

Beata Kuc-Słuszniaik*

NOWE W STARYM – CENTRA HANDLOWE W RYBNIKU

NEW IN OLD – SHOPPING CENTRES IN RYBNIK

Przykłady Niemiec i Francji pokazują, że sposobem na ożywienie centrum miasta jest wprowadzenie tam centrów handlowych nowej generacji. Polskie miasta także decydują się na takie rozwiązania.

Jednym z takich miast jest Rybnik, gdzie w ścisłym centrum miasta, w historycznej tkance powstały, niemal równocześnie, dwa współczesne centra handlowo-usługowo-rozrywkowe: Plaza i Focus.

Słowa kluczowe: Rybnik, centrum handlowe, centrum miasta, przekształcenie

French and german examples show that implementation to the city centre the shopping centres of new generation is the way of city centre liveliness. Polish cities also decide on such solutions. One of these towns is Rybnik, where Plaza Rybnik and Focus Park were constructed close to the city historical centre almost at the same time.

Keywords: Rybnik, shopping centre, city center, conversion

Firmitas, utilitas, venustas – trwałość, użyteczność, piękno [1] – ponadczasowość witrawiańskiej triady po dziś dzień określa zasady tworzenia dzieła architektonicznego. „Tworzenia”, czyli projektowania, budowy, ale także przekształcania, czyli ponownego użytkowania istniejących obiektów poprzez różnorodne ingerencje w ich strukturę przestrzenno-architektoniczną [2].

W ogólnym nurcie działań przekształceniowych zarysowują się dwa trendy. Pierwszy, polegający na nowym wykorzystaniu starego budynku poprzez niewielką bądź znaczną zmianę jego treści architektoniczno-przestrzennej. Drugi, związany z odnową wybranych obszarów w celu całkowitej zmiany funkcji

budynku(-ów) i terenu. Ten drugi nurt jest szczególnie aktualny na terenie dawnych aglomeracji i miast przemysłowych, gdzie dawne tereny przemysłowe znajdują się w centrach miast, w bezpośrednim sąsiedztwie terenów mieszkaniowych, rekreacyjnych, dworców kolejowych, itp. Taka lokalizacja stwarza doskonałe warunki do rewitalizacji tych terenów, ale też ogromne problemy. Zmiana sposobu użytkowania budynku przemysłowego wiąże się bowiem z potrzebą regeneracji otoczenia, bez którego to działania nie sposób wyobrazić sobie satysfakcjonujące i efektywne ekonomicznie rozwiązanie tego problemu. Z jednej strony istnieje potrzeba związku z przeszłością poprzez zachowanie i „ożywianie” sta-

* Kuc-Słuszniaik Beata, dr inż. arch., Politechnika Śląska, Wydział Architektury, Katedra Projektowania Architektonicznego i Sztuk Pięknych.

Rybnik: 1. Rynek / Market place 2. Plac Wolności / Wolności Square 3. Plaza – wejście główne / Plaza – main entrance
 4. Plaza – parking wielopoziomowy / Plaza – multi-story car park 5. Focus Park – wejście główne / Focus Park – main entrance
 6. Focus Park – widok od strony Placu Wolności / Focus Park – view from Wolności Square (zdjęcia autora / photos by author)



rych budynków, z drugiej zaś wyburzanie istniejących obiektów i zastępowanie ich nową kubaturą wymuszane jest rozwojem nowoczesnej architektury i nowymi parametrami techniczno-technologicznymi, a także względami ekonomicznymi.

Według U. Eco *architektura podlega szybkemu starzeniu się i wymianie znaczeń*, jednak *nasze czasy są nie tylko czasami zapomnienia, lecz również przypomnień* [3]. Wobec wzorów przeszłości Eco wyróżnia trzy postawy: akceptacji, odrzucenia i reinterpretacji. Zakres ingerencji, przejawiający się w ilościowym stosunku starej i nowej substancji materialnej budynku, uwarunkowany jest między innymi: rangą obiektu, otoczeniem, w którym powstał i emocjom, jakie wywołuje w społeczeństwie. Wszelkie ingerencje w strukturę starego budynku zawsze wywoływały wiele kontrowersji i miały swoich zwolenników i przeciwników. Stare budynki, nie tylko zabytkowe, ale także te, które z biegiem czasu nabrały wartości historyczno-kulturowych, wrosły w otaczający je krajobraz i stały się symbolami identyfikacji miejsca. Wartości estetyczne ich formy oraz emocje, jakie przez lata istnienia budynku nawarstwiały się w społeczeństwie sprawiają, że sposób użytkowania budynku nabiera mniejszego znaczenia – *na ogół w pierw budynek dostrzegamy, a dopiero później, jeśli w ogóle zadajemy pytanie, co się w nim mieści* [4]. W związku z tym przekształcenie w wyniku, którego nie następuje zmiana w układzie konstrukcyjnym i kształtowaniu formy, a jedynie wprowadza się nowe funkcje zazwyczaj nie budzi większych zastrzeżeń. Jednak, aby nowy sposób użytkowania był efektywny, a stary budynek miał szansę stać się także symbolem jakości miejsca, najczęściej konieczne są bardziej radykalne ingerencje. Ponadto brak oryginalnych materiałów budowlanych oraz rzemieślników mogących wykonać niektóre detale, a także wymagania dotyczące warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki sprawiają, że transformacje obiektów muszą mieć charakter ewolucyj-

ny. Tym samym w wielu wypadkach muszą pozostać w kontraście do istniejącej, często zabytkowej zabudowy, aby przekształcenie przesadnie historyzujące nie miało charakteru kiczu.

Obecnie ożywianie opuszczonych i zdegradowanych, fizycznie i moralnie, fragmentów przestrzeni miejskiej musi być dodatkowo inwestycją opłacalną, obliczoną na precyzyjnie wyznaczony okres zwrotu poniesionych kosztów [5].

Przykłady krajów Europy Zachodniej, a zwłaszcza Francji i Niemiec pokazują dążenie do rewitalizacji centrum miasta poprzez przyciąganie tam inwestycji o charakterze handlowo-usługowo-rozrywkowym, w odróżnieniu od lat 70., 80. czy 90. XX wieku, kiedy to obiekty handlowe, poprzedniej generacji budowano na peryferiach miast. Coraz częściej także w naszym kraju w proces rewitalizacji przestrzeni miejskiej wpisuje się budowa centrów handlowych nowej generacji. Sytuacja ta dotyczy nie tylko dużych miast, ale także tych mniejszych, które przeżywają prawdziwą inwazję obiektów handlowych różnego rodzaju: od dyskontów poprzez hipermarkety aż do nowoczesnych galerii handlowych. Te ostatnie stają się nowym wyzwaniem zarówno dla inwestorów, jak i projektantów. Wpisane są w politykę rozwoju miast oraz proces budowania ich konkurencyjności stają się niejednokrotnie obiektem o ponadlokalnej atrakcyjności. W niektórych przypadkach stanowią przełom w podejściu do rozwiązań architektoniczno-urbanistycznych budynków o funkcji handlowej, jak np. Manufaktura czy Stary Browar.

Nowoczesne obiekty handlowe powstają w centrach miast, na terenach wolnych, wcześniej niezabudowanych, ale w otoczeniu zabudowy historycznej bądź takiej, która poprzez wielowiekowe istnienie wpisała się w dane miejsce i stała się elementem identyfikującym daną przestrzeń. Innym rozwiązaniem jest przekształcanie na centra handlowe nieużytkowanych budynków i terenów zazwyczaj po dawnym przemysłu. W zależności od lokalizacji, wartości za-

bytkowych, liczby i stanu technicznego istniejących budynków oraz stopnia dewastacji terenu, a głównie względów ekonomicznych można w następującym skrócie przytoczyć występujące działania:

– *obiekt zabytkowy z nowymi wtrętami* [6] – działanie polegające na zachowaniu zewnętrznej skorupy obiektu i wprowadzenie do wnętrza funkcji handlowo-usługowej, np. Wielki Młyn czy Hala Targowa w Gdańsku,

– *równowaga substancji starej i nowej* [7] – gdzie wyburzeniu ulegają budynki lub ich fragmenty o małej wartości historycznej lub złym stanie technicznym. Kompozycja i forma nowo powstałego obiektu to połączenie istniejących i nowatorskich rozwiązań w jedno architektoniczno-urbanistyczne założenie, np. Manufaktura w Łodzi, Stary Browar w Poznaniu,

– *nowy obiekt z akcentem zaadoptowanego reliktu* [8] – można uznać za najczęstszy przykład działań przekształceniowych dawnych budynków na funkcje handlowe. Stare budynki zostają wyburzone, co w przypadku liczenia kosztów jest działaniem wygodnym i korzystnym z punktu widzenia inwestora. O tym, że teren, na którym powstaje nowy obiekt służył innym celom i wyglądał inaczej świadczy właśnie pozostawiony relik, często dominanta, np. dawny szyb kopalniany, komin, element zabytkowej maszyny czy też pojedynczy obiekt lub jego część, np. Silesia City Center w Katowicach, Platan w Zabrzu, Focus Park w Rybniku.

Współczesny transfer lokalizacji centrów handlowych z peryferii miast do strefy śródmiejskiej powoduje prawdziwy boom w inwestycjach handlowych także w miastach, w których liczba mieszkańców nie przekracza 200 tysięcy. Tylko w samym Rybniku [9], zaledwie w półrocznym odstępie, powstały dwa wielofunkcyjne centra handlowe: Plaza Rybnik oraz Focus Park. Oba obiekty wolno stojące, zlokalizowane w ścisłym centrum miasta, w niewielkiej odległości od siebie.

Pierwsza powstała Plaza, na niezabudowanym, zdegradowanym terenie, użytkowanym pierwotnie jako baza autobusowa, a następnie jako płatny parking naziemny. Kompleks zajął zróżnicowany pod względem otoczenia kwartał miejski pomiędzy ulicami Raciborską, Dworcową oraz nabrzeżem rzeki Nacyny. Wzdłuż prowadzącej od strony rybnickiego rynku ulicy Raciborskiej kompleks sąsiaduje z niewysoką zabudową kamieniczek mieszkalnych powstałych z początkiem XX wieku, które nie przedstawiają wielkiej wartości historycznej. Od ulicy Dworek sąsiedztwo stanowią 11-kondygnacyjne punktowce mieszkalne z lat 70. XX wieku. Od strony północnej, pomiędzy rzeką Nacyną a ulicą Dworek rozciąga się niska zabudowa jednorodzinna, a nabrzeże Nacyny to teren zielony. Bliskość rynku (il. 1) i różnorodny kontekst otaczającej przestrzeni stanowiły wyzwania projektowe zwłaszcza w odniesieniu skali centrum handlowego do wysokości 2–3 kondygnacyjnych kamieniczek i 10-piętrowego blokowiska. Pod względem funkcjonalnym obiekt składa się z dwóch wydzielonych części o odmiennym użytkowaniu: części handlowo-usługowo-rozrywkowej oraz wielopoziomowego parkingu. Od strony formalnej obiekt stanowi kompozycję brył, które charakterem i klimatem elewacji starają się dostosować do skali poszczególnych ulic [10].

Część wejściowa jest najniższa i wysokością nie odbiega od otoczenia. *Wejście do kompleksu flankują dwie przenikające się kamienne ściany, których pionowe krawędzie utrzymują linię zabudowy ulicy Raciborskiej, natomiast ich płaszczyzny, odchylone ku wejściu, wyznaczają trójkątny plac wejściowy, tworzący w przestrzeni ulicy niezbędne przedpole dla kompleksu* [11] (il. 3). Pomimo tych zabiegów trudno oprzeć się wrażeniu, że obiekt „rozpycha się” na tej małomiasteczkowej ulicy. Materiały elewacyjne użyte do „oprawy graficznej” strefy wejściowej to płyty kamienne w kolorze zielonym i ceglącym na pionowych ścianach oraz w wystającej nad parterem czę-

ści środkowej blacha stalowa trawiona w kolorze miedziano-złotym.

Wzdłuż ulicy Dworek, w sąsiedztwie wielorodzinnej, wysokiej zabudowy, usytuowany został czteropoziomowy parking. Jego bryła została ciekawie i elegancko ukształtowana, na pierwszy „rzut oka” nie kojarzy się ze swoją funkcją. *Potężny betonowy walec z regularną, spiralną perforacją, akcentujący narożnik całego kompleksu, kryje w sobie pochylnie łączące wszystkie poziomy parkingu. Fasadę parkingu, o pasmowym układzie betonowych balustrad, przecinają wiązki pnączy biegnących po smukłych, strzelistych kratkach* [12] (il. 4). Bryła multikina pokryta jest srebrzystymi blaszanymi panelami o kratowym podziale. Pomimo iż każda z elewacji wygląda inaczej w całości udało się wykreować ciekawy obiekt w dawnej, nijakiej przestrzeni.

Centrum handlowe Focus powstało w kwartale ulic: Zamkowej, Rynkowej, 3 Maja i B. Chrobrego, na terenie dawnego, dziewiętnastowiecznego browaru, którego teren sąsiaduje bezpośrednio z rybnickim Rynkiem (il. 1) i Placem Wolności (il. 2), dwoma najważniejszymi elementami przestrzeni publicznej w mieście. Ze względu na podobieństwo pierwotnej funkcji, wielu mieszkańców miało nadzieję, że nowe centrum handlowe bazując na elementach historycznej architektury przemysłowej, będzie przypominać Stary Browar w Poznaniu. Jednak zły stan techniczny substancji budowlanej był podstawą decyzji o wyburzeniu większości obiektów. Pozostawiono tylko komin, w efekcie końcowym skrócony do połowy wysokości (il. 6) oraz wkomponowano w nowy obiekt budynek dawnej słodowni. Takie podejście stanowiło rozwiązanie kompromisowe pomiędzy tańszym i mniej czasochłonnym cyklem budowy na „oczyszczonym” z budynków terenie, a zdecydowanie droższym i wydłużonym w czasie rozwiązaniem „wciągnięcia” istniejących kubatur w nowy obiekt handlowy. Prestiżowa lokalizacja wymusiła dostoso-

wanie nowego obiektu do już istniejących warunków historycznego otoczenia. Z pewnością nie były to warunki łatwe. Wysokość otaczającej zabudowy to dwie lub trzy kondygnacje niewielkich kamieniczek zwieńczonych wysokim dachem powodowała konflikt interesów pomiędzy dążeniem do jak najbardziej intensywnego zabudowania drogiej działki a potrzebą dostosowania nowego obiektu do skali i charakteru otoczenia. Dodatkowo lokalizacja przy ruchliwej, prowadzącej przez centrum miasta ulicy oraz dwóch ważnych placach komplikowała rozwiązania dojazdu do parkingu oraz dostaw towaru. I chociaż kontrowersyjne jest usytuowanie wjazdu na parking od strony głównego placu w mieście to ograniczenia komunikacyjne takie jak jednokierunkowość, wzmożony ruch czy też zamknięcie dla ruchu samochodowego właściwie wymusiły rozwiązania komunikacyjne. Ponadto, biorąc pod uwagę fakt, że układ przestrzenny całej inwestycji rozwiązany został z zachowaniem istniejących głównych kierunków dojazdów i osi widokowych, a kształtowanie rzutu w wielu fragmentach powieliła zabudowę dawnego browaru w pełni uzasadnione wydają się przyjęte rozwiązania. Dostosowanie skali obiektu do niewysokiego otoczenia uzyskano poprzez horyzontalny podział ściany zewnętrznej. Do wysokości 17 m wyznacza ona gabaryt otoczenia a wyższe kondygnacje do wysokości 24 m cofnięte są w głąb budynku (il. 5, 6). „Niższe” elewacje kształtowane są poprzez wertykalną artykulację nawiązującą do historycznego podziału na niewielkie kamieniczki. Dominującym materiałem okładzinowym jest cegła klinkierowa, przez co obiekt nawiązuje do architektury przemysłowej przełomu XIX i XX wieku. Cofniętym, „wyższym” elewacjom nadano lżejszy wyraz poprzez zastosowanie żaluzji z lustrzaną okleiną [13]. W elewacjach zastosowano również liczne przeszklenia, przez co będąc wewnątrz centrum handlowego ma się wrażenie bycia również w centrum miasta.

Pełna symbioza obiektu nowego centrum handlowego z dawną przestrzenią miejską ma szansę udać się w przypadku harmonijnego łączenia starej substancji budowlanej bądź jej elementów z nowoczesnymi rozwiązaniami architektonicznymi. W Rybniku, mimo czysto komercyjnego charakteru nowych obiektów, widać dążenie projektantów do poszukiwania kontekstu miejsca. Zasada ta dotyczy zarówno Plazy, która powstała na wolnym terenie, jednak w otoczeniu istniejącej zabudowy, która „wrosła” w charakter miejsca pomimo braku wartości historycznych, jak i Focusa, gdzie historyczny zakład przemysłowy przestał być traktowany jako nietykalny obiekt sztuki, lecz przede wszystkim jako produkt systemu społeczno-ekonomicznego. Należy dodać, że obydwa obiekty stały się odpowiedzią na potrzeby mieszkańców nie tylko Rybnika, ale całej 670-tysięcznej aglomeracji, gdzie do 2005 r. nie było większych kompleksów handlowych. Usytuowane po przeciwnych stronach rynku nowe centra handlowe w naturalny sposób stały się generatorem napływu ludzi do śródmieścia i ożywienia lokalnego handlu i usług wokół rynku. Imprezy kultury masowej, które coraz częściej odbywają się w centrach handlowych, w Rybniku przenoszone są na rynek (poniekąd ze względu na powierzchnię użytkową nowych obiektów). Także lokalni kupcy obserwują zwiększony ruch w swoich sklepikach. Nowe centra przyciągają nie tylko mieszkańców aglomeracji rybnickiej, ale także okolicznych miast i pobliskich Czech, z którymi Rybnik od zawsze miał bliskie kontakty handlowe. W przypadku Rybnika nie można więc mówić o destrukcyj-

nej roli centrów handlowych na centrum miasta.

Czy można zatem mówić, że współczesne centrum handlowe, będące wytworem globalizacji i komercjalizacji oraz tendencji do materialistycznego podejścia do życia jest dziełem architektonicznym?

Z perspektywy czasu ocenią to zapewne następne pokolenia, biorąc jednak pod uwagę fakt, że Plaza i Focus w Rybniku, mimo iż powstały jako wyzwanie na lokalne potrzeby i realia gospodarcze określonego czasu i miejsca zdaniem autora stały się nową jakością zastanego środowiska przestrzennego, która dostarcza również informacji o zmianach zachodzących w społeczeństwie. Istniejąca zabudowa wpływa, bowiem ściśle na utożsamianie się jednostki z otoczeniem i ogółem. Harmonijne współistnienie nowych centrów handlowo-usługowo-rozrywkowych z zastaną substancją budowlaną pozwala na umiejętne kształtowanie przestrzeni zdominowanej bezwzględnyymi zasadami gry ekonomicznej, ale także poprawnych relacji międzyludzkich. W Rybniku, za sprawą kontrowersyjnych początkowo realizacji centrów handlowych, udało się osiągnąć to, co jest bolączką większości miast – przywrócić życie w centrum miasta, satysfakcjonując przy tym zarówno inwestorów jak i użytkowników. Rozpatrując, zatem dzieło architektoniczne w kategoriach obiektu, który odpowiada zamierzonej funkcji, wymaganiom technicznym, ekonomicznym i estetycznym, a przede wszystkim dążeniom i oczekiwaniom użytkowników jego przestrzeni to centra handlowe w Rybniku z pewnością można zaliczyć do tej kategorii.

PRZYPISY

- [1] Witruwiusz, *O architekturze ksiąg dziesięć*, 1956, s.16.
 [2] Analiza współczesnych ingerencji w istniejący stary budynek potwierdza współwystępowanie i nakładanie się działań określonych występującymi w języku polskim pojęciami, np. adaptacja, modernizacja, konserwacja, restauracja,

rewaloryzacja, itd. W języku angielskim istnieje także sporo pojęć dotyczących ingerencji w stare budynki: *conservation, preservation, restoration, renovation, rehabilitation, remodeling, retrofitting, extended use, adaptive re-use, refurbishment* i podobnie jak w języku polskim nie wszystkie trafnie określają zakres działań. Studia literatury zagranicznej wykazują, że najczęściej używanym pojęciem dla ogólnego

nego przedstawienia ingerencji w istniejący obiekt jest w języku angielskim *conversion*, a w języku francuskim *re-conversion* czyli przystosowanie (przekształcenie). W języku polskim istnieje także termin rekonwersja, który oznacza całkowitą zmianę funkcji budynku i terenu;

B. Kuc-Słusznik, *Zmiana sposobu użytkowania budynków – ze szczególnym uwzględnieniem budynków przemysłowych. Próba systematyki zasad i możliwości przekształceń*, praca doktorska, 1999.

[3] U. Eco, *Pejzaż semiotyczny*, 1972, s. 302–304.

[4] A. Basista, *Opowieści budynków. Architektura czterech kultur*, 1995, s. 59.

[5] Domański, Romański, *Strategie rozwoju handlu*, 2005.

[6],[7],[8] A. Basista, *Opowieści budynków, opcit.*, s. 229.

[9] Rybnik położony jest w południowo-zachodniej części województwa śląskiego. Miasto składa się z 27 dzielnic, z których większość (20 dzielnic) ma charakter przedmiejski, 2 mają charakter wielkich osiedli mieszkaniowych z wielkiej płyty, a 5 ma charakter czysto miejski o bardzo gęstej zabudowie wielorodzinnej. Rybnik zamieszkuje ponad 140 tysięcy mieszkańców. Jest największym i najważniejszym miastem Rybnickiego Okręgu Węglowego zwanego inaczej aglomeracją rybnicką liczącą ponad 670 tysięcy mieszkańców. Pod względem liczby ludności jest drugą, co do wielkości aglomeracją śląską po konurbacji katowickiej i dziesiątą

w Polsce po aglomeracji szczecińskiej. Obecnie Rybnik uważany jest za zamożne miasto, w którym dominuje przemysł i handel.

Obecnie w Rybniku działa 8 sklepów wielkopowierzchniowych oraz kilkadziesiąt supermarketów i dyskontów (Żabka ×17; Biedronka ×6; Albert ×3; Plus ×2; Lidl), z których większość usytuowana jest w okolicach osiedli mieszkaniowych. Także większość hipermarketów (ogólne: Real; Tesco; Carrefour i budowlano-techniczne i elektroniczne: OBI; Praktiker; Media Markt; Meble Agata) zlokalizowana jest blisko centrum miasta. Ponadto w ścisłym centrum Rybnika działają dwa nowoczesne centra handlowo-rozrywkowe: Rybnik Plaza i Focus Park. Poza sklepami sieciowymi na terenie miasta działa ponad 4500 sklepów należących do lokalnych przedsiębiorców.

[10] Dokumentacja Techniczno-Budowlana Plaza Rybnik – Biuro Projektów Architektonicznych sp. z o.o. architektki J. Pallado i A. Skupin, Katowice.

[11],[12] J. Pallado, A. Skupin, *10 przypadków architektury usługowej*, 2005, s. 38,40.

[13] Dokumentacja Techniczno-Budowlana Focus Park Rybnik – IMB Asymetria, Kraków; TOP Projekt Pracownia architektury i grafiki, Rybnik; NIRAS Polska sp. z o.o., Kraków; Hrynkiewicz i Synowie Pracownia Architektury, Gdańsk-Oliwa.