

6

PRZESTRZEŃ MIEJSKA I JEJ PRZEMIANY W KONCEPCJACH SOCJOLOGICZNYCH¹

Joanna Zuzanna Popławska

Wprowadzenie

Pojęcie przestrzeni można rozumieć na wiele sposobów, zależnie od reprezentowanej dziedziny naukowej. Można ją definiować w kategoriach abstrakcyjnych, takim ujęciem jest przestrzeń matematyczna, ale można także przedstawiać jako właściwość materii, czyli np. przestrzeń fizyczną lub jako środowisko naturalne, czyli przestrzeń geograficzną, przyrodniczą. Socjologowie traktują przestrzeń jako wytwór jednostek, grup i zbiorowości ludzkich, twór o cechach kulturowych i społecznych². Tak rozumiana przestrzeń nie jest bierną i neutralną formą geometryczną ani tworem natury. Przestrzeń społeczna jest wypadkową relacji zachodzących między materią fizyczną, kulturową i społeczną. Ludzie żyją i działają w przestrzeni, ale równocześnie wytwarzają ją, nadają jej znaczenia i wartości. W konsekwencji przestrzeń jest ciągle tworzona i odtwarzana, reprezentuje stosunki społeczne, czyli stosunki produkcji, reprodukcji oraz uwzględnia czynniki ekonomiczne, polityczne, ideologiczne³. Z tego powodu przestrzeń może być przedmiotem walk i konfliktów⁴. Tak ujmowana jest nazywana przestrzenią społeczną.

¹ Fragmenty tego artykułu powstały w ramach moich autorskich badań zrealizowanych w 2013 r. jako opracowanie Badań Młodych Naukowców pt. *Infrastruktura przestrzeni konsumpcji we współczesnych miastach w Polsce*, KES/BMN/11/13.

² B. Jałowiecki, M. Szczepański, *Miasto i przestrzeń perspektywie socjologicznej*, wyd. 2, Scholar, Warszawa 2009, s. 314.

³ A. Majer, *Socjologia i przestrzeń miejska*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 68–69.

⁴ M. Dymnicka, *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, Scholar, Warszawa 2013, s. 23.

Przestrzeń miejska jest właśnie przestrzenią społeczną, co znajduje odzwierciedlenie w licznych definicjach miasta. Jedna z nich przedstawia je jako wspólne dzieło zbiorowości, manifestację społecznego doświadczenia pozwalającą współczesnym pokoleniom odtworzyć sposób rozumienia świata poprzednich pokoleń. Szczególną uwagę w tej definicji poświęcono oddziaływaniu architektury miasta na mieszkańców. Jest ona jednym z ważniejszych elementów tradycji, a równocześnie podstawą tożsamości kulturowej mieszkańców miasta⁵. Inna definicja, autorstwa Aleksandra Wallisa, przedstawia miasto jako „system złożony z dwóch organicznie powiązanych, współdziałających na zasadzie sprzężeń zwrotnych, lecz autonomicznych podsystemów – urbanistycznego i społecznego”⁶. Podsystem urbanistyczny składa się z elementów materialnych, zbudowanych przez człowieka oraz elementów naturalnych, które tworzą strukturę przestrzenną miasta. Podsystemem społecznym autor nazwał zbiorowość użytkowników miasta. Jego zdaniem, kształt i struktura miasta wyznaczają rozmieszczenie funkcji w przestrzeni oraz wpływają na zachowania społeczne, ale nie determinują ich. Kształt obydwu systemów stanowi wynik historii i tradycji, mogą one podlegać przekształceniom, chociaż system urbanistyczny zmienia się wolniej⁷.

Przywołane definicje zwracają uwagę na wzajemnie sprzężone oddziaływanie tkanki urbanistycznej i społecznej. Jest to szczególnie istotne w świetle zmian, jakie zachodzą w przestrzeni miejskiej pod wpływem procesów społeczno-ekonomicznych.

Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie wybranych koncepcji socjologicznych dotyczących przestrzeni miejskiej i zachodzących w niej przemian. Szczególną uwagę poświęcam zagadnieniu przestrzeni publicznych, ich znaczeniu i pełnionym funkcjom. Znaczna część opracowania dotyczy omówienia miejskich przestrzeni konsumpcji i ich związkowi z przestrzeniami publicznymi. Na zakończenie przedstawiam wybrane koncepcje teoretyczne z zakresu socjologii miasta, ale też antropologii kulturowej, które wyjaśniają wpływ globalizacji i metropolizacji na przestrzeń miejską.

⁵ A. Majer, *Socjologia i przestrzeń miejska*, op.cit.

⁶ A. Wallis, *Socjologia przestrzeni*, Niezależna Oficyna Wydawnicza, Warszawa 1990, s. 45.

⁷ Ibidem.

6.1. Typy miejskiej przestrzeni – przestrzeń publiczna, prywatna, przestrzeń konsumpcji

W obrębie przestrzeni miejskiej można wyodrębnić dwa szczególnie ważne jej typy: przestrzeń publiczną i prywatną. W literaturze przedmiotu jest wiele definicji miejskiej przestrzeni publicznej, za najtrafniej oddającą jej istotę uważam następującą: „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 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”⁸. Za najważniejsze cechy miejskiej przestrzeni publicznej uznawane są te, w których „ujawnia się istota życia publicznego, czyli upublicznianie i uwspólnianie uczuć, wiedzy oraz intencji działania (...) własność, dostępność, sposób zarządzania, ułatwianie komunikacji i interakcji między różnymi jednostkami i grupami, stwarzanie i poszerzanie form przestrzennych (i nie-przestrzennych) umożliwiających podejmowanie różnorodnych aktywności i działań społecznych”⁹. Przestrzeń publiczną można podzielić na zewnętrzną (otwartą) i wewnętrzną (zamkniętą). Zewnętrzna przestrzeń publiczna to tereny leżące między obszarami prywatnymi, czyli skwery, rynki, ulice, parki itp. Wewnętrzna przestrzeń publiczna to instytucje użytku publicznego, czyli biblioteki, muzea, dworce kolejowe, lotniska itp.¹⁰. W opozycji do przeznaczonej do użytku wszystkich mieszkańców miasta przestrzeni publicznej pozostaje należąca do indywidualnych osób lub grup mieszkańców przestrzeń prywatna. Skutkiem prywatnego statusu prawnego jest prawo do wyłącznego decydowania o danej przestrzeni. Decyzje dotyczące przestrzeni publicznej podejmują władze państwowe lub lokalne wraz z zainteresowanymi mieszkańcami lub przynajmniej po ich skonsultowaniu. Decyzje dotyczące

⁸ P. Lorens, *Definiowanie współczesnej przestrzeni publicznej*, w: *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, red. P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek, Urbanista, Gdańsk 2010, s. 10.

⁹ M. Dymnicka, *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, op.cit., s. 54; por. J. Gładys-Jakóbk, *Kobiety w przestrzeni publicznej*, „Studia i Prace KES” 2012, nr 3(11), s. 55–59.

¹⁰ M. Dymnicka, *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, op.cit., s. 54; zob. też S. Tonnelat, *The Sociology of Urban Public Spaces*, w: *Territorial Evolution and Planning Solution: Experiences from China and France*, red. W. Hongyang, S. Michel, Z. Guofang, Atlantis Press, Paris 2010, s. 84–92.

przestrzeni prywatnej podejmuje właściciel tej przestrzeni, nie muszą być one uzgadniane ani konsultowane z mieszkańcami miasta.

Tradycyjnie przestrzeń publiczną miasta stanowiło jego centrum z siecią ulic i placów, natomiast za przestrzeń prywatną uważano domy i mieszkania. Jednak postępująca globalizacja oraz zmiany w życiu społecznym i gospodarczym przyczyniły się do powstawania obiektów należących do prywatnych osób lub podmiotów gospodarczych, dostępnych także dla szerokiego grona mieszkańców miasta. Wyraźna granica między przestrzenią prywatną i publiczną uległa zatarciu. W literaturze przedmiotu przestrzeń należąca do prywatnej osoby lub firmy, ale publicznie udostępniana i pełniącą znaczącą rolę w życiu społecznym, zaczęto nazywać przestrzenią *quasi*-publiczną, półpubliczną, przestrzenią prywatną udostępnianą publicznie lub prywatną w świetle prawa, ale publiczną w sensie społecznym¹¹. Przykładem takiej przestrzeni są galerie handlowe, supermarkety. Można tu też wymienić kina, kawiarnie, restauracje, parki rozrywki, chociaż wstęp do tych obiektów jest warunkowany uiszczeniem opłaty, co jest wyraźnie sprzeczne z definicją przestrzeni publicznej i nadaje im wyraźne cechy przestrzeni prywatnej, do której wstęp jest limitowany.

Chociaż przestrzenie *quasi*-publiczne sprawiają pozory otwartych dla wszystkich mieszkańców i wydają się niczym nie różnić od tradycyjnych przestrzeni publicznych, to z faktu, że prawa własności do nich należą do osób lub firm prywatnych, wynikają określone konsekwencje¹². Przede wszystkim, wszelkie decyzje dotyczące tych przestrzeni są podejmowane przez ich właścicieli, bez konieczności ich uzasadniania lub społecznego konsultowania. W przestrzeniach tych obowiązują również regulaminy, precyzyjnie określające, które zachowania są dozwolone, a które zabronione. Przeciętny mieszkaniec miasta, korzystający z tych przestrzeni w sposób przewidziany przez właściciela obiektu, czyli konsumujący produkty i usługi, zazwyczaj nie wie o obowiązujących zasadach i ograniczeniach. Jednak jeśli jego zachowania

¹¹ P. Lorens, *Główne typy i rodzaje współczesnych przestrzeni publicznych*, w: *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, red. P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek, Urbanista, Gdańsk 2010; J.M. Chmielewski, *Rola miejskich przestrzeni publicznych*, „Urbanista. Samorząd terytorialny. Rozwój. Ład przestrzenny” 2003, nr 4(16), s. 15; A. Cegłowska, R. Matykowski, *Przestrzenie publiczne i ich znaczenie w dużym mieście*, w: *Studia miejskie. Funkcje miast jako czynnik kształtowania przestrzeni miejskiej*, red. J. Słodczyk, A. Dembicka-Niemiec, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2010, s. 244; K. Bierwiazzonek, B. Lewicka, T. Nawrocki, *Rynki, malle i cmentarze. Przestrzeń publiczna miast śląskich w ujęciu socjologicznym*, Nomos, Kraków 2012, s. 37.

¹² Niektórzy badacze, mimo konsekwencji wynikających z prywatnego prawa własności, uważają centra handlowe za przestrzenie publiczne. S. Tonnelat, *The Sociology of Urban Public Spaces*, op.cit., s. 84–92.

zaczną wykraczać poza przewidziany regulaminem schemat, osoba ta może zostać z przestrzeni *quasi*-publicznej wyproszona. Przestrzenie *quasi*-publiczne są precyzyjnie zaprojektowane, tak aby jak najefektywniej służyć konsumpcji, często podlegają tematyzacji, zawsze są kontrolowane i obserwowane. Są to z reguły obiekty o dośrodkowej koncepcji architektonicznej, czyli takiej, w której świadomie ogranicza się wykorzystanie przestrzeni zewnętrznej, tworząc w zamian wielofunkcyjne, imitujące tkankę miejską wnętrza¹³.

Między przestrzeniami publicznymi i *quasi*-publicznymi dochodzi do silnej integracji na wszystkich płaszczyznach; funkcje tych przestrzeni, jak i ich społeczno-gospodarcze znaczenie, przenikają się wzajemnie. Przestrzenie publiczne podlegają procesom prywatyzacji, a przestrzenie prywatne są udostępniane do powszechnego użytku. Niezależnie od statusu prawnego, przestrzenie te coraz częściej służą konsumpcji dóbr, usług i czasu wolnego. W konsekwencji uważam, że uzasadnione jest mówienie o nowym typie przestrzeni miejskiej, a mianowicie o miejskiej przestrzeni konsumpcji.

Samo pojęcie miejskiej przestrzeni konsumpcji nie jest nowe, po raz pierwszy zastosował je Manuel Castells w 1972 roku w książce *Kwestia miejska*. Autor zdefiniował ten termin jako „zestaw złożonych procesów związanych z prostą i rozszerzoną reprodukcją siły roboczej w jej stosunku do przestrzeni, na przykład środowisko mieszkalne, ale też tereny zielone, urządzenia komunalne, a na szczyblu reprodukcji społecznej i ideologicznej – szkolnictwo wyższe i instytucje społeczno-kulturalne”¹⁴. Od tego czasu znaczenie terminu ewoluowało znacząco, na przykład Bohdan Jałowiecki zdefiniował je jako „obszar działań związanych ze społecznym bądź indywidualnym spożywaniem dóbr i usług oraz z prostą i rozszerzoną reprodukcją zdolności do pracy”¹⁵. Jako przykład przestrzeni konsumpcji podał centra handlowe, które są miejscami wymiany, a równocześnie coraz częściej miejscami rozrywki.

W niniejszym opracowaniu zawężam znaczenie pojęcia miejskiej przestrzeni konsumpcji do rynków, głównych ulic handlowych wraz ze zlokalizowanymi w ich obrębie punktami handlowymi i usługowymi. Jako przestrzeń konsumpcji traktuję również galerie handlowe, zwane wymiennie centrami handlowymi¹⁶.

¹³ D. Ghirardo, *Architektura po Modernizmie*, VIA, Toruń 1999, s. 63–67; J.M. Chmielewski, *Rola miejskich przestrzeni publicznych*, op.cit., s. 15.

¹⁴ M. Castells, *Kwestia miejska*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1982, s. 156.

¹⁵ B. Jałowiecki, *Spółeczna przestrzeń metropolii*, Scholar, Warszawa 2000, s. 9.

¹⁶ W czasopiśmie i raportach branżowych używany jest termin centra handlowe (definiowany jako nieruchomości handlowe, które zostały zaplanowane, zbudowane oraz są zarządzane jako jeden

6.2. Funkcje miejskich przestrzeni publicznych i ich związek z miejską przestrzenią konsumpcji

Socjologowie miasta stworzyli wiele koncepcji teoretycznych dotyczących miejskich przestrzeni publicznych i pełnionych przez nie funkcji. Natomiast miejskie przestrzenie konsumpcji zostały w literaturze przedmiotu omówione w minimalnym stopniu, nieliczni autorzy stosują to pojęcie, nikt dotychczas nie opracował całościowej perspektywy, przedstawiającej funkcje i dysfunkcje tych przestrzeni, a także procesy, jakim podlegają. W niniejszej części opracowania przedstawię wybrane koncepcje dotyczące znaczenia i funkcji pełnionych przez miejskie przestrzenie publiczne, a następnie po zestawieniu ich z koncepcjami dotyczącymi centrów handlowych i przestrzeni handlu, zaprezentuję koncepcję funkcji pełnionych przez miejskie przestrzenie konsumpcji.

Znaczenie przestrzeni publicznych w trafny sposób opisał duński architekt Jan Gehl¹⁷. Twierdzi on, że ich istotą jest umożliwienie ludziom przebywania wśród innych ludzi. Wszystkie pozostałe funkcje stanowią konsekwencję funkcji podstawowej. Przebywanie wśród innych ludzi stwarza warunki do nawiązywania różnego rodzaju interakcji (obserwacji innych, wymiany zdań, zawarcia znajomości), zwiększa prawdopodobieństwo podejmowania spontanicznych działań, które mogą się przekształcić w regularne i zinstytucjonalizowane aktywności. Współdzielenie tej samej przestrzeni sprzyja poznawaniu osób mieszkających w pobliżu, stwarza warunki nawiązywania z nimi relacji. Przebywanie w jednej przestrzeni, wspólne spędzanie czasu, jest źródłem wiedzy o życiu społeczności miejskiej, o jej zwyczajach i problemach. Jan Gehl uważa również, że spędzanie czasu w przestrzeni publicznej może stać się czynnikiem aktywizującym mieszkańców miast, zachęcającym ich do podejmowania różnorodnych aktywności. Autor uzasadnia to twierdzenie faktem, że widok innych ludzi w działaniu zachęca obserwatora, aby się do nich przyłączyć.

podmiot handlowy, składający się ze sklepów oraz części wspólnych, o minimalnej powierzchni najmu brutto (czyli całkowitej wynajmowanej powierzchni: tej, którą dany najemca faktycznie wykorzystuje do bezpośredniego prowadzenia działalności gospodarczej, powiększona o powierzchnie pomieszczeń pomocniczych) 5 tys. m kw. oraz składający się z minimum 10 sklepów. Centra handlowe używają jednak często terminu galeria handlowa jako elementu nazwy własnej, np. Galeria Mokotów, Galeria Alfa. Z tego powodu uważam za uzasadnione wymienne stosowanie terminów galeria handlowa i centrum handlowe.

¹⁷ J. Gehl, *Życie między budynkami. Użytkowanie przestrzeni publicznych*, RAM, Kraków 2009, s. 17–21.

Polski badacz Aleksander Wallis wskazał funkcje pełnione przez wycinek przestrzeni publicznej, jakim jest centrum miasta¹⁸. Jego zdaniem, w przestrzeni publicznej ma miejsce proces selekcji wartości i podejmowania decyzji, dokonywane są oceny, dochodzi do spotkań ze zróżnicowanymi wartościami. W trakcie interakcji zachodzących w przestrzeni publicznej kształtowane są wybory dotyczące sztuki, mody i polityki. Przebywanie w przestrzeni publicznej pozwala na gromadzenie informacji o środowisku społecznym, pełni funkcje poznawcze. Wallis wyróżnił również funkcję społecznej realizacji prestiżu, która wynika z faktu, że obecność w prestiżowych miejscach i podczas ważnych wydarzeń potwierdza pozycję osoby w hierarchii społecznej oraz przyczynia się do budowania, pokazywania i umacniania jej pozycji społecznej. Przebywanie w miejskich przestrzeniach publicznych sprzyja budowie poczucia identyfikacji z miastem oraz jego mieszkańcami, budowane jest poczucie tożsamości i odpowiedzialności za jego rozwój. W konsekwencji wymienionego oddziaływania przestrzeni publicznej, dochodzi do integracji społeczności miejskiej, do wytworzenia więzi grupowych.

Przedstawione koncepcje funkcji miejskich przestrzeni publicznych są skoncentrowane na społecznym oddziaływaniu. Tymczasem znaczenie miejskich przestrzeni konsumpcji jest znacznie szersze, myślę, że ich istotę oddaje połączenie przedstawionych funkcji przestrzeni publicznych z funkcjami pełnionymi przez przestrzenie handlu i centra handlowe. Ciekawe koncepcje tych funkcji opracowali dwaj autorzy: Tomasz Kaczmarek¹⁹ oraz Jan Mikołajczyk²⁰. Nie będę jednak omawiała każdej z wymienionych koncepcji osobno, gdyż w dużym stopniu są podobne. W zamian przedstawię koncepcję funkcji pełnionych przez przestrzenie konsumpcji inspirowaną dorobkiem wymienionych autorów, ale będącą równocześnie ich zasadniczą modyfikacją.

Funkcje przestrzeni konsumpcji można omawiać w podziale na dwie grupy: społeczne i ekonomiczne. Funkcje społeczne są związane z integrowaniem społeczności miejskiej, kreowaniem wzorów konsumpcji, stylów życia i sposobów spędzania wolnego czasu, a także z kształtowaniem jakości życia w mieście. Ważną płaszczyzną oddziaływania przestrzeni konsumpcji na mieszkańców miasta jest

¹⁸ A. Wallis, *Miasto i przestrzeń*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977, s. 210–216.

¹⁹ T. Kaczmarek, *Handel detaliczny w rozwoju funkcjonalnym i przestrzennym miast w Polsce*, „Rozwój regionalny” nr 15, *Problemy rozwoju lokalnego i regionalnego na początku XXI wieku*, red. M. Wdowicka, L. Mierzejewska, Poznań 2011, s. 72–73.

²⁰ J. Mikołajczyk, *Kreowanie wartości centrum handlowego, perspektywa interesariuszy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2012, s. 46, 96.

zaspokajanie ich potrzeb konsumenckich i pośredniczenie w wymianie towarowej, nie bez znaczenia jest także fakt udostępniania przestrzeni służącej rozrywce i spędzaniu czasu wolnego. Do tej grupy funkcji zaliczam też wszystkie wymienione funkcje przestrzeni publicznej, chociaż nie każdy typ przestrzeni konsumpcji realizuje je w takim samym stopniu. Wśród funkcji ekonomicznych należy wyodrębnić aspekt oddziaływania na lokalny rynek pracy. Obiekty handlowe nie tylko zatrudniają bezpośrednio pracowników, lecz także kreują zatrudnienie, współpracując z innymi firmami (ochroniarskimi, sprzątającymi, logistycznymi, transportowymi, ubezpieczeniowymi, konsultingowymi, marketingowymi, bankowymi, z lokalnymi dostawcami). Bardzo ważą sferę oddziaływania obiektów handlowych na miasto stanowią płacone podatki (od nieruchomości, dochodowy) i inne opłaty (np. ze sprzedaży lub dzierżawy obiektów handlowych czy gruntów), co wpływa w dużym stopniu na budżet miasta.

Niektóre typy miejskich przestrzeni konsumpcji, w szczególności nowoczesne galerie handlowe, mogą powodować dysfunkcje będące zaprzeczeniem funkcji społecznych realizowanych przez przestrzenie publiczne. Tym aspektem działalności centrów handlowych poświęca się w literaturze przedmiotu niewiele uwagi. Galerie handlowe przyczyniają się do wzrostu segregacji społecznej, polegającej na wykluczeniu z użytkowania wspomnianych obiektów osób niezamożnych i bezdomnych, nie mających wystarczających środków finansowych, by korzystać z oferty handlowo-rozrywkowej, a równocześnie zakłócających swoją obecnością wizerunek kreowany przez nowoczesne przestrzenie handlu. Niebezpieczeństwo związane z segregacją społeczną wynika z faktu, że centra handlowe należą do prywatnych firm, w związku z czym ich właściciel ma prawo ustalania zasad korzystania z tej przestrzeni²¹. Innym ważnym problemem związanym z przestrzeniami galerii handlowych jest zakaz organizowania w nich zgromadzeń, głoszenia poglądów, a także organizacji spontanicznych wydarzeń artystycznych. W konsekwencji, różnorodność życia obywatelskiego jest ograniczana, spada świadomość problemów społecznych, rośnie natomiast obojętność na nie. Stworzone uwarunkowania nie sprzyjają budowie społeczeństwa obywatelskiego, a sztucznie wykreowana, kontrolowana przestrzeń centrum handlowego ogranicza różnorodność życia w mieście²². Ważnym społeczno-gospodarczym problemem jest oddziaływanie galerii handlowych na rynek

²¹ S. Tonnelat, *The Sociology of Urban Public Spaces*, op.cit., s. 84–92.

²² Ł. Pancewicz, *Prywatyzacja przestrzeni publicznych*, w: *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, op.cit., s. 86–88.

pracy. Z jednej strony, kreują one nowe miejsca pracy, z drugiej, przyczyniają się do spadku opłacalności lub upadku drobnych sklepów, prowadzonych przez miejscowych kupców, nierzadko kontynuujących tradycję małych, rodzinnych sklepików. To oddziaływanie może przyczyniać się do pogorszenia warunków życia grup społecznych zajmujących się handlem. Kolejną konsekwencją upadku drobnego handlu w śródmieściach miast jest ich wyludnianie, wręcz „wymieranie”. Zagrożenie tymi dysfunkcjami i ich społeczna istotność rosną wraz ze wzrostem popularności spędzania czasu w galeriach handlowych kosztem tradycyjnej przestrzeni publicznej. W literaturze przedmiotu jako dysfunkcję spowodowaną przez galerie handlowe wymienia się czasem wykluczenie osób nieposiadających samochodu. Na początku lat 90. XX w. supermarkety i hipermarkety były lokalizowane na obrzeżach miast, w pobliżu dużych osiedli mieszkaniowych. Brak samochodu mógł utrudniać dotarcie do nich. Jednak galerie handlowe bardzo szybko zaczęły być lokalizowane w centrach miast lub na osiedlach mieszkaniowych, a dodatkowo są dobrze skomunikowane siecią połączeń komunikacji miejskiej, analizowanie takiej dysfunkcji nie wydaje się być zatem uzasadnione.

6.3. Nowe typy przestrzeni miejskiej jako rezultat współczesnych procesów społeczno-ekonomicznych

Wzajemne przenikanie przestrzeni publicznych i prywatnych, coraz większa siła oddziaływania i istota miejskich przestrzeni konsumpcji to niejedyne procesy, które zaszły w miastach pod wpływem przekształceń ekonomiczno-społecznych, a przede wszystkim globalizacji, metropolizacji i wzrostu znaczenia korporacji transnarodowych. Warto przywołać kilka koncepcji teoretycznych charakteryzujących przemiany przestrzeni miejskiej.

Ważną koncepcję w socjologii miasta stanowi propozycja Yi-Fu Tuana, odróżniająca przestrzeń od miejsca²³. Rozróżnienie to odbywa się na podstawie sposobu wartościowania i doświadczania przestrzeni przez jej użytkowników. Przestrzeń jest czymś, czemu człowiek nie nadał jeszcze znaczeń, nie oswoił, nie udomowił i nie poznał. Z tego powodu przestrzeń stanowi pewne zagrożenie, ale z drugiej strony, oferuje wolność i otwartość. Przestrzeń, która została już oswojona i udomowiona, staje się miejscem, czyli wydzielonym fragmentem przestrzeni, który jest bezpieczny,

²³ Y.F. Tuan, *Przestrzeń i miejsce*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1987 (I wyd. 1977).

ma granice, a elementy tworzące jego strukturę zostały przez człowieka naznaczone i rozpoznane, koncentrują określone wartości. Koncepcja podziału na przestrzeń i miejsce jest wykorzystywana przez wielu badaczy, na uwagę zasługuje perspektywa stworzona przez Marka Szczepańskiego i Annę Śliz. Zauważyli oni, że istnieją ludzie, którzy często zmieniają miejsce zamieszkania, nie przywiązują się do terytorium, „wiąże ich logika świata przepływów”²⁴. Badacze uznali, że są to tzw. elity metropolitarne. Tę grupę ludzi przeciwstawili ludziom miejsca, którzy są przywiązani do tradycji i historii. Na tej podstawie doszli do wniosku, że z miastem i jego mieszkańcami wiąże się tożsamość miejsca, natomiast z metropolią i elitami metropolitarnymi tożsamość przestrzeni²⁵.

Manuel Castells postawił tezę, że znaczenie tradycyjnie definiowanej przestrzeni maleje, w zamian rośnie natomiast znaczenie tzw. przestrzeni przepływów. Castells uzasadnia swoje twierdzenie obserwacją, że społeczeństwo i rzeczywistość stają się wielką siecią skoncentrowaną wokół przepływów informacji, przepływów organizujących interakcje, a także przepływów kapitału, technologii, obrazów, dźwięków, symboli²⁶. W rezultacie rośnie społeczna i gospodarcza rola sfery wirtualnej, tzw. przestrzeni przepływów.

W kontekście niniejszego opracowania na uwagę zasługują spostrzeżenia Davida Harveya, który analizował wpływ trendów w architekturze na przestrzeń miejską. Postawił tezę, że w wyniku oddziaływania tych trendów przestrzeń miejska zmienia się, powstają nowe typy miast, które autor nazwał miastami nieumiejscowionymi. Według Harveya występują w nich trzy ważne kierunki przemian. Pierwszym jest intensywny rozwój zabudowy wysokościowej, będący rezultatem wzrostu zapotrzebowania na powierzchnię biurową i usługowo-handlową w centralnych dzielnicach biznesu. Drugim jest upowszechnianie się postmodernistycznych form architektury i urbanistyki pozamiejscowej. Trzecim kierunkiem zmian jest przejście od sztywnych do elastycznych form produkcji, warunkowane rosnącą mobilnością kapitału i produkcji oraz ludzi. W konsekwencji, przestrzeń staje się wysoko zurbanizowana, ale równocześnie nieumiejscowiona. Harvey jako charakterystyczne elementy miast postmodernistycznych wymienił wielkie supermarkety na przedmieściach, gęste sieci autostrad wraz z otaczającymi je zabudowaniami mieszkalnymi, usługowymi i wytwórczymi. Istnienie tych sieci, zdaniem Harveya, uzasadnia

²⁴ A. Śliz, M. Szczepański, *Tożsamość jednostkowa i zbiorowa w procesie metropolizacji*, w: *Stalność i zmienność tożsamości*, red. L. Dyczewski, J. Szulich-Kałuza, R. Szwed, KUL, Lublin 2010, s. 285.

²⁵ Ibidem.

²⁶ M. Castells, *Spółczesność sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

twierdzenie o nowym typie miast, o „miastach nieumiejscowionych”. Również wielkie centra handlowe autor uznał za przestrzeń niedającą się przypisać żadnej określonej estetyce i żadnemu konkretnemu miejscu, co sprawia, że stają się one „przestrzenią odhumanizowaną”. Za podobne „odhumanizowane” przestrzenie autor uznał przebudowane nadbrzeża dużych miast portowych Stanów Zjednoczonych, Kanady, Wielkiej Brytanii, które po modernizacji miały pełnić funkcje handlowo-kulturalno-turystyczne. We wszystkich zrealizowanych projektach zastosowano podobne założenia architektoniczne oraz powtarzalną stylistykę, bazującą na wykorzystaniu betonu, stali i szkła. W konsekwencji, wszystkie przebudowane nadbrzeża stały się podobne, pozbawione indywidualnego charakteru, niezwiązane z miejscem, „bezmiejscowe”²⁷.

Tematykę bezmiejscowości i odhumanizowania poruszał również francuski antropolog kulturowy, Marc Augé²⁸. Uznał on, że w przestrzeni miejskiej można wyróżnić „miejsca” i „nie-miejsca”. Autor ten wyjaśnił, że „miejsce” jest przestrzenią oswojoną, bezpieczną, sprzyjającą nawiązaniu z nią więzi, posiadającą określoną tożsamość. „Miejsce” zostało przeciwstawione „nie-miejscu”, czyli przestrzeni anonimowej, pozbawionej tożsamości i historii. Augé zaznacza, że wszystkie „nie-miejsca” są projektowane w podobny sposób, a ta jednolitość uniemożliwia nawiązanie z nimi więzi emocjonalnej. Co więcej, taka konstrukcja, jednolitość, pozwala łatwo sterować zachowaniem osób w niej przebywających. Jako przykład „nie-miejsc” Augé wymienia lotniska, dworce kolejowe, hipermarkety, centra handlowe, natomiast jako przykład „miejsc” – przestrzenie publiczne²⁹.

Wnioski

Tradycyjnie, socjologowie miasta, definiując przestrzeń miejską podkreślali, że o jej istnieniu i charakterze, decyduje nie tylko struktura urbanistyczna, ale też zamieszkujący je ludzie. Silnie akcentowali fakt, że podsystem urbanistyczny wpływa na mieszkańców miast, z drugiej strony sami mieszkańcy kształtują ten podsystem.

²⁷ D. Harvey, *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Blackwell, Oxford 1989.

²⁸ M. Augé, *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

²⁹ A. Hołub, *Współczesna przestrzeń publiczna – poszukiwanie przesłanek projektowych*, w: *Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego*, red. M. Kochanowski, Urbanista, Warszawa 2005, s. 10–11.

W efekcie, tkanka miejska zmienia się powoli, jest odzwierciedleniem upodobań, preferencji i możliwości materialnych ludzi, którzy ją tworzą.

Współcześnie, socjologowie miasta podkreślają, że pod wpływem globalnych procesów społecznych i ekonomicznych, dominujących trendów w architekturze, przestrzeń miejska ztraca coraz bardziej swój społeczny charakter, staje się odhumanizowana, oderwana od miejsca i jego tożsamości, pozbawiona *genius loci*, czyli ducha miejsca. Struktura urbanistyczna, kształtowana przez pokolenia, świadcząca o historii miejsca i ludzi go zamieszkujących, została zastąpiona przez uniwersalną stylistykę betonu, szkła i żelaza. Miasta krajów wysokorozwiniętych stają się coraz bardziej do siebie podobne. Procesy te w większym stopniu dotyczą miast globalnych, w mniejszym miast o lokalnym znaczeniu. W Polsce trendy te można zaobserwować nie tylko w największych miastach, w metropoliach, ale również w miastach o lokalnym znaczeniu. W pierwszych dekadach XXI w. w polskich miastach wybudowano liczne super- i hipermarkety o „pudełkowej” architekturze, dość podobne do siebie galerie handlowe, grodzone osiedla, dzielnice szklanych biurowców i hoteli. W mniejszych aglomeracjach biurowce są niższe, nie tworzą całych dzielnic, ale wykonano je w podobnej stylistyce.

W przestrzeni miejskiej w coraz większym stopniu dominują nie-miejsca w rozumieniu Marca Augé lub przestrzenie nieumiejscowione, odhumanizowane w rozumieniu Davida Harveya. W szczególnym stopniu tym przemianom podlegają miejskie przestrzenie konsumpcji, zwłaszcza ich coraz popularniejsza forma, czyli centra handlowe. Niezależnie od miast, w których są budowane, galerie handlowe są wykańczane w podobnej stylistyce i zagospodarowywane wg podobnych schematów. Można postawić tezę, że taki sposób projektowania ma tworzyć iluzję świata eleganckiego, nowoczesnego, przepelnionego dobrobytem, trochę onieśmielać, ale równocześnie zachęcać do korzystania z oferty, do konsumowania. Równocześnie koszty budowy i wyposażenia obiektu nie mogą przekroczyć określonych limitów, gdyż muszą zostać zrekompensowane osiągniętymi zyskami. Wnętrza centrów handlowych muszą też odpowiadać standardom egzekwowanym przez największych, zrzeszonych w sieci najemców, przede wszystkim tzw. najemców kotwicowych (przykładem takiego najemcy są sklepy Zara, H&M), których obecność ma zapewniać odpowiednią frekwencję kupujących. W obliczu takich uwarunkowań mniej ryzykowne jest stosowanie uniwersalnej, sprawdzonej, sterylnej stylistyki szkła, betonu i żelaza.

Mimo dominującego trendu tworzenia uniwersalnych budynków, niektóre centra handlowe posiadają zindywidualizowane akcenty. Wymienić tutaj należy przede wszystkim obiekty zlokalizowane w budynkach starych fabryk, np. Galerię Manufaktura

w Łodzi, Stary Browar w Poznaniu oraz Galerię Alfa w Białymstoku. Dzięki lokalizacji w murach zabytkowych, budowanych z czerwonej cegły fabryk, obiekty te odróżniły się od innych centrów handlowych, chociaż już ich wnętrza nawiązują wyraźnie do uniwersalnej dla tego typu obiektów stylistyki. Z drugiej strony, można zauważyć starania właściciel centrów handlowych, aby nadać tym obiektom tożsamość związaną z miastem, w którym są zlokalizowane. Przykład stanowi Galeria Korona w Kielcach – o elewacji imitującej koronę, która jest elementem herbu miasta. Są to jednak działania pozornie nawiązujące do tożsamości miasta. Wnętrze Galerii Korona niczym nie różni się od wnętrz innych tego typu obiektów: jest sterylne, nowoczesne, pozbawione jakichkolwiek elementów związanych z Kielcami.

Fenomenem ostatniej dekady, rozpoczętym wraz z wejściem Polski do UE, jest realizowanie projektów rewitalizacyjnych w śródmieściach wielu polskich miast. Ich celem było przywrócenie starym miastom ich historycznego charakteru. Niestety, również te projekty były realizowane wg podobnych wzorców, a w konsekwencji zamiast przywrócić miastom indywidualny charakter – jeszcze bardziej upodobniły je do siebie. Lepszym terminem określającym realizowane projekty byłyby modernizacja. Remontowanym placom i parkom często nadawano prestiżowy charakter, wycinano zieleń miejską, w jej miejsce układając kostkę brukową. Zmiany te często realizowano bez porozumienia z mieszkańcami, niejednokrotnie wbrew ich preferencjom. W taki sposób przestrzeń miejska zmieniała zupełnie swój charakter, zrywała z tradycją i tożsamością nadaną jej przez jej użytkowników, w zamian reprezentując mniej lub bardziej udaną wizję architekta.

Literatura

- Augé M., *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Bierwiaczonek K., Lewicka B., Nawrocki T., *Rynki, malle i cmentarze. Przestrzeń publiczna miast śląskich w ujęciu socjologicznym*, Nomos, Kraków 2012.
- Castells M., *Kwestia miejska*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1982.
- Castells M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
- Cegłowska A., Matykowski R., *Przestrzenie publiczne i ich znaczenie w dużym mieście*, w: *Studia miejskie. Funkcje miast jako czynnik kształtowania przestrzeni miejskiej*, red. J. Słodczyk, A. Dembicka-Niemiec, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2010.

- Chmielewski J.M., *Rola miejskich przestrzeni publicznych*, „Urbanista. Samorząd terytorialny. Rozwój. Ład przestrzenny” 2003, nr 4(16).
- Dymnicka M., *Przestrzeń publiczna a przemiany miasta*, Scholar, Warszawa 2013.
- Gehl J., *Życie między budynkami. Użytkowanie przestrzeni publicznych*, RAM, Kraków 2009.
- Ghirardo D., *Architektura po Modernizmie*, VIA, Toruń 1999.
- Gładys-Jakóbiak J., *Kobiety w przestrzeni publicznej*, „Studia i Prace KES” 2012, nr 3(11).
- Harvey D., *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Blackwell, Oxford 1989.
- Hołub A., *Współczesna przestrzeń publiczna – poszukiwanie przesłanek projektowych*, w: *Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego*, red. M. Kochanowski, Urbanista, Warszawa 2005.
- Jałowiecki B., *Spoleczna przestrzeń metropolii*, Scholar, Warszawa 2000.
- Jałowiecki B., Szczepański M., *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*, wyd. 2, Scholar, Warszawa 2009.
- Kaczmarek T., *Handel detaliczny w rozwoju funkcjonalnym i przestrzennym miast w Polsce*, „Rozwój regionalny” 2011, nr 15: *Problemy rozwoju lokalnego i regionalnego na początku XXI wieku*, red. M. Wdowicka, L. Mierzejewska, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań 2011.
- Lorens P., *Definiowanie współczesnej przestrzeni publicznej*, w: *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, red. P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek, Urbanista, Gdańsk 2010.
- Lorens P., *Główne typy i rodzaje współczesnych przestrzeni publicznych*, w: *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, red. P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek, Urbanista, Gdańsk 2010.
- Majer A., *Socjologia i przestrzeń miejska*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Mikołajczyk J., *Kreowanie wartości centrum handlowego, perspektywa interesariuszy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2012.
- Pancewicz Ł., *Prywatyzacja przestrzeni publicznych*, w: *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, red. P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek, Urbanista, Gdańsk 2010.
- Śliz A., Szczepański M., *Tożsamość jednostkowa i zbiorowa w procesie metropolizacji*, w: *Statość i zmienność tożsamości*, red. L. Dyczewski, J. Szulich-Kałuża, R. Szwed, KUL, Lublin 2010.
- Tonnellat S., *The Sociology of Urban Public Spaces*, w: *Territorial Evolution and Planning Solution: Experiences from China and France*, red. W. Hongyang, S. Michel, Z. Guofang, Atlantis Press, Paris 2010.
- Tuan Y.F., *Przestrzeń i miejsce*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1987 (I wyd. 1977).
- Wallis A., *Miasto i przestrzeń*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977.
- Wallis A., *Socjologia przestrzeni*, Niezależna Oficyna Wydawnicza, Warszawa 1990.

Streszczenie

Celem niniejszego opracowania było zaprezentowanie wybranych koncepcji socjologicznych dotyczących przestrzeni miejskiej i zachodzących w niej przemian. Szczególną uwagę poświęciłam zagadnieniu przestrzeni publicznych, ich znaczeniu i pełnionym funkcjom. Znaczną część opracowania stanowi omówienie zagadnień związanych z miejską przestrzenią konsumpcji i jej związkiem z przestrzeniami publicznymi. Na zakończenie przedstawiłam wybrane koncepcje teoretyczne z zakresu socjologii miasta, ale też antropologii kulturowej, które wyjaśniają wpływ globalizacji i metropolizacji na przestrzeń miejską.

Słowa kluczowe: miejska przestrzeń publiczna, miejska przestrzeń konsumpcji, nie-miejsca, miejsce, przestrzeń.

Summary

The aim of this study was to present selected sociological concepts related to urban space and changes occurring in it. Specifically I focused on the issue of public space, its importance and functions. A significant part of the study was to discuss issues related to the urban consumption space and its relationship with public space. At the end I presented selected theoretical concepts that explain the impact of globalization and metropolisation on urban space.

Keywords: urban public space, urban consumption space, place, space.