

ARTUR JASIŃSKI*

McBANK – MIEJSKI AGRESOR**DESTRUKCJA TRADYCYJNEGO KRAJOBRAZU MIEJSKIEGO
PRZEZ KORPORACYJNĄ ARCHITEKTURĘ SIECI HANDLOWO-
-USŁUGOWYCH – NA PRZYKŁADZIE BANKOWYCH SIECI DETALICZNYCH****McBANK – AN URBAN INTRUDER****THE DESTRUCTION OF TRADITIONAL CITYSCAPE BY THE CORPORATE
NETWORK OF COMMERCIAL AND SERVICE OUTLETS – A CASE OF BANKING
RETAIL NETWORKS****Streszczenie**

Zaśmiecanie przestrzeni, spam, McArchitektura to częste określenia skutków gwałtownej urbanizacji, która towarzyszy współczesnej fali rozwoju gospodarczego. W dziedzinie bankowości najbardziej widocznym procesem jest ekspansja punktów sieci detalicznych. McBanki wnikają w miasto, wręcz „wgryzają” się w jego tkankę. Stosowane w ich oprawie graficznej agresywne kolory i intensywne reklamy wizualne, projektowane według zasad *corporate identity*, niszczą charakter i tożsamość tradycyjnego pejzażu miasta, szczególnie zagrażając ulicom śródmiejskim, które na całym świecie stają się do siebie niepokojąco podobne.

W niniejszym artykule przedstawiono źródła, mechanizmy i skutki spontanicznego rozwoju sieci banków detalicznych, charakterystycznego procesu, który dotyczy także architektury praktycznie wszystkich współczesnych sieci handlowo-usługowych, budowanych na wzorach, które w ubiegłym wieku wyznaczyła firma McDonald's.

Słowa kluczowe: miasto, przestrzeń, architektura

Abstract

The space pollution, spam, McArchitecture are the terms used frequently to describe the aftermath of rapid urbanization rolling side by side with the tide of contemporary economic growth. Within the area of banking, the expansion of retail banking outlets has become most conspicuous. McBanks, their loud colors and aggressive visual decor designed in compliance with *corporate identity* guidelines destroy the character and identity of a traditional cityscape, and pose a threat to downtown streets which are becoming strikingly similar all over the world.

The article discusses the roots, mechanisms and the results of spontaneous development of retail banking branches. That process pertains to architecture of almost all contemporary commercial and service chain outlets that are built along the standards set by McDonald's in the last century.

Keywords: city, space, architecture

* Mgr inż. arch. Artur Jasiński, Biuro Architektoniczne sp. z o.o., JASIŃSKI I WSPÓLNICY, Kraków.

Diane Ghirardo falę inwestycyjną wywołaną zjawiskami globalizacji porównuje do kataklizmu¹. Zaśmiecanie przestrzeni, spam, McArchitektura to częste określenia skutków gwałtownej urbanizacji. W dziedzinie bankowości najbardziej widocznym procesem jest ekspansja punktów sieci detalicznych. Blair Kamin, amerykański krytyk architektoniczny pisze: *"W Chicago, tak jak i wzdłuż i wszerz całego kraju, banki detaliczne pojawiają się jak grzyby po deszczu, czy raczej mnożą się jak karaluchy! Nie sprawdziły się przepowiednie z lat 90., kiedy banki wstrzymały inwestycje budowlane, spodziewając się gwałtownego rozwoju bankowości internetowej. Bankowość bezpośrednia jest znowu na fali. Lecz towarzysząca jej bezkształtna i pozbawiona wyrazu architektura budzi rozczarowanie"*².

W bankowości detalicznej zarządy konkurujących w skali globalnej banków dostrzegły szansę rozwoju odrębnej i opłacalnej strefy aktywności, skierowanej w stronę szerokiej klienteli. Bankowe sieci detaliczne, działające w systemie *on-line*, wykorzystują wielokanałową sieć dystrybucji oraz nowoczesne formy sprzedaży usług, takie jak: promocje, reklamy, aktywne sposoby sprzedaży, doradztwo finansowe i ubezpieczeniowe. Banki te tworzą też istotne ogniwo wspomagające rozwój bankowości internetowej. Najbardziej dynamiczny okres rozwoju sieci placówek detalicznych przypadł na koniec lat 90. ubiegłego wieku. Obecnie widoczna jest tendencja do automatyzacji obsługi klientów i zmniejszania liczby personelu. Zjawiska te mają charakter obiektywny i dotyczą także Polski³.

Kamin przyrównuje obecną ekspansję banków do ekspansji XX-wiecznych restauracji samoobsługowych i nazywa je McBankami. Obiekty te wypierają atrakcyjne lokale, sklepy i kawiarnie z najważniejszych punktów w mieście, nie generując przy tym dochodów podatkowych dla lokalnej społeczności. W Krakowie takim przykładem jest ulica Karmelicka – w samym jej początkowym fragmencie znajduje się już 6 banków detalicznych. Banki te czynne są, z wyjątkiem strefy samoobsługowej, tylko w godzinach urzędowych, natomiast wieczorami i w święta pozostają zamknięte. Ich negatywne oddziaływanie na sąsiednie sklepy jest zauważalne – handlowcy uważają, że woleliby za sąsiada konkurenta niż kolejny punkt bankowy!

Banki wnikają w miasto, wręcz „wgryzają” się w jego tkanę, a stosowane w ich oprawie graficznej agresywne kolory i intensywna reklama wizualna stanowią często dysonans w pejzażu miejskim. Kontrast ten odczuwany jest szczególnie w otoczeniu starej, historycznej zabudowy. Nawet dobrze zaprojektowane punkty bankowe nużą swoją mechaniczną powtarzalnością. Spontaniczna ekspansja zunifikowanych punktów usługowo-handlowych ma negatywny wpływ na środowisko miejskie, zagrażając lokalnej tożsamości. Ulice współczesnych miast przybierają niepokojąco jednolity charakter. Należące do międzynarodowych firm sieciowe sklepy, banki i punkty usługowe powodują, że trudno dziś odróżnić śródmiejską ulicę Nowego Jorku, Warszawy czy Londynu. Świat staje się globalną wioską. Rację ma prof. Jacek Purchla, który wskazuje, że: *„Nowoczesna ochrona dziedzictwa musi w istocie oznaczać mądre zarządzanie potencjałem dziedzictwa i ciągle poszukiwanie kompromisu pomiędzy doktryną konserwatorską a nieuchronną zmianą”*⁴. Dylemat „dziedzictwo czy rozwój” to jeden z najważniejszych problemów zarządzania, przed którym stoją nie tylko służby konserwatorskie, ale i władze publiczne oraz społeczeństwa lokalne.

Innym charakterystycznym zjawiskiem jest los zabytkowych budynków bankowych, które nie spełniają już współczesnych wymagań funkcjonalnych. Budynek banku był często ważnym elementem fizycznej struktury miasta. Długo można by układać listę budynków bankowych, które wniosły istotny wkład do historii architektury. Joseph Oszacki, architekt z centrali Federal Reserve Bank w Nowym Jorku twierdzi, że wzniesienie nowego budynku banku jest dziś tańsze niż renowacja budynku historycznego! Dlatego właśnie amerykański Bank Federalny wznosi obecnie nowe budynki w Houston, Seattle i Kansas City zamiast modernizować istniejące tam swoje stare obiekty⁵. Trudności adaptacyjne mają kilka przyczyn. Ich przebudowa bywa uniemożliwiona przez służby ochrony zabytków – koszty prac remontowych są wyjątkowo wysokie, a terminy realizacji długie. Często też na przeszkodzie w dalszym korzystaniu z budynku bankowego stoi jego tradycyjny wyraz architektoniczny, nieodpowiedni dla otwartych i przyjaznych instytucji usługowych, za jakie chcą uchodzić współczesne banki.

Fakt masowej wyprzedaży budynków bankowych nie jest niczym nowym, szczególnie w miastach amerykańskich. Każdy wielki kryzys bankowy skutkował gwałtowną podażą budynków należących do bankrutujących banków. Najtrudniejsze w sprzedaży okazały się budynki wzniesione w klasycznym stylu greckim – *Greek Revival*. Mówiono wtedy, że łatwiej sprzedać *bank, który nie wygląda na bank*, a więc taki, który łatwiej jest zamienić na sklep czy biuro⁶. To zjawisko jest charakterystyczne także dla współczesności. Bankierzy wolą obecnie, aby banki były raczej przejrzystymi pojemnikami niż budynkami o określonej stylistyce i formie.

Zabytkowe banki są wystawiane na sprzedaż i zyskują z czasem nowe funkcje – są zamieniane na sklepy, kawiarnie, restauracje czy muzea. Co ciekawe, przemiany w bankowości są tak szybkie, że sprzedawane są nawet stosunkowo nowe budynki. Spektakularnym, wręcz szokującym przykładem jest los słynnego budynku BRE Banku w Bydgoszczy, autorstwa spółki Bulanda, Hyc, Łaguna, Mucha. Budynek ten, uznany za ikonę polskiej architektury współczesnej, w roku ubiegłym został wystawiony na sprzedaż!

Blair Kamin winą za ten stan obarcza rozwój bankowych sieci detalicznych, których ekspansja sprawia, że banki nie są już zainteresowane dalszym utrzymywaniem dużych budynków historycznych, często będących architektonicznym wyznacznikiem centrum danej miejscowości i punktem identyfikacji przestrzennej dla jej mieszkańców. Podaje przykład XIX-wiecznego banku na przedmieściach Chicago, w Berwyn, który stoi zaniedbany i pusty, pomimo dumnej maksymy wyrytej na jego ścianach: *Security, Strength, Stability*⁷, czekając na chętnego, który przywróci jego utraconą świetność. Kamin zauważa przy tym ze smutkiem: „*Bank w Berwyn symbolizuje jak krucha i ulotna jest architektoniczna trwałość – w jaki sposób ekonomiczny darwinizm gospodarki rynkowej sieje spustoszenie wśród zabytkowych banków, bez względu na treść słów wyrytych na ich murach*”⁸.

Wielki kryzys finansowy w latach trzydziestych XX wieku spowodował, że setki tysięcy ludzi, którzy utracili swoje oszczędności, skierowało swój żal i rozpacz w stronę banków i bankierów. To oni byli uważani za głównych sprawców kryzysu, ich obarczono winą za powszechne bankructwo i biedę. Nastąpiły lata wielkiej depresji i II wojny światowej. W tym czasie dokonała się zasadnicza zmiana filozofii banków, która została odzwierciedlona także poprzez metamorfozę wyrazu i formy architektury bankowej. Miesięcznik *Architectural Forum* tak owe zmiany podsumował w 1953 roku: „*Banki dotąd oferowały bezpieczeństwo. Lecz obecnie, odkąd depozyty są ubezpieczone przez państwo, oferują usługi. Współczesny bankier jest nowym gatunkiem agresywnego handlowca, który zastąpił sztywnych starych bankierów, i stara zwabić się każdego przechodnia, oferując mu książeczkę czekową*”⁹. W rezultacie bank stał się instytucją oferującą usługi finansowe, oddziały bankowe zaczęły przypominać sklepy.

Obiekty sieci detalicznych bardzo rzadko posiadają jakiegokolwiek cechy architektury. Najczęściej są to przypadkowe, acz dobrze zlokalizowane lokale, wyposażone w standardowe meble i wystrój graficzny podporządkowany zasadom *corporate identity*¹⁰. Bankowość to przede wszystkim usługa, a dzisiejsza kultura biznesu przywiązuje coraz większą wagę do graficznego opracowania oprawy i zapewnienia integralności danej instytucji. Spójny i indywidualny wygląd placówek banku ma strategiczne znaczenie dla obrazu banku. Kreuje on wśród klientów przeświadczenie o jego sprawności i jakości organizacyjnej. Pochodną tej strategii jest bezwzględna uniformizacja wyglądu placówek banku. Ich oprawa architektoniczna w coraz większym stopniu przynależy do zbioru obiektów technologicznych, takich jak telefon, samochód, stacja benzynowa czy lotnisko, a w coraz mniejszym stopniu łączy się z tradycją lokalną i kontekstem miejsca.

Skrajną formą sieci detalicznych są stoiska bankowe, montowane na wewnętrznych ulicach dworców, hipermarketów i galerii handlowych. Te miniaturowe punkty usługowe upodobniły się tym samym do straganów *trapezitai* i *argentari* antycznych bankierów, którzy prowadzili swoje interesy na forum bądź na ulicach greckich i rzymskich miast. Historia zatoczyła tu krąg, a jednak – paradoksalnie – być

może to właśnie bank jest tą instytucją, która w dzisiejszym świecie przeobraziła się najbardziej i to nie tylko w sensie organizacyjnym, lecz również poprzez przekształcenie swojego wizerunku i wyrazu architektonicznego.

W dzisiejszej globalnej gospodarce banki są instytucjami posiadającymi wysoki potencjał finansowy. Prognozując przyszłość architektury bankowej, Michele de Lucchi zadaje pytanie, czy banki wykażą się wizją, i czy potrafią wykorzystać pozycję i środki jakimi dysponują, aby przeznaczyć część z nich na pomnożenie dóbr kultury materialnej. Pyta także, gdzie leży granica pomiędzy sprawnością ekonomiczną a zdolnością do tworzenia dobra publicznego¹¹? Niestety współczesne banki wydają się zapominać, że inwestowanie w architekturę i sztukę, przynosi długofalowe zyski. Wydaje się, że tradycyjne wartości nie są już w cenie. Zbyt często przeważa doraźny rachunek ekonomiczny i dążenie do maksymalizacji zysku.

Codziennością w pejzażu współczesnych miast jest ciągły ruch, brzydota i chaos. Rem Koolhaas określa to zjawisko jako *junk space*¹². Girardo zwraca uwagę na „odrażający wizerunek tego co można jedynie zakwalifikować jako przyszłe miasta z dużo mniejszymi aspiracjami do demokracji: miejsca o daleko posuniętej segregacji przestrzeni, wysoce kontrolowane, z niepowstrzymaną destrukcją krajobrazu, większą polaryzacją dochodów i koncentracją władzy w rękach anonimowych instytucji finansowych oraz architekturą, która wyraża tę władzę bezpośrednio i zwykle także bez wyobraźni”¹³. Fakt kurczenia się współczesnego świata i uniformizacji pejzażu miast dostrzegają wszyscy badacze współczesności. „Świat jest płaski” stwierdza Thomas L. Friedman, konstatując ze zdumieniem, że nie jest w stanie rozróżnić pejzażu miasta Banglades w Indiach od amerykańskiego Kansas City¹⁴. Także Ewa Rewers dostrzega procesy przekształcania się trójwymiarowej przestrzeni miejskiej w „płaską przestrzeń”, w której trwa „wyścig pomiędzy rzeczami a obrazami”, gdzie zjawiska ciągłego namnażania, ruchu, przepływów i niekontrolowanych zdarzeń destabilizują przestrzeń miejską i podważają tradycyjne pojęcia stabilności i trwałości¹⁵. W tak zarysowanym obrazie nowego elektropolis punkty banków detalicznych można postrzegać jako węzły w sieci przepływu pieniędzy, swoiste „okna” umożliwiające klientom ciągły do nich dostęp.

Ryszard Kapuściński zauważył, że „przyjeliśmy mierzyć postęp jedynie rzeczami, dobrami materialnymi, wyłączając całą sferę etyczną i duchową”¹⁶. Jako klienci banków uświadamiamy sobie, że standaryzacja wystroju placówek bankowych jest być może konieczną ceną, jaką płacimy za dostępność i jakość ich usług, jednak jako architekci obserwujemy z zalem, że przykład sieci McDonalds wyznaczył kierunek rozwoju i model estetyczny dla wszystkich powstających obecnie placówek usługowych i handlowych¹⁷ prowadzący do homogenizacji krajobrazu współczesnych miast.

Dawne budynki bankowe dają świadectwo czasom, w których architektura reprezentowała powszechnie zrozumiałe i akceptowane wartości. Współczesna, sieciowa architektura bankowa obrazuje stan ducha społeczeństwa egalitarnego, którego dążeniem i celem jest sprawna konsumpcja dóbr materialnych.

Przypisy

- ¹ D. Ghirardo, *Architektura po modernizmie*, Wyd. VIA, Warszawa 1999, s. 176.
- ² B. Kamin, *Once grand, now bland*, Chicago Tribune, 23 luty 2005.
- ³ W latach 2000–2004 dziesięć największych banków detalicznych w Polsce prowadziło łącznie ponad 4000 punktów i oddziałów detalicznych, w 2005 roku inne banki ogłosiły zamiar uruchomienia kolejnych 265 placówek, [za:] J. Harasim, *Bankowość detaliczna w Polsce*, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2005, s. 96-97.
- ⁴ J. Purchla, *Dziedzictwo a transformacja*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków 2005, s. 22, 23.
- ⁵ Wywiad internetowy z J. Oszaćkim, 7 luty 2006.
- ⁶ B. Kamin, *The new McBanks. Devaluing design*, Chicago Tribune, 24 luty 2005, s. 308.

- ⁷ Bezpieczeństwo, Siła, Pewność.
- ⁸ B. Kamin, *The new McBanks*; *op. cit.*
- ⁹ *Showcase Bank Holds a Preview*, New York Times, September 9, 1954, [za:] Ch. Belfoure, *Monuments to Money*, Jefferson 2005, s. 250.
- ¹⁰ *Corporate identity* – wizualne odwzorowanie organizacji [firmy], składające się zarówno ze znaków, symboli graficznych, kolorów, czcionki itp., jak i norm, filozofii i sposobów komunikowania się. Na podstawie: www/en.wikipedia.org/wiki/corporate_identity.
- ¹¹ M. De Lucchi, *The Bank*, [w:] *The Bank. Three architectural concept for the future*, Olivetti 1994, s. 24-25.
- ¹² R. Koolhaas, *Content. Triumph of Realization*, Taschen, Köln 2004, s. 162-171.
- ¹³ D. Ghirardo, *op. cit.*, s. 228.
- ¹⁴ T.L. Friedman, *Świat jest płaski. Krótka historia XXI wieku*, Rebis, Poznań 2006, s. 13.
- ¹⁵ E. Rewers, *Post-polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Universitas, Kraków, 2005, s. 106-118.
- ¹⁶ R. Kapuściński, *Lapidarium V*, Czytelnik, 2002, s. 17.
- ¹⁷ O rozlicznych aspektach upowszechnienia się – w skali światowej – ekonomicznych, organizacyjnych i kulturowych wzorców wprowadzonych przez sieć restauracji McDonald's pisze G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa.

Diane Ghirardo compares the wave of investment projects triggered by the globalization processes to a cataclysm¹. The side effects of the ongoing, rapid urbanization are frequently termed as a space pollution, spam, or McArchitecture. In banking, the most visible process is the expansion of retail network outlets. Blair Kamin, an American architecture critic, wrote: "*Around Chicago and the nation, branch banks are popping up like mushrooms – or more accurately – multiplying like cockroaches. Defying predictions made in the 1990s, when online banking boomed and banks trimmed spending on bricks and mortar, face-to-face banking is back. But its architecture, on the whole, is disappointingly faceless*"².

Kamin compares the recent expansion of retail banks to the surge of fast food outlets, aptly calling them the McBanks. Once they come into the neighborhood, they push off from the main points bustling shops and cafes. What is even worse, they do not generate any tax revenue for the local community. Their adverse impact on the neighboring commercial outlets is apparent, hence the merchants would rather have the competitor than another retail bank as a neighbor. Banks make inroads into the city, and their vivid colors and gaudy visual elements clash with the adjacent, quite often sophisticated shop windows of up-market shops. That contrast is especially apparent in an old, historic development. Even well designed banking branches annoy with their repetitive, generic fronts!

Spontaneous expansion of service and commercial outlets exerts a negative impact on urban landscape, and poses a threat to the local identity. Chain outlets of international stores, banks, and services make it hard to distinguish a New York street from that in Warszawa or London. The world is becoming a global village. Professor Jacek Purchla is right in saying, "*Essentially, modern protection of our heritage must entail wise management of that heritage potential, and continual seeking a compromise between the restoration doctrine and an inevitable change*"³.

Another quite characteristic dilemma is the fate of historical banking edifices that do not comply with modern by-laws. Joseph Oszacki, architect from the New York Federal Reserve Bank maintains that today building a bank from scratch is cheaper than restoration of a historical building, and for that reason FRB raises new facilities in Houston, Seattle and Kansas City instead of launching restoration projects⁴. There are a few reasons that make such refurbishment difficult. Firstly, historical buildings are often listed as protected by the law, and rebuilding them is prohibited by city curators. Refurbishment is not only

very costly, but also time consuming. Quite often the traditional, imposing character of an old building contradicts the openness and customer friendliness that modern banking facilities are striving to project.

Numerous cases of putting former bank buildings on the property market are common, especially in American cities. Each major crisis, boosted the supply of ex-bank buildings. The *Greek Revival* style buildings proved most difficult to sell. The slogan of the day was that *in bankruptcy it is easier to sell a bank that does not look like a bank*⁵; in plain words, it might be easier to convert it into a store or an office. This also holds true for our times. The modern bankers prefer their facilities to be generic containers, rather than buildings with a strongly defined style and form.

Blair Kamin blames the growing network of retail banks for the banks' reluctance to maintain large historical edifices. A sad indication of this is the 19th century desolate bank standing in Berwyn, a Chicago suburb, which seems to defy a proud inscription "Security, strength, stability" written on its limestone walls. Kamin sadly concedes, "*The Berwyn Bank symbolizes just how fleeting architectural permanence can be – and how the economic Darwinism of the marketplace can play havoc with historic banks, no matter what the reassuring words on their walls*"⁶.

The Great Depression of the 1930s made thousands of people, deprived of all their savings, turn with wrath against banks and bankers. They were blamed for the general poverty. The years of the Depression and World War II that followed turned around the philosophy of banking. The most visible sign of that change was new form of banking architecture. *The Architectural Forum* monthly put it succinctly in 1953 issue, "*Banks used to sell security. But now, with their deposits federally insured, they are selling service. Today bankers are an aggressive new breed of financial merchandisers, replacing the stiff old banking types of yesteryear, and they are out to lure every passing pedestrian into opening a special checking account*"⁷. As a result, a bank became an institution offering financial services, banking branches began to remind us of stores.

Most often they are accidental, yet strategically located facilities furnished with standard furniture, their interior design conforming to corporate identity principles. Contemporary banking spells service, and business culture promotes graphic interior design and integrity of institutions. Consistent and unique appearance of banking outlets, is of strategic importance for the bank's image. The resultant derivative of such strategy is absolute uniformity of branch banks' appearance, irrespective of their architectural and town planning context.

An extreme element of retail banking are the stalls set up within indoor passages of train terminals, hypermarkets and commercial galleries. Those tiny service outlets are similar to the stalls of *trapezitai* or *argentari*, the ancient bankers dealing in forums or streets of Greek and Roman towns. History has taken a full turn; but paradoxically, banks are the institution that has undergone the farthest transformation, not just of its organization, but also of its image and architectural shell.

In the global economy of today's world banks are institutions provided with considerable assets. In his forecast of banks' architecture Michele de Luchhi asks whether banks have the necessary insight, and whether they can seize the opportunity and employ the resources they have, allocating a part thereof to enrich the wealth of cultural artifacts. He also inquires about the borderline between economic efficiency and aptitude for creating public good⁸. Regrettably, contemporary banks seem to forget about the fact that investment in architecture and art brings long term returns. It seems that traditional values are not cherished any more, and that cost-calculus and profits are all that matters.

Continuous traffic, unsightliness and chaos are commonplace of contemporary cities. Rem Koolhaas calls it *junk space*⁹. Girardo points to "*a repulsive image of an entity that might be just called a city of the future with much lower aspirations to democracy; places with a far-reaching segregation of space, strictly controlled, with unstoppable destruction of landscape, larger polarity of incomes and concentration of power in the hands of anonymous financial institutions whose architecture directly embodies that power, and also devoid of imagination*"¹⁰. All contemporary thinkers perceive the fact that the world is shrinking, and the cityscape is becoming more and more uniform. *The world is flat*, says Thomas Fried-

man, when he cannot see any difference between Bangladur in India and American Kansas City¹¹. Also Ewa Rewers is aware of the process of transforming three-dimensional urban space into a *flat space* that has become the stage of a *race between objects and images*, where continual multiplication, movement, flows and random events destabilize urban space and impair traditional concepts of stability and strength¹². Within such representation of a new *electropolis* retail banking outlets may be perceived as nodes of money flow networks, symbolic windows allowing their clients continuous access to their money.

Ryszard Kapuściński once noted, "(...) *we started to measure progress with goods, material possessions, discarding all ethical and spiritual sphere*"¹³. As customers of banks we realize that standardization of their decor and architecture may be the necessary price to pay for easy access and quality of service. Yet, it saddens us, the architects, to see McDonalds become a trendsetter and aesthetic benchmark for all newly established commercial and service outlets¹⁴.

Historical banking buildings are testimony to the times when architecture stood for commonly understood and accepted values. Contemporary architecture of retail network outlets reflects the spirit of egalitarian and consumption-oriented society.

Endnotes

- ¹ D. Ghirardo, *Architecture after Modernism*, London 1996 (pol: *Architektura po modernizmie*), Warszawa 1999, p. 176.
- ² B. Kamin, *Once grand, now bland*, Chicago Tribune, February 23, 2005.
- ³ J. Purchla, *Dziedzictwo a transformacja*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków 2005, p. 22, 23.
- ⁴ Internet interview with J. Oszacki, 7 luty 2006.
- ⁵ B. Kamin, *op. cit.*, p. 308.
- ⁶ B. Kamin, *The new McBanks; devaluing design*, Chicago Tribune, February 24, 2005.
- ⁷ *Showcase Bank Holds a Preview*, New York Times, September 9, 1954, [by:] Ch. Belfoure, *Monuments to Money*, Jefferson 2005, p. 250.
- ⁸ M. De Lucchi, *The Bank*, [in:] *The Bank. Three architectural concept for the future*, Olivetti 1994, p. 24-25.
- ⁹ R. Koolhaas, *Content. Triumph of Realization*, Taschen, Köln 2004, p. 162-171.
- ¹⁰ D. Ghirardo, *op. cit.*, p. 228.
- ¹¹ T.L. Friedman, *The World is Flat, 2006* (pol.: *Świat jest płaski. Krótka historia XXI wieku*), Rebis, Poznań 2006, p. 13.
- ¹² E. Rewers, *Post-Polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Universitas, Kraków 2005, p. 106-118.
- ¹³ R. Kapuściński, *Lapidarium V*, Czytelnik, 2002, p. 17.
- ¹⁴ G. Ritzer, *The McDonaldisation of Society* (pol. *Makdonaldyzacja społeczeństwa*), Warszawa 2005.