Danish Architectural Press, 2004. ISBN 978-87-7407-365-5.

**Gehl Jan i Gemzøe Lars. 2000.** *„New City Spaces".* Kopenhaga : The Danish Architectural Press., 2000. ISBN 978-87-7407-293-5.

**Ghirardo Diane. 1999.** *Architektura po Modernizmie.* Toruń : Wydawnictwo VIA, 1999. ISBN 83-86642-93-9.

**Goffman Erving. 2006.** *Rytuał interakcyjny.* Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. ISBN-10:83-01-14681-8.

**Gołębiowska Paulina i Nyka Lucyna. 2008.** Komerccjalizacja przestrzeni a nowe przestrzenie na styku budynku i miasta. [red.] Lorens Piotr i Ratajczyk-Piątkowska Elżbieta. *Komerccjalizacja przestrzeni - charakterystyka zjawiska*. Warszawa : Urbanista, 2008, strony 157 -165.

**Gontarz Jerzy i Gutowska Iwona , [red.]. 2014.** *Wspólna przestrzeń - wspólne dobro. Dobre praktyki w kształtowaniu ładu przestrzennego*. Warszawa : Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, 2014. ISBN: 978-83-7610-454-6.

**Gottdiener Mark, [red.]. 2000.** *New Forms of Consumption. Consumers, Culture and Comodification*. Maryland : Rowman & Littlefield Publishers Inc., 2000. ISBN 0-8476-9569-7.

**Gottdiener Mark Gottdiener Mark. 1985.** *The Social Productionof Urban Space*. Austin : University of Texas Press, 1985. ISBN 978-0-292-75122-4.

**Gottdiener Mark. 2001.** *The Theming of America. American Dreams, Media Fantasies, and Themed Enviroment*. brak miejsca : Westview Press, 2001. ISBN 0-8133-9765-0.

**Gyurkovich Mateusz. 2013.** *Hybrydowe przestrzenie kultury we współczesnym mieście europejskim*. Kraków : Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej, 2013. ISSN 0860-097X.

**Gzell Sławomir. 2005.** Jakość przestrzeni publicznych a Nowe Planowanie. [red.] Kochanowski Mieczysław. *Prestrzeń publiczna miasta postindustrialnego. Biblioteka Urbanisty 5*. Warszawa : Urbanista, 2005, strony 214-233.

**Gzell Sławomir. 2008.** Komerccjalizacja przestrzeni a kompozycja urbanistyczna. [red.] Lorens Piotr i Ratajczyk-Piątkowska Elżbieta. *Komerccjalizacja przestrzeni - charakterystyka zjawiska*. Warszawa : Urbanista, 2008.

**Gzell Sławomir. 2011.** *Przestrzeń publiczna jako element tworzący miejskie społeczności.* brak miejsca : Urbanista, 2011. ISBN 83-89649-14-4.

**Gzell Sławomir. 2015.** *Wykłady o współczesnej urbanistyce.* Warszawa : Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, 2015. ISBN 978-83-7814-327-7.

**Habermas Jurgen. 2007.** *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej.* Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007. ISBN 978-83-01-14877-5.

**Hall Edward. 2005.** *Ukryty wymiar.* Warszawa : Muza S.A., 2005. ISBN: 83-7319-537-8.

**Harvey David. 2012.** *Bunt Miast. Prawo do miasta i miejska rewolucja.* Warszawa : Fundacja Kultury Bęc Zmiana, 2012. ISBN 978-83-62418-13-8.

**Harvey David. 2008.** *Neoliberalizm. Historia katastrofy.* Warszawa : Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, 2008. ISBN: 978-8-388353-57-4.

**Harvey David. 2006.** *The Political Economy of Public Space.* [aut. książki] Low Setha i Neil Smith. [red.] Low Setha i Neil Smith. *The Politics of Public Space.* Nowy Jork : Routledge, 2006.

**internetowe źródło.** "Jak przetworzyć Miejsce - Podręcznik kreowania udanych przestrzeni publicznych". [Online] [www.pps.org](http://www.pps.org). ISBN: 978-83-925189-9-0.

**Jacobs Jane. 1961.** *The Death and Life of Great American Cities.* Nowy Jork : Random House,, 1961.

**Jałowiecki Bohdan i Szczepański Marek S. 2009.** *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*. wydanie drugie. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2009. ISBN 978-83-7383-197-1.

**Jałowiecki Bohdan. 2010.** *Spoleczne wytwarzanie przestrzeni*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, 2010. ISBN 978-83-7383-396-8.

**Judd Tony . 2011.** *Źle ma się kraj. Rozprawa o naszych współczesnych bolączkach*. Wołowiec : Wydawnictwo Czarne, 2011.

*Karta Przestrzeni Publicznej*. **Markowski Tadeusz i inni. 2009.** Poznań : brak nazwiska, 2009.

**Katarzyna Rąkowska. 2009.** <http://www.inzynierbudownictwa.pl/>. [Online] 10 11 2009. [http://www.inzynierbudownictwa.pl/biznes,inwestycje,artykul,manufaktura\\_\\_czyli\\_symbol\\_udanej\\_rewitalizacji,3314](http://www.inzynierbudownictwa.pl/biznes,inwestycje,artykul,manufaktura__czyli_symbol_udanej_rewitalizacji,3314).

**Kawecki Witold . 2011.** Komercjalizacja współczesnej kultury. *Kultura – Media – Teologia*. 2011, 4.

**Kayden Jerold S. 2011.** Zuccotti Park and the Private Plaza Problem. [Online] 19 10 2011. [Zacytowano: 07 03 2015.] <http://nyti.ms/1Pi6jaN>.

**Kochanowski Mieczysław, [red.]. 2005.** *Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego*. Warszawa : Urbanista, 2005. ISBN 83-39649-09-3.

**Kohn Margaret. 2004.** *Brave New Neighborhoods. The Privatization of Public Space*. New York and London : Routledge, 2004. ISBN 0-415-94462-7.



**Kosiński Wojciech. 2011.** *Miasto i Piękno Miasta*. Kraków : Politechnika Krakowska, 2011. ISBN 978-83-7242-604-8.

**Kosiński Wojciech. 2012.** Sześćdziesiąt parków Manhattanu - Kanwa jakości życia. [red.] Gawlik Józef. *Czasopismo Techniczne Politechniki Krakowskiej*. 2012, 29.

**Krier Leon . 1998.** *Architektura: Choice or Fate*. Windsor : Andreas Papadakis Publisher, 1998. ISBN 1901092038.

**Lessing Lawrence. 2001.** *The Future of Ideas, The Fate of the Commons in a Connected World*. Nowy Jork : Random House, 2001. ISBN 0-375-50578-4.

**Lofland Lyn H. 2007.** *The Public Realm. Exploring the City's Quintessential Social Territory*. Londyn : Aladine Transaction, 2007.

**Lorens Piotr i Martyniuk-Pęczek Justyna. 2010.** „Problemy kształtowania przestrzeni publicznych”. Gdańsk : Wydawnictwo Urbanista, 2010. ISBN 978-83-89649-29-4.

**Lorens Piotr. 2005.** Tematyizacja przestrzeni publicznej. [aut. książki] 5 Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego. Biblioteka Urbanisty. [red.] Kochanowski Mieczysław. Warszawa : Urbanista, 2005.

**Low Setha. 2003.** *Behind the Gates. Life, Security and Pursuit of Happiness in Fortress America*. New York : Routledge, 2003. ISBN 0-415-94438-4.

**Lynch Kevin. 2011.** *Obraz miasta*. [tłum.] Jeleński Tomasz . Kraków : Archiwolta, 2011. ISBN: 978-83-931118-0-0.

**Makowski Grzegorz. 2003.** *Świątynia Konsumpcji. Geneza i znaczenie Centrum Handlowego.* Warszawa : Wydawnictwo TRIO , 2003. ISBN 83-88542-63-X.

**Mitchell Don i Staeheli Lynn A. 2008.** *The People's Property? Power, Politics and the Public.* brak miejsca : Routedledge, 2008. ISBN 978-0-415-95523-2.

**Mitchell Don. 2003.** *The Right to the City. Social Justice and the Fight for Public Space.* brak miejsca : The Guilford Press, 2003. ISBN 1- 57230-847-8.

**Montgomery John . 1998.** Making the City: Urbanity, Vitality and Urban Design. 1998, Tom 3, No.1, strony 93-116.

**Mumford Lewis. 1989.** *The City in History.* New York : Harvest Book, 1989. ISBN 978-0-15-618035.

**Murray Michael. 2010.** Private Management of Public Spaces: Nonprofit Organizations and Urban Parks. *Harvard Environmental Law Review.* 2010, 34.

**Nawratek Krzysztof. 2008.** *Miasto jako idea polityczna.* Kraków : brak nazwiska, 2008. ISBN 978-83-89911-47-6.

**Nissen Sylke. 2008.** Urban Transformation From Public and Private Space to Spaces of Hybrid Character. *Czech Sociological Review.* 2008, 06, strony 1129-1149.

**Oldenburg Ray . 1989.** *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community.* New York : Parragon Books, 1989. ISBN 1-56924-681-5.

**Orum Anthony M. i Neal Zachary P. 2010.** *Common Ground? Readings and Reflections on Public Space*. New York : Routeledge, 2010. ISBN 0-203-87396-3.

**Ostrowska Maria. 1991.** *Człowiek a rzeczywistość przestrzenna*. Szczecin : AOW Nauka i Życie, 1991. ISBN: 83-900099-0-0.

**Paprzyca Krystyna. 2008.** Znaczenie jakości przestrzeni śródmiejskich w tworzeniu miejsc stanowiących „serce miasta”. *Czasopismo Techniczne z. 9. Architektura z. 4-A*. 2008, 9.

**Pluciński Przemysław i Nowak Marek. 2011.** *"O miejskiej Sferze Publicznej. Obywatelskość i konflikty o przestrzeń"*. [red.] Marek Nowak Przemysław Pluciński. Kraków : korporacja ha!art, 2011. str. 14.

**Pluta Katarzyna. 2014.** *Przestrzenie publiczne miast europejskich. Projektowanie Urbanistyczne*. Warszawa : Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, 2014. ISBN 918-83-7814-279-9.

**Pomeroy Sarah B. i inni. 2010.** *"Starożytna Grecja. Historia Polityczna, Społeczna i Kulturalna"*. Warszawa : Wydawnictwo "Książka i Wiedza", 2010. ISBN 978-83-05-13583-2.

**Rewers Ewa i Skórzyńska Agata, [red.]. 2010.** Poznań : Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2010. *Sztuka - kapitał Kulturowy Polskich Miast*. strony Łódzka Manufaktura - przemiany przestrzeni publicznej i muzealnej. ISBN 978-83-232-2127-2.

**Ritzer George. 2001.** *Magiczny świat konsumpcji*. Warszawa : Muza S.A., 2001. ISBN 878-83-7495-324-5.

**Ritzer George. 2001.** *Magiczny świat konsumpcji.* Warszawa : Muza S.A., 2001. ISBN 878-83-7495-324-5.

**Rochmińska Agnieszka. 2014.** Centra handlowe jako przestrzenie hybrydowe. *Przestrzeń - Społeczeństwo - Gospodarka.* 2014, 13.

**Schneider-Skalska Grażyna. 2012.** Funkcje i formy przestrzeni społecznej. *Środowisko Mieszkaniowe - Przestrzeń społeczna w miejscu zamieszkania.* 2012, 10.

**Seruga Waław. 2014.** Kreacja w przestrzeni miasta. [red.] Seruga Waław . *Architektura kontekstu / Architecture of context.* Kielce : Wydawnictwo Politechniki Świętokrzyskiej, 2014, strony 84 - 104.

**Seruga Waław.** Zielona przestrzeń społeczna. *Środowisko mieszkaniowe / Housing environment.* Numer 10/2012, strony 78-85.

**Simmel Georg. 2005.** *Socjologia.* Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN SA, 2005.

**Wallis Aleksander. 1971.** *Socjologia i kształtowanie przestrzeni.* Warszawa : Państwowy Instytut Wydawniczy, 1971. 0078/19/0284.

**Wejchert Kazimierz. 2008.** *Elementy kompozycji urbanistycznej.* Warszawa : Arkady, 2008. ISBN 83-213-4494-2.

**Węclawowicz-Bilska Elżbieta. 2011.** Kierunki współczesnego rozwoju przestrzennego miast europejskich. *Czasopismo Techniczne Politechniki Krakowskiej.* 2011, Zeszyt 12.

**Węclawowicz-Bilska Elżbieta. 2010.** Przestrzeń publiczna w miastach o dominującej funkcji usług specjalistycznych. *Czasopismo Techniczne Politechniki Krakowskiej*. 2010, Zeszyt 6.

**Wiesiołowski Jacek. 1982.** *Socjotopografia późnośredniowiecznego Poznania*. Warszawa-Poznań : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1982. ISBN 83-01-03828-4.

**Wnuk-Lipiński Edmund. 2010.** *"Socjologia życia społecznego"*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2010. ISBN:83-7383-175-4.

**Zukin Sharon. 2010.** Public Space. [aut. książki] Orum Anthony M. i Neal Zachary P. *Common Ground?: Readings and Reflections on Public Space (The Metropolis and Modern Life)* . Nowy Jork : Routledge, 2010.

**Zuziak Zbigniew K. 2005.** Nowe przestrzenie podróży. Przestrzenie publiczne węzłów transportu. [red.] Kochanowski Mieczysław. *Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego. Biblioteka Urbanisty 5*. Warszawa : Urbanista, 2005, strony 85-113.

**Zuziak Zbigniew K. 2005.** Przestrzenie publiczne - strategie budowania. *Urbanistyka : międzyuczelniane zeszyty naukowe*. 2005, nr 10 , strony 28-42 .

**Zuziak Zbigniew K. i Wyżykowski Andrzej. 1999.** *Nowe przestrzenie publiczne - wielokulturowość a kreacja urbanistyczna*. [red.] Seruga Waclaw, Franta Anna i Palej Anna. Kraków : Politechnika Krakowska, 1999. Tom 6 z Zeszyty Naukowe - Instytut Projektowania Urbanistycznego. strony 233-244.





## Spis rysunków i rycin

NR		STRONA
1.	Socjotopografia późnośredniowiecznego Poznania – (Wiesiołowski, 1982).	36
2.	Rycina przedstawiająca główną, reprezentacyjną ulicę Dublina, wówczas zwaną Sackville Street (dzisiejszą O’Connell Street) w XVIII wieku. (Reprodukcje ze zbiorów Autora; domena publiczna).	41
3.	Rycina przedstawiająca główną, reprezentacyjną ulicę Dublina, wówczas Sackville Street (dzisiejszą O’Connell Street) w XIX wieku. (Reprodukcje ze zbiorów Autora; domena publiczna).	41
4.	Rysunek Le Corbusiera z ukazujący projekt miasta dla 3 milionów mieszkańców (teoretyczny; bez lokalizacji). (Boesiger, 1995)	50
5.	Szkic autorstwa Le Corbusiera pochodzący z książki „Propos d’urbanisme” z roku 1946 (Boesiger, 1995)	50
6.	Ilustracja pokazująca i wartościująca różnice w procentowej powierzchni przestrzeni publicznej w miastach od połowy XIX wieku do lat 80. XX wieku. Grafika pochodzi z pracy Leona Kriera (Krier, 1998)	51
7.	Plan Sytuacyjny Smithfield Plaza. Opracowanie własne, na podstawie materiałów udostępnionych przez pracownię McGarry Ní Éanaigh Architects	84
8.	Schematyczny plan parku Bryanta po rewitalizacji. Opracowanie własne – na podstawie materiałów udostępnionych przez Bryant Park Corporation na stronach internetowych.	93
9.	Plan Centrum Handlowego „Manufaktura” w Łodzi.	104

	Opracowanie własne, na podstawie materiałów Google Earth i materiałów prasowych.	
10.	Schemat Rynku Manufaktury. Opracowanie własne, na podstawie materiałów Google Earth i materiałów prasowych.	106
11.	Schemat pokazujący Plac Szewczyka przed powstaniem Galerii Katowickiej; na czerwono symbolicznie zaznaczono obszar otwartej przestrzeni pieszej (publicznej). Opracowanie własne, na podstawie Google Earth i materiałów prasowych.	118
12.	Schemat pokazujący Plac Szewczyka obecnie. Opracowanie własne (na podstawie Google Earth i materiałów prasowych).	118
13.	Szkic autorstwa zwycięskiej pracowni Hilmer&Sattler, pokazujący zasady kształtowania zabudowy w obszarze Potsdamer Platz. Źródło: internetowa <a href="http://www.stadtentwicklung.berlin.de">www.stadtentwicklung.berlin.de</a> (dostęp: 09.2015)	132
14.	Szkic pokazujący komercyjne zagospodarowanie przestrzeni Potsdamer Platz. Źródło: opracowanie własne.	135
15.	Szkic pokazujący zagospodarowanie terenu kompleksu Sony Center i jego wewnętrzne przestrzenie hybrydowe (poziom parteru) Opracowanie własne	137
16.	Szkic pokazujący zagospodarowanie terenu wokół budynku Metropolitan wraz z Placem Piłsudskiego i Pomnikiem Nieznanego Żołnierza. Opracowanie własne.	146
17.	Szkic pokazujący rzut parteru budynku Metropolitan wraz z głównymi elementami kompozycji. Opracowanie własne.	147

## Spis zdjęć

NR		STRONA
1.	Burlington Arcade około 1925 roku. Zdjęcie: General Photographic Agency; domena publiczna	43
2.	Paryski Bon March; zdjęcie wykonano po roku 1900. Zdjęcie: Albert Chevojon, domena publiczna, Wikimedia	44
3.	Widok na budynek Southdale w Edina w Minnesocie w latach 50. XX wieku. Zdjęcia ze strony internetowej: <a href="http://www.lakesnwoods.com/EdinaGallery.htm">http://www.lakesnwoods.com/EdinaGallery.htm</a> ; domena publiczna; dostęp 08.2015	53
4.	Wnętrze centrum handlowego Southdale w Edina w Minnesocie w latach 50. XX wieku. Zdjęcia ze strony internetowej: <a href="http://www.lakesnwoods.com/EdinaGallery.htm">http://www.lakesnwoods.com/EdinaGallery.htm</a> ; domena publiczna.	53
5.	Ulica O'Connell Street (Dublin) w 2004 roku (przed jej przebudową i modernizacją). Zdjęcie M.Gałkowski; 2015 rok.	56
6.	Przestrzeń placu Time Square (Londyn) Zdjęcie: Chensiyuan; Wikimedia; domena publiczna	58
7.	Smithfield Plaza przed rokiem 2006. Zdjęcie udostępnione przez pracownię McGarry Ní Éanaigh Architects.	85
8.	Smithfield Plaza przed rokiem 2006. Zdjęcie udostępnione przez pracownię McGarry Ní Éanaigh Architects	86
9.	Gazowe pochodnie na Smithfield Plaza. Zdjęcie udostępnione przez pracownię McGarry Ní Éanaigh Architects	86
10.	Targ koni na Smithfield Plaza. Zdjęcie udostępnione przez Stephena i Helen Jones.	88
11.	Targ koni na Smithfield Plaza – w tle nowy zespół zabudowy autorstwa HKR. Zdjęcie udostępnione przez Stephena i Helen Jones.	88

12.	Rekreacja w Bryant Park po rewitalizacji. Zdjęcie udostępnione przez Bryant Park Corporation.	95
13.	Rekreacja w Bryant Park po rewitalizacji. Zdjęcie udostępnione przez Bryant Park Corporation.	95
14.	Rekreacja w Bryant Park po rewitalizacji. Zdjęcie udostępnione przez Bryant Park Corporation.	95
15.	Prywatnie zarządzane bulwary w okolicach Tower Bridge; Londyn. Zdjęcie M. Gałkowski	100
16.	Rynek Manufaktury w 2015 roku. Patrząc na zdjęcie nie widać zasadniczych różnic funkcjonalnych w stosunku do innych placów miejskich. Zdjęcie M. Gałkowski	105
17.	Plac Manufaktury w Łodzi Hybrydową przestrzeń miejską cechuje wysoka jakość elementów małej architektury. Zdjęcie M. Gałkowski	106
18.	Wysokiej jakości elementy małej architektury na Rynku Łódzkiej Manufaktury. Zdjęcie M. Gałkowski	106
19.	Plac Manufaktury w Łodzi. Kamery obsługiwane przez prywatne firmy ochroniarskie monitorują przestrzeń. Zdjęcie M. Gałkowski	110
20	Archiwalne zdjęcie z 2005 roku pokazujące akcję protestu przeciwko wojnie w Iraku, odbywającą się na Placu Szewczyka. Fot. Marta Błażejowska, udostępnione przez Agencję Agora	116
21.	Dzisiejszy Plac Szewczyka, 2015 rok. Zdjęcie M. Gałkowski	119
22.	Wnętrze Katowickiego dworca kolejowego – widoczne krzeselka „poczekalni. Zdjęcie M. Gałkowski	120
23.	Wnętrze Katowickiego dworca kolejowego (z kasami biletowymi i rzędem sklepów) Zdjęcia M. Gałkowski	121
24.	Widok wejścia do Katowickiego dworca - imitacja betonowych kielichów dworca; 2015 r. Zdjęcie M. Gałkowski	125



25.	Wewnętrzny dziedziniec kompleksu Sony Center. Zdjęcie: Jaime Ardiles-Arce. Wikimedia, domena publiczna.	138
26.	Ocalałe elementy Hotelu Esplanade, jako element dekoracji i część komercyjnej symulacji przestrzeni Sony Center. Zdjęcie: Cliff Jones; udostępnione za zgodą autora.	141
27.	Wdok budynku Metropolitan z Placu Piłsudskiego Zdjęcia: M. Antosz.	146
28.	Wewnętrzny dziedziniec budynku Metropolitan. Zdjęcia: M. Antosz.	146
29.	Skwer przed budynkiem MBanku w Katowicach Zdjęcie M. Gałkowski	149
30.	Obraz ulicy O'Connely w latach 60 XX wieku. Zdjęcie: Phillip Capper, 1964; licencja: Wikipedia Commons	159
31.	Obraz ulicy O'Connely w 2010 roku, po przeprowadzonej przebudowie. Zdjęcie udostępnione przez autorów projektu.	159
33.	Zamieszki na ulicy O'Connely w Dublinie w 2006 roku. Zdjęcie: Hibernian; Wikimedia; domena publiczna	160
34.	Aktywności w przestrzeni O'Connell St .- „Drzemka”. Zdjęcie: M. Gałkowski	160
35.	Aktywności w przestrzeni O'Connell St .- Pikieta. Zdjęcie: M. Gałkowski	160
36.	Aktywności w przestrzeni O'Connell St .- Parada. Zdjęcie: M.Gałkowski	160



## Tabele i wykresy

NR		STRONA
1.	Tab. 1. Podział współczesnych przestrzeni pieszych za: Dines i inni, 2006, strony 26-27	24
2.	Tab. 2. Podział współczesnych przestrzeni pieszych za: Flusty, 1963 str. 17.	25
3.	Tab. 3. Podział współczesnych przestrzeni publicznych za: Bierwiazzonek i inni, 2012 strony 37-39.	26
4.	Wykres udziału aktywności mieszkańców w przestrzeni publicznej. Opracowanie własne na podstawie pracy Jana Gehla	61
5.	Deklarowana funkcja obszaru Rondo-Rynek w Katowicach. Opracowano na podstawie danych raportu <i>Analiza preferencji społecznych w zakresie realizacji projektu Rondo-Rynek w Katowicach</i> z 2008 roku autorstwa A. Drobnia (AE Katowice), M.Czornik (AE Katowice), B.Ogrodnik (UŚ).	62
6.	Trzy wykresy obrazujące powody robienia zakupów na śródmiejskich ulicach handlowych w trzech miastach: Krakowie, Katowicach i Łodzi. Dane pochodzą z raportu „Ulice Handlowe. Analiza Strategia Potencjał” opracowanego wspólnie przez Polską Radę Centrów Handlowych (PRCH) oraz BNP Paribas Real Estate w 2014	64
7.	Graficzne porównanie ceny najmu (w dolarach na stopę kwadratową) dla powierzchni komercyjnych leżących w bezpośrednim sąsiedztwie terenów zielonych, w porównaniu do innych, podobnych, leżących od nich w pewnej odległości, na przykładzie Nowego Jorku. Dane pochodzą z raportu CBRE z „Premiums on the Parks” z 2012 roku.	68
8.	Wykaz przestrzeni miejskich poddanych analizie w niniejszym opracowaniu.	80

<b>9.</b>	Dynamika przychodów (w milionach dolarów) firmy zarządzającej Parkiem Bryanta. Wykres z pochodzi publikacji Michaela Murraya (Murray, 2010).	98
<b>10.</b>	Analiza porównawcza wykorzystaniem metody <i>trzech warstw</i> Lessinga.	159
<b>11.</b>	Próba oceny funkcjonalnej analizowanych przestrzeni miejskich z wykorzystaniem typologii Lofland.	161

---

## Abstrakt

Praca podejmuje temat komodyfikacji i prywatyzacji miejskich przestrzeni publicznych, próbując odpowiedzieć na pytanie: jaki wpływ mają te procesy i towarzyszące im zjawiska na funkcje przestrzeni publicznej?

Praca opiera się na założeniu (popartym materiałem źródłowym), że przestrzeń publiczna stanowi szczególne dobro wspólne, o kluczowej wartości dla rozwoju społecznego [(Harvey, 2012) (Lofland, 2007) (Gzell, 2011) i inni] – tak w skali lokalnych wspólnot, jak i narodu. Jednak przestrzeń publiczna nabiera wspomnianych cech dobra wspólnego jedynie pod warunkiem wypełnienia pewnych specyficznych kryteriów, związanych głównie z jej dostępnością i swobodą działania na jej obszarze (w ramach ogólnie obowiązującego narodowego systemu normatywnego). Stopień spełnienia w/w warunków może też stanowić kryterium wartościowania przestrzeni miejskiej. Na wypełnienie w/w kryteriów mają wpływ procesy naturalnej ewolucji (tak funkcjonalnej, jak i formalnej) pieszych przestrzeni publicznych, które przebiegają w korelacji ze zmianami stosunków społeczno-ekonomicznych.

Zamiarem autora było opisanie bardzo dynamicznych i skomplikowanych procesów przemian przestrzeni miejskich w XX i XXI wieku, mających związek z jednej strony z dominacją ekonomii liberalnej, z drugiej z wykształceniem się nowego modelu stosunków społecznych opartych na konsumpcji [(Ritzer, 2001) (Baudrillard, 2006) (Bauman, 2006) i inni]. Tym głównym czynnikiem towarzyszyło wiele innych, takich jak rozwój przemysłu i produkcji masowej czy nowe trendy w urbanistyce, które działając wspólnie doprowadziły do dominacji aktywności opcjonalnych, a więc funkcji rozrywkowej i socjalizacyjnej, w przestrzeniach otwartych miasta, odsuwając na drugi plan czynności konieczne (np. zakupy) czy funkcje społeczne (np. demonstracje, wiece, agitacje, a szerzej dyskusję społeczną).



W środowisku liberalnej gospodarki przemiany te są potęgowane poprzez nacisk prywatnych inwestorów, dla których przestrzeń miejska jest towarem, który można łatwo wykorzystać do lokowania i pomnażania kapitału. W wyniku nacisku kapitału powstają nowe typy przestrzeni, które w warstwie funkcjonalnej są konglomeratem cech obszarów publicznych i prywatnych, nazywane przez niektórych autorów przestrzeniami hybrydowymi [(Kohn, 2004) (Rochmińska, 2014) (Nissen, 2008)]. W takich obszarach, poddanych utowarowieniu (komodyfikacji) można obserwować charakterystyczne zjawiska, z których najważniejsze opisuje praca. Najważniejszym jednak celem niniejszej pracy jest próba zdefiniowania i wartościowania zmian funkcjonalnych przestrzeni publicznej poddanej procesom jej komodyfikacji.

Do celów badawczych wykorzystano sześć wybranych przestrzeni miejskich, ilustrując je grafikami i zdjęciami. Są to przestrzenie poddane naciskowi kapitału. Następnie dokonano ich analizy porównawczej w warstwie funkcjonalnej, w oparciu o koncepcję L. Lofland. Wnioski skonfrontowano z poglądami innych autorów i z materiałami źródłowymi, co pozwoliło na udowodnienie tezy pracy, mówiącej o mniejszej wartości dla mieszkańców miast (pojmowanej w kategoriach dobra wspólnego) obszarów prywatnych i poddanych komodyfikacji niż obszarów prawdziwie publicznych, w pełni dostępnych, poddanych obywatelskiej i demokratycznej kontroli.

Praca ma też wymiar praktyczny – może dostarczyć informacji pomocnych w projektowaniu pieszej przestrzeni publicznej, a także umożliwia ocenę i wartościowanie istniejących pieszych obszarów miejskich.