

Dagmara KOCIUBA
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

GRA O PRZESTRZEŃ PUBLICZNĄ MIAST

GAME FOR URBAN PUBLIC SPACE

ABSTRACT: Public space has been considered as “state”, i.e. “no-one’s” until recently, but it has become more and more important during the transition. Public space transformed to an arena where different types of “players” are encountering each other. In the battle for public space there are visible interests of inter alia self-governments, private investors and city dwellers. Investments in public space causes that it is changing dynamically. Who makes the final decision on the outlook and performance of and functions carried out by public spaces? Is it always in accordance with expectations of users? There are definitions of public space and the concept of semipublic space presented in the first part of the paper. In the second part there is focus on main “players” for public space. Their motives as well as preferences in space management are presented. Finally, some examples of changes in urban public spaces are discussed which are often an effect of a game of interests.

KEY WORDS: urban public space, changes in urban public spaces, users of public space

Wstęp

Przestrzeń publiczna leży w zasięgu zainteresowań kilku dyscyplin naukowych, między innymi geografii, socjologii, urbanistyki, historii i ekonomii. Każda z nich analizuje różne aspekty tego zjawiska (Ślōdczyk 2001, Maik 2011). Istnieje także wiele definicji przestrzeni publicznej, najczęściej odwołujących się do interakcji międzyludzkich lub szerzej grup społecznych, zaś przestrzeń publiczna rozpatrywana jest w kontekście domeny publicznej, sfery publicznej, ogólnej dostępności, określonej tożsamości kulturowej, a także bezpieczeństwa.

P. Lorens na podstawie przeprowadzonego przeglądu pojęć dochodzi do wniosku, że możliwe jest opisanie cech przestrzeni publicznej w kategoriach społecznych, własnościowych i formalnych. Na tej podstawie definiuje przestrzeń publiczną jako „ten fragment przestrzeni miejskiej, który – poprzez sposób swojego urzãdzenia oraz lokalizację w strukturze urbanistycznej – jest prze-

znaczony na potrzeby realizacji bezpośrednich kontaktów pomiędzy uczestnikami życia społecznego oraz inne potrzeby społeczne korzystających z niego zbiorowości, pozostając jednocześnie fizycznie dostępny dla wszystkich zainteresowanych osób. Fizyczna dostępność przestrzeni może być ograniczana czasowo z uwagi na kwestie bezpieczeństwa bądź sposób organizacji jej wykorzystania” (Lorens 2010, s. 10).

J.J. Parysek definiuje przestrzeń publiczną jako „obszar miasta (choć nie tylko miasta), który jest: 1) dostępny dla wszystkich, bez względu na płeć, wiek, rasę, narodowość, wyznanie, poglądy polityczne, status społeczny itp.; 2) otwarty, tj. niekubaturowy i dostępny o każdej porze lub w wyznaczonych porach (np. otwarcie zamykanych parków, nabrzeży itp.); 3) uważany za wspólne dobro, czyli wspólną «własność» mieszkańców miasta; 4) zbiorowo użytkowany (kolektywnie konsumowany); 5) utrzymany w odpowiednim stanie, aby spełniał swoje funkcje i był miejscem gromadzenia się ludności i spędzania czasu” (Parysek 2011, s. 53).

Jeszcze inne cechy przestrzeni publicznej podkreśla definicja pochodząca z Ustawy z 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. z 2003, nr 80, poz. 717 z późn. zm.), według której przestrzeń publiczna to „obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokajania potrzeb mieszkańców, poprawy ich jakości życia i sprzyjający nawiązywaniu kontaktów społecznych ze względu na jego położenie i cechy funkcjonalno-przestrzenne określony w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy”.

Jeżeli przy definiowaniu przestrzeni publicznych nie napotykamy zazwyczaj na problemy, to już rozgraniczenie tego co „publiczne” i „prywatne” w odniesieniu do przestrzeni budzi wiele dyskusji. Odwołując się do definicji słownikowej „publiczny” określić można jako „dotyczący ogółu ludzi, służący ogółowi, przeznaczony i dostępny dla wszystkich”, zaś „prywatny” to: „dotyczący kogoś osobiście, czyichś spraw osobistych, stanowiący czyjąś osobistą własność; nie związany z żadną instytucją itp.; osobisty, niepaństwowy, nieurzędowy” (*Słownik języka polskiego...* 1988). Dzieje się tak dlatego, że tradycyjne przestrzenie publiczne bywają współcześnie zastępowane ich namiastkami – określanymi jako prywatne przestrzenie konsumpcji (Bauman 2000), przestrzenie prywatne udostępniane publicznie (do grupy tej należą między innymi centra handlowe, supermarkety, centra rozrywki) (Chmielewski 2004) lub przestrzeń semi-publiczna, tj. dostępna pod pewnymi warunkami (zalicza się tu m.in. czas dostępu, przynależność do określonej grupy osób, wykupienie biletu wstępu) określonymi przez właściciela lub dysponenta (oprócz wyżej wymienionych są to muzea, teatry, kina, biblioteki, dworce, kościoły, szkoły, wyższe uczelnie itp.) (Parysek 2011).

Podsumowując, należy podkreślić, że współcześnie nie możemy zamykać się w sztywnych słownikowych podziałach, co znajduje odzwierciedlenie w Karcie Przestrzeni Publicznej przyjętej na Kongresie Urbanistów Polskich w 2009 r.,

która definiuje przestrzeń publiczną jako „szczególną przestrzeń wspólnie użytkowaną, która jest wytworem cywilizacji niezależnie od formy własności, a o publicznym charakterze decyduje sposób jej użytkowania”.

Cel pracy

Przestrzeń publiczna, zwłaszcza w okresie transformacji ustrojowej, stała się areną starć pomiędzy różnego rodzaju „graczami”. Wynikiem tych walk są nowe inwestycje, które sprawiają, że przestrzeń publiczną miast podlega dynamicznym przemianom fizjonomicznym i funkcjonalno-przestrzennym.

W dalszej części pracy skupiono się na omówieniu głównych „graczy” o przestrzeń publiczną polskich miast. Pod uwagę wzięto te podmioty, które z punktu widzenia przepisów prawa i posiadanych/pozyskanych środków finansowych mają największy wpływ na kreowanie przestrzeni publicznych, tj.: władze samorządowe, inwestorów prywatnych i mieszkańców. Analizie poddano również tereny uczelni wyższych, które w ostatnich czasach pozyskały ogromne środki na rozbudowę/budowę kampusów stanowiących, ze względu na swój obszar i pełnione funkcje, ważny element przestrzeni publicznej zwłaszcza dużych miast. W szczególności przedstawiono motywy działania poszczególnych „graczy” oraz ich preferencje w gospodarowaniu przestrzenią, a także ukazano przykłady przemian przestrzeni publicznej miast będące często wynikiem gry interesów. Dokonano także próby odpowiedzi na pytania: Jakie zachowania dominują w działaniach „graczy”? Kto ostatecznie decyduje o wyglądzie przestrzeni publicznych i funkcjach, jakie one pełnią? Czy zawsze są one zgodne z oczekiwaniami odbiorców? Jakie kierunki zmian zagospodarowania przestrzeni publicznych są obecnie najczęściej obserwowane?

Gracze o przestrzeń publiczną

Przestrzeń publiczna jest areną starć pomiędzy różnego rodzaju „graczami”, a wynikiem tych „walk” są zachodzące w niej przemiany. W walce o przestrzeń publiczną ścierają się interesy między innymi władz samorządowych, prywatnych inwestorów, mieszkańców, uczelni wyższych. Każdy z tych „graczy” kieruje się innymi przesłankami, ma inne preferencje oraz dysponuje różnymi funduszami.

Władze samorządowe

Władze samorządowe mają ogromny wpływ na kreowanie nie tylko wyglądu, ale i sposobu użytkowania przestrzeni publicznych, jednakże jako „gracz” o notorycznie „napiętym budżecie” w inwestowaniu kierują się głównie:

- niskimi kosztami wykonania inwestycji (wyjątek stanowią te współfinansowane ze środków unijnych);
- łatwością i szybkością wykonania przedsięwzięcia;
- niskimi kosztami eksploatacji nowej i już istniejącej przestrzeni publicznej.

Równie ważne dla władz jest także unikanie konfliktów w zagospodarowaniu przestrzeni publicznych z pozostałymi „graczami”. W swych działaniach kierują się również chęcią uzyskania zysków, choć nie jest to w większości przypadków zasadnicza przesłanka. Istotna jest też możliwość wykorzystania nowych lub zagospodarowanie istniejących przestrzeni publicznych do własnych celów (między innymi organizacji imprez masowych, zarabianie na biletach wstępu). Chociaż w 8 zasadach organizowania i użytkowania przestrzeni publicznych ustalonych w 2009 r. podczas III Kongresu Urbanistyki Polskiej w Poznaniu postuluje się „Kompleksowe planowanie miejscowe oraz projektowanie urbanistyczne przestrzeni publicznych w oparciu o wyniki konkursów urbanistycznych i architektonicznych” (Karta Przestrzeni... 2009), to przy wyborze ostatecznej opcji niejednokrotnie głos decydujący mają urzędnicy, którzy patrzą na przyszłą inwestycję poprzez pryzmat kosztów budowy i utrzymania. Jako przykłady inwestycji, które są efektem wymienionych przesłanek, mogą tu posłużyć rozstrzygnięcie konkursu z 2010 r. na zagospodarowanie pl. Litewskiego w Lublinie (wygrana pracowni SAO Investments), zagospodarowanie dwóch głównych placów Łodzi, tj. pl. Wolności (Nowego Rynku) i Starego Rynku (Wolaniuk, Drozdowska 2011). Przy rozstrzygnięciu konkursów architektonicznych na aranżację tych reprezentacyjnych przestrzeni kierowano się chęcią minimalizacji nie tylko nakładów, ale też i kosztów późniejszej eksploatacji. W rezultacie otrzymano „przestrzenie nieprzyjemne”, które nie przyciągają, nie zachęcają do przebywania i spędzania tam czasu, ale wręcz odpychają swą surowością i brakiem zieleni. W takich przestrzeniach kontakty międzyludzkie ograniczone są do minimum, ale za to koszt ich utrzymania jest niewielki.

Niektóre władze samorządowe z inwestowania w przestrzenie publiczne i kreowania ich atrakcyjnego wizerunku uczyniły bodziec do rozwoju gospodarczego miasta bądź traktują te inwestycje jako wzbogacenie oferty turystycznej. Jest to szczególnie istotne w przypadku budowania marki miasta, które z atrakcyjnych przestrzeni publicznych czyni swój ogromny atut. Jako przykłady można podać przebudowę Opery Leśnej w Sopocie (jednakże sposób jej udostępniania wraz z otaczającym ją parkiem mieszkańcom Trójmiasta pozostawia wiele do życzenia) czy budowę Mariny przy sopockim moło, a także budowę Centrum Nauki Kopernik wraz z Parkiem Odkrywców w Warszawie, rewaloryzację Muzeum na Zamku w Lublinie (w latach 1826–1954 mieściło się tu więzienie).

W końcu władze samorządowe powinny się w swych działaniach w przestrzeniach publicznych kierować poprawą jakości życia mieszkańców, ale

w tym przypadku niekiedy oszczędności biorą górę nad wybudowaniem fontanny, utworzeniem skweru czy zagospodarowaniem terenów nadrzecznych pod bulwar. Jako pozytywne przykłady można podać budowę Malty w Poznaniu, ośrodka wypoczynkowego „Słoneczny Wrotków” nad Zalewem Zemborzycyckim w Lublinie, utworzenie bulwaru na lewym brzegu Wisły w Warszawie od Powiśla do Podzamcza, ożywienie terenów nad Wartą w Poznaniu, wybudowanie nowych przystani nadrzecznych w Sandomierzu i Puławach.

Trzeba jeszcze zaznaczyć, że z punktu widzenia gospodarki miejskiej bardzo istotnym zagadnieniem w kształtowaniu przestrzeni publicznych przez władze samorządowe jest wpisanie danego obszaru jako „przestrzeń publiczna” do studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy. W przypadku wpisania przestrzeni publicznych do studium gmina jest zobowiązana sporządzić dla tego terenu miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego. W przypadku niewpisania w studium danego obszaru jako przestrzeni publicznej unika się kosztów sporządzenia dla tego terenu planu miejscowego. Wiele gmin wybiera takie rozwiązanie (Fogel, Pawlak 2011), co niestety powoduje narastanie chaosu architektonicznego.

Inwestorzy prywatni

Do grupy najważniejszych „graczy” bezpośrednio wpływających na sposób zagospodarowania i fizjonomię przestrzeni publicznych należą inwestorzy prywatni. W swych działaniach kierują się oni różnymi przesłankami. Najważniejszą z nich jest chęć zysku. Przykładami są tu wszelkiego rodzaju obiekty handlowe o zbliżonej architekturze, takie jak wielkopowierzchniowe centra handlowe czy galerie handlowe, które powstały w niemal każdym większym mieście. Część z nich należąca do sieci, np. Centrum Handlowo-Rozrywkowe (nazwa miasta) Plaza, prawie nie różni się architekturą i układem wnętrza. W krajobrazie większych miast wyróżniają się multifunkcjonalne kompleksy handlowo-rozrywkowe (warszawskie: Arkadia, Blue City, wrocławskie: Sky Tower, Magnolia Park, Arkady i Galeria Dominikańska, poznańska Galeria Malta, rzeszowska Galeria Rzeszów, lubelski Olimp), w celu zwiększenia zysków połączone bezpośrednio z dworcami kolejowymi (Złote Tarasy, Galeria Kraków, Poznań City Center). Niejednokrotnie obiekty te wyznaczają nowe standardy przestrzeni publicznych (Makowski 2003), są też postrzegane jako miejsca rekreacji i atrakcje turystyczne (Bosiacki, Rydlewski 2009).

Niektórzy inwestorzy prywatni stawiają na wyróżnienie się poprzez kreowanie, jak to określam, „przestrzeni unikalnych”. Do najbardziej znanych przykładów można tu zaliczyć udane rewitalizacje dawnych obiektów przemysłowych, tj. poznańskiego browaru Ambrosiusa Huggera czy łódzkiego kompleksu zabudowań fabrycznych Izraela Kalmanowicza Poznańskiego. Obec-

nie powstałe na ich terenie Centrum Handlu, Sztuki i Biznesu „Stary Browar” oraz Centrum Manufaktura poprzez swoją unikatowość architektoniczną w skali Polski i Europy oraz sposób organizacji przestrzeni stanowią nie tylko wizytówki miast, ale są także znaczącymi produktami turystycznymi, czego dowodem jest przyznanie Manufakturze Złotego Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej dla najlepszego produktu turystycznego 2010 r. Te „przestrzenie unikalne” są również laureatami nie tylko międzynarodowych konkursów architektonicznych, ale też organizowanych przez stowarzyszenia z branży handlowej, nieruchomości czy marketingu.

Kolejny aspekt stanowi publiczna przestrzeń mieszkaniowa. Jej wartość ma istotne znaczenie dla deweloperów, którzy większe korzyści finansowe czerpią ze sprzedaży mieszkań atrakcyjnych dla klientów, tj. usytuowanych wśród dobrze urządzonej przestrzeni publicznej, z dużą ilością zieleni (Groeger 2011).

Inne działania inwestorów prywatnych w przestrzeniach publicznych służą reklamie firmy (bilboardy, parasole z logo w ogródkach piwnych), budowie marki firmy (rzeźby, fontanny z logo firmy), a także przywiązywaniu odbiorcy/klienta do marki. Przykładem tych ostatnich działań jest np. budowa placu zabaw „Nałęczowianki” w Nałęczowie z doskonale wyeksponowanym logo firmy, które na pewno zauważą i zapamiętają bawiące się tu dzieci.

Ostatnim przykładem przesłanek inwestorów prywatnych w zagospodarowaniu przestrzeni publicznych jest powrót do tradycji, najczęściej handlowych, miejsca. Sztandarową inwestycją jest budowa lubelskiej galerii handlowej Alchemia na terenie placu targowego działającego przez prawie sto lat na tyłach lubelskiego magistratu.

Uczelnie wyższe

Kolejnymi ważnymi „graczami” o przestrzeń publiczną miast są uczelnie wyższe, które w swych działaniach kierują się głównie przyciągnięciem jak największej liczby studentów. Aby to osiągnąć, muszą dysponować oprócz wysoko wykwalifikowanej kadry również atrakcyjnymi przestrzeniami publicznymi. Dlatego też ich preferencje dotyczące inwestycji w przestrzeniach publicznych kampusów sprowadzają się najczęściej do modernizacji i rozbudowy bazy naukowo-dydaktycznej, co ma z jednej strony służyć podniesieniu jakości kształcenia, a z drugiej służyć urozmaiceniu oferty edukacyjnej. Inwestycje w nowe obiekty sportowe i kulturalne mają na celu podniesienie atrakcyjności spędzania czasu wolnego przez studentów. Najlepszym tego przykładem jest Kampus Kortowo UWM. Z innych większych inwestycji można wymienić: Kampus Morasko UAM, Kampus 600-lecia Odnowienia UJ, Bałtycki Kampus UG w Oliwie, Kampus Ochota UW, a także nowe inwestycje w kampusach uczelni wyższych Lublina, Wrocławia, Rzeszowa, Białegostoku, Szczecina.

Inwestycje w obrębie kampusów, z których mogą również korzystać mieszkańcy miast i osoby przyjezdne (między innymi poprzez uczestnictwo w organizowanych przez uczelnie imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach, warsztatach itp.), przyczynia się nie tylko do zmiany wizerunku samego kampusu, ale również przekłada się na wzrost atrakcyjności turystycznej, a czasami nawet inwestycyjnej całego miasta. Wysokie notowania uniwersytetów w rankingach mają wpływ także na przyciąganie nowych inwestorów. Na marginesie należy dodać, że niektóre miasta zaczynają już dostrzegać te trendy i szeroko pojmowaną „akademickość” wpisują do dokumentów strategicznych poziomu lokalnego (patrz: Strategia Rozwoju Lublina 2013).

Mieszkańcy

Jedną z grup biorących udział w walce o przestrzeń publiczną miast są mieszkańcy. Dla tej grupy graczy dostępność i sposób użytkowania przestrzeni publicznych wynikają głównie z potrzeby (kolejność nie wynika z eskalacji potrzeb):

- poprawy jakości życia, np. poprzez korzystanie z oferty placówek kulturalno-oświatowych, hoteli, restauracji;
 - zaznania prestiżu, np. poprzez korzystanie z oferty SPA czy przebywanie lub zakupy w galeriach handlowych, które poprzez swą ofertę i wystrój wewnątrz dają namiastkę luksusu;
 - wypoczynku w otoczeniu zieleni na terenach zadrzewionych, błoniach czy nad rzekami;
 - rekreacji i sportu, niejednokrotnie podyktowanych chęcią poprawy kondycji fizycznej, zarówno na terenach otwartych (jezioro, las, ścieżki rowerowe), jak i w pomieszczeniach zamkniętych (baseny, centra sportowe);
 - utrzymywania i/lub nawiązywania nowych kontaktów interpersonalnych
- miejsca spotkań: place, ulice, restauracje, ostatnio modne centra handlowo-rozrywkowe;
- przemieszczania się – środki transportu, dworce, ulice itp.;
- lub podyktowane jest koniecznością (szkoła, urząd, przychodnia zdrowia, szpital itp.).

Większość mieszkańców miast najczęściej użytkuje miejsca i obiekty powszechnie dostępne i bezpłatne, stąd zdecydowana preferencja terenów otwartych, głównie zielonych, oraz placów i ulic. Dużą popularnością cieszą się zwłaszcza tereny staromiejskie, miejskiej zieleni parkowej czy nadrzeczne (Szymańska 2011). Z obiektów i terenów zamkniętych mieszkańcy wybierają te, które dają poczucie bezpieczeństwa i zaspokajają ich bieżące potrzeby, w tym kontaktów międzyludzkich. Na szczególną uwagę zasługują tu centra handlowe – swoiste „świątynie konsumpcji” (Makowski 2003). Pobyt w nich jest powodo-

wany nie tylko koniecznością dokonania zakupów, ale dla coraz większej liczby osób wizyta w centrum handlowym staje się sposobem spędzania czasu wolnego, najczęściej w gronie rodziny i przyjaciół. Jest to charakterystyczne zwłaszcza dla osób młodych, dobrze wykształconych, o wyższym statusie materialnym (Rochmińska 2011). Doskonale wykorzystują to inwestorzy prywatni, dostosowując wystrój wnętrza (namiastka luksusu), dobór firm (znane marki) i ofertę (nie tylko handlową, ale też rozrywkową i kulturalną) do potrzeb klientów.

Ze względu na powszechną niechęć w inwestowaniu własnych funduszy przez mieszkańców (jednym z niewielu wyjątków jest partycypowanie w kosztach budowy uliczki osiedlowej czy urządzenia skweru lub placu zabaw) grupa ta stanowi raczej użytkowników przestrzeni publicznej niż jej bezpośrednich kreatorów. Jednakże ze względu na liczebność grupy z jej preferencjami muszą się liczyć inwestorzy, przede wszystkim prywatni, stąd ich starania czynione w celu zaspokojenia potrzeb mieszkańców i konieczność takiego kreowania przestrzeni, aby były dla nich atrakcyjne. Dotyczy to nie tylko wspomnianych już centrów handlowych, ale też wyboru miejsca lokalizacji inwestycji mieszkaniowych, z pełnym wyposażeniem w infrastrukturę techniczną i placówki usługowe, usytuowanych w sąsiedztwie dobrze zagospodarowanej zieleni miejskiej (Czochański 2010).

Mieszkańcy poprzez zagwarantowane im ustawowo prawo do konsultacji społecznych mogą też czynnie uczestniczyć w kreowaniu miejskich przestrzeni publicznych na etapie ich planowania, jednakże jako strona, której uwagi nie zawsze są przez władze miejskie uwzględniane. Postulat ten znalazł również oddźwięk w 8 zasadach organizowania i użytkowania przestrzeni publicznych. Zasada 3 postuluje „Społeczną partycypację w tworzeniu narzędzi kształtowania i gospodarowania przestrzenią publiczną, z aktywnym udziałem lokalnych społeczności w procesie sporządzania dokumentów planistycznych” (Karta Przestrzeni... 2009).

Kolejnym zagadnieniem są preferencje użytkowników przestrzeni, co do sposobu jej zagospodarowania. Prezentują je między innymi wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w ramach projektu USER na przełomie maja i czerwca 2013 r. wśród użytkowników jednego z lubelskich placów – pl. J. Kochanowskiego¹. W ramach badania ankietowego zebrano opinie 342 osób; przeważali ludzie młodzi w wieku do 30 lat (85% ankietowanych). Ankietowani najczęściej tylko przez plac przechodzą (50,8%), niektórzy siedzą na ławkach

¹ Jest to niewielki plac położony w śródmieściu Lublina, w jego centrum znajduje się pomnik Jana Kochanowskiego. Plac nie posiada stałych mieszkańców, otoczony jest gmachami użyteczności publicznej, w których mieszczą się Wydział Pedagogiki i Psychologii UMCS oraz Wojewódzka Biblioteka Publiczna im. H. Łopacińskiego, oraz zabudowaniami dawnego XV-wiecznego kościoła i klasztoru brygidek (później wizytek, a obecnie urszulanek) zajmowanego przez Szkołę Podstawową Sióstr Urszulanek i przedszkole nr 4.

(16,1%), 14,6% wykorzystuje plac jako miejsce spotkań, a tylko 6% umawia się tu ze znajomymi, chociaż plac z pomnikiem położony w centrum miasta jest generalnie predysponowany jako miejsce spotkań, zwłaszcza młodych ludzi. Wśród preferencji użytkowników placu na plan pierwszy wysuwa się brak zieleni, a zwłaszcza kwiatów (25,3%), ławek (20,9%) oraz fontanny (20,3%). Większość ankietowanych chciałaby, aby w przyszłości plac był miejscem spotkań studentów (28,9%), 25,9% wskazało plac jako miejsce wystaw sezonowych, a po około 20% jako miejsce spotkań mieszkańców oraz imprez kulturalnych. Zmiany w sposobie zagospodarowania, na które wskazują wyniki ankiety, mogą wpłynąć na uatrakcyjnienie tego terenu i w rezultacie mieszkańcy Lublina i osoby odwiedzające miasto chętniej będą na placu Kochanowskiego umawiać się, spotykać czy odpoczywać. Otwarte pozostaje pytanie, czy w budżecie miasta znajdują się pieniądze na kwiaty, ławki, fontannę, małą architekturę i ich późniejsze utrzymanie.

Wnioski

„Gracze” o przestrzeń publiczną miast odciskają w niej swoje piętno. Dotyczy to nie tylko fizjonomii i krajobrazu miasta, ale ma także wpływ na sferę publiczną i gospodarkę miast. Z jednej strony obserwuje się proces „kurczenia” przestrzeni publicznych oraz, co jest wynikiem tego, nadmierne „obciążenie” tych pozostałych w użytkowaniu, co niejednokrotnie powoduje pogorszenie ich jakości (Webster 2007), a z drugiej coraz więcej jest przestrzeni semipublicznych, które stają się coraz bardziej atrakcyjne nie tylko dla mieszkańców miast, ale także dla przyjezdnych.

W działaniach „graczy” o przestrzeń publiczną obserwuje się następujące zachowania:

- Chęć maksymalizacji zysków - najbardziej czytelna w przypadku inwestorów prywatnych, w mniejszym stopniu władz samorządowych.
- W procesie inwestycyjnym największe nakłady ponoszone są w początkowej fazie inwestycji, na etapie użytkowania dąży się do minimalizacji kosztów, co jest charakterystyczne zarówno dla inwestycji władz samorządowych, jak i inwestorów prywatnych.
- Poprawa komfortu życia poprzez dostosowanie przestrzeni dla potrzeb rekreacyjno-wypoczynkowych (wprowadzenie zieleni, budowa placów zabaw dla dzieci), realizowane najczęściej przez władze samorządowe w odpowiedzi na potrzeby mieszkańców.
- Budowa prestiżu, zapewnienie możliwości realizacji potrzeb - od tych podstawowych do luksusowych - charakteryzujące działania inwestorów prywatnych, którzy chcą uatrakcyjnić przestrzeń pod kątem przyciągnięcia mieszkańców.

- Tworzenie „przestrzeni unikalnych” charakterystyczne zwłaszcza dla inwestorów prywatnych, rzadziej władz samorządowych.

- Realizacja potrzeby kontaktów interpersonalnych mieszkańców, często w przestrzeniach semipublicznych.

- Budowanie marki miasta bazujące na istniejących przestrzeniach (zabytki) lub wprowadzanie nowych, unikalnych elementów przez władze samorządowe.

W zagospodarowaniu przestrzeni publicznych obserwuje się trzy trendy wiążące się często ze zmianą funkcji (nierzadko również fizjonomii):

a) powrót do dawniej pełnionych funkcji (Alchemia w Lublinie);

b) dążenie do uatrakcyjnienia przestrzeni:

- bez zmiany funkcji (kampusy uczelni wyższych)

- ze zmianą funkcji (Stary Browar, Manufaktura);

c) pojawienie się nowych funkcji związanych ze zmianą potrzeb użytkowników przestrzeni: Muzeum na Zamku w Lublinie; browar Huggera – Centrum Handlu, Sztuki i Biznesu „Stary Browar”, Centrum Nauki Kopernik.

Bibliografia

Bauman Z., 2000, *Globalizacja*, PIW, Warszawa.

Bosiacki S., Rydlewski P., 2009, *Wielkomięskie centra i galerie handlowe, jako miejsca rekreacji i atrakcje turystyczne*, Wyższa Szkoła Handlu i Usług, Poznań, s. 35–45.

Chmielewski J.M., 2004, *Rola miejskich przestrzeni publicznych*, „Urbanista” 4, s. 12–15.

Czochański J., 2010, *Zachowanie i kształtowanie terenów zielonych na obszarze wielkich miast jako stymulantów rozwoju i jakości życia*, [w:] *Wybrane zagadnienia przestrzeni publicznej*, red. P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczak, Urbanista, Gdańsk, s. 128–147.

Fogel P., Pawlak K., 2011, *Przestrzeń publiczna miast w dokumentach planistycznych*, [w:] *Przestrzeń publiczna miast*, red. I. Jażdżewska, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 35–49.

Groeger L., 2011, *Przestrzeń publiczna generatorem atrakcyjności przestrzeni mieszkaniowej osiedli mieszkaniowych*, [w:] *Przestrzeń publiczna miast*, red. I. Jażdżewska, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 217–230.

Karta Przestrzeni Publicznej, 2009, III Kongres Urbanistyki Polskiej, Poznań.

Lorens P., 2010, *Definiowanie współczesnej przestrzeni publicznej*, [w:] *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, red. P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczak, Urbanista, Gdańsk, s. 6–20.

Maik W., 2011, *Przestrzeń publiczna w mieście: pojęcia, ujęcia badawcze, funkcje i ewolucja zjawiska*, [w:] *Przestrzeń publiczna miast*, red. I. Jażdżewska, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 9–14.

Makowski G., 2003, *Świątynia konsumpcji. Geneza i społeczne znaczenie centrum handlowego*, Trio, Warszawa.

Parysek J.J., 2011, *University of British Columbia w Vancouver (Kanada) jako przestrzeń publiczna szczególnego rodzaju*, [w:] *Przestrzeń publiczna miast*, red. I. Jażdżewska, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 51–67.

Rochmińska A., 2011, *Centra handlowe – miejsca spędzania czasu wolnego przez łodzian*, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 207–217.

Ślodeczyk J., 2001, *Przestrzeń miasta i jej przeobrażenia*, Wydawnictwo UO, Opole.

Słownik języka polskiego, 1988, red. M. Szymczak, PWN, Warszawa.

Strategia Rozwoju Lublina na lata 2013–2020. Załącznik nr 2 do Uchwały nr 693/XXVIII/2013 Rady Miasta Lublin z dnia 28 lutego 2013 r.

Szymańska W., 2011, *Percepcja i użytkowanie przestrzeni publicznej w średnim mieście*, [w:] *Człowiek w przestrzeni publicznej miasta*, red. I. Jażdżewska, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 179–190.

- Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. 2003, nr 80, poz. 717 z późn. zm.).
- Webster C., 2007, *Property, right, public space and urban design*, „Town Planning Review” 78(1), s. 81-101.
- Wolaniuk A., Drozdowska M., 2011, *Przestrzeń publiczna. Przykład centrum Łodzi*, [w:] *Człowiek w przestrzeni publicznej miast*, red. I. Jażdżewska, Wydawnictwo UŁ, Łódź, s. 213-230.

GRA O PRZESTRZEŃ PUBLICZNĄ MIAST

ABSTRAKT: Przestrzeń publiczna do niedawna traktowana jako „państwowa”, tzn. dla większości „niczyja”, w okresie przemian ustrojowych nabrała istotnego znaczenia. Stała się areną starć pomiędzy różnego rodzaju „graczami”. W walce o przestrzeń publiczną ścierają się interesy między innymi władz samorządowych, prywatnych inwestorów i mieszkańców. Inwestycje w przestrzeni publicznej sprawiają, że w ciągu ostatnich lat podlega ona dynamicznym przemianom. Kto ostatecznie decyduje o wyglądzie przestrzeni publicznych i funkcjach, jakie one pełnią? Czy zawsze są one zgodne z oczekiwaniami odbiorców? W pierwszej części opracowania przytoczono definicje przestrzeni publicznej oraz omówiono problematykę przestrzeni semipublicznych. W drugiej części pracy skupiono się na omówieniu głównych „graczy” o przestrzeń publiczną miast, przedstawiono motywy ich działania oraz preferencje w gospodarowaniu przestrzenią, a także przedstawiono przykłady przemian przestrzeni publicznej miast będące często wynikiem gry interesów.

SŁOWA KLUCZOWE: przestrzeń publiczna miast, przemiany przestrzeni publicznych, użytkownicy przestrzeni publicznej

