

DOROTA WANTUCH-MATLA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

## Przedsiębiorcze podejście w kształtowaniu dobrej jakości przestrzeni publicznej

### Entrepreneurial Approach in Development of Good Quality Urban Public Spaces

**Streszczenie:** Jeden z najistotniejszych i integralnych elementów składowych wielowarstwowego tworu, jakim jest miasto, to jego przestrzeń publiczna. Umiejętnie kształtowana i utrzymywana przestrzeń miejska w swojej wielowymiarowości społecznej, kulturowej, funkcjonalnej i fizycznej może stanowić rodzaj produktu w marketingu miasta. Przedmiotem niniejszego artykułu jest omówienie wybranych przykładów odzwierciedlających ekonomiczne aspekty kształtowania miejskich przestrzeni publicznych, dotyczących wybranych metod finansowania ich budowy, zarządzania nimi, a także przedsiębiorczego podejścia do tego zagadnienia zarówno w sferze sektora publicznego, prywatnego, jak i oddolnych, społecznych przedsięwzięć. Jako rodzaj inspiracji w artykule przedstawiono przykłady strategicznych rozwiązań i narzędzi polityki przestrzennej, funkcjonujące od kilkudziesięciu lat w Nowym Jorku, mające na celu wspieranie inwestycji na rzecz rozwoju miejskiej przestrzeni publicznej z korzyścią dla tzw. dobra wspólnego, ale także przynoszące miastu wymierne korzyści finansowe. W ujęciu polskim jako przykłady przedsiębiorczej postawy władz miejskich przytoczono m.in. Inicjatywy o charakterze publiczno-prywatnym, a także wybrane flagowe realizacje projektów przekształceń i rewitalizacji przestrzeni miejskich, dokonane dzięki funduszom unijnym, które w znaczący sposób wpłynęły na zmianę wizerunku i jakość życia w omawianych obszarach miejskich. Poruszono ponadto wątek miastotwórczych, przedsiębiorczych inicjatyw oddolnych, służących jakościowym przemianom przestrzeni publicznej. Odnosząc się do polityki przestrzennej polskich władz samorządowych, wskazano na potrzebę łączenia podejścia przedsiębiorczego z głęboką świadomością złożoności funkcjonowania współczesnych miast oraz respektowaniem regulacji prawnych z zakresu planowania przestrzennego.

**Abstract:** One of the most crucial, inherent elements of the multidimensional phenomenon of the city is its public space. Well designed and maintained public space with its social, cultural, functional and spatial multi-layered uniqueness, can become a kind of marketing city product. The following article considers selected examples reflecting economic aspects of developing urban public spaces and presents selected methods of financing, management and also an entrepreneurial approach to this question on the side of public and private sector, as well as bottom-up local initiatives. The author also presents selected inspiring examples of spatial planning and urban policies supporting public space development that for decades now are being successfully implemented in New York, bringing profits to citizens and the city budget. The following article presents, among others, public-private initiatives and examples

of selected realised flagship projects transforming and revitalising city public spaces in Poland based on the European Union funding opportunities. Presented were also selected cases of “bottom-up” initiatives transforming public spaces as being a clear display of creative entrepreneurial attitude of local citizens. With regards to Polish local governments spatial planning strategies, the author highlights the necessity of bridging entrepreneurial approach with deepened knowledge on the complexity of functioning of the contemporary cities and following planning regulations and laws.

**Słowa kluczowe:** fundusze unijne; marketing miasta, partnerstwo publiczno-prywatne; partycypacja; przedsiębiorczość; przestrzeń publiczna; rewitalizacja

**Keywords:** city marketing; entrepreneurship; EU funds; participation; Public Private Partnership; public space; revitalisation

**Otrzymano:** 24 października 2016

**Received:** 24 October 2016

**Zaakceptowano:** 30 czerwca 2017

**Accepted:** 30 June 2017

**Sugerowana cytacja/Suggested citation:**

Wantuch-Matla, D. (2017). Przedsiębiorcze podejście w kształtowaniu dobrej jakości przestrzeni publicznej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 63–176. DOI: 10.24917/20833296.13.5

Przyglądając się dwudziestowiecznym i dzisiejszym przemianom miast zachodnich, nie tylko europejskich, a także ich obecnej i prognozowanej kondycji, można łatwo wyodrębnić te elementy mechanizmów oddziaływania wolnego rynku, które przysporzyły miastom więcej szkody niż pożytku. Nie oznacza to jednak, że ów dominujący model gospodarczo-ekonomiczny nie zdołał wypracować żadnych pozytywnie symbiotycznych metod czy strategii projektowych w kształtowaniu dobrej przestrzeni miejskiej. W wielu krajach, pomimo widocznie osłabionej współcześnie roli sektora publicznego w obrębie polityki przestrzennej, udało się wprowadzić przepisy, procedury planistyczne, modele współpracy publiczno-prywatnej czy zachęty podatkowe, które zachęciły prywatnych inwestorów i deweloperów do działań służących nie tylko zyskowi, lecz także szeroko rozumianemu dobru wspólnemu, czego inspirującym przykładem jest Nowy Jork. Inwestycje w polepszanie jakości przestrzeni miejskiej, a w szczególności działania rewitalizacyjne mają istotne znaczenie w budowaniu wizerunku miast jako miejsc atrakcyjnych tak do życia, jak i do inwestowania, czyli tzw. marketingu miast, określanego również mianem marketingu terytorialnego bądź marketingu miejsca, którego koncepcja ewoluowała z gruntu przedsiębiorczości (Sokołowicz, 2016: 84). Ważnym aspektem tej koncepcji jest traktowanie miasta w całej jego złożoności jako megaprojektu, na który składają się: uwarunkowania społeczne, kultura, tradycja i obyczajowość, środowisko dla rozwoju przedsiębiorczości czy wizerunek miasta. Co istotne, produkt w tym ujęciu rozumiany jest szeroko, w odniesieniu do przestrzeni miasta, dóbr i usług, oferty kulturalnej, gospodarczej, rynku pracy, a także jakości i stylu życia (Sokołowicz, 2016: 87–90). Działania związane z kształtowaniem miejskiej „marki” stanowią element tzw. miejskiej przedsiębiorczości, którą można określić jako pewien wzór zachowań dotyczących zarządzania miastami, łączącego władze państwowe (lokalne, miejskie, regionalne, narodowe czy ponadnarodowe) z szerokim wachlarzem różnych form organizacji społeczeństwa obywatelskiego oraz prywatne interesy do formowania koalicji mających na celu promocję

lub zarządzanie różnorodnym miejskim czy regionalnym rozwojem (Harvey, 2012: 145). Istotnymi elementami tej układanki są również jakość miejskiej przestrzeni publicznej, jej funkcjonalność, kompozycja fizyczno-przestrzenna, estetyka oraz wartość społeczno-kulturowa. Przykładowo, sukces marketingowy Muzeum Guggenheima w Bilbao i rewitalizacji jego zdegradowanego otoczenia urbanistycznego, zwany dziś efektem Bilbao, stanowi najsłynniejszy przykład umiejętnego wykorzystania architektury i urbanistyki do radykalnej zmiany wizerunku miasta (Zuziak, 2012: 12). Wiadomo jednak, że choć przez lata trwano w przekonaniu, iż podobnie pozytywne konsekwencje można uzyskać gdziekolwiek wyłącznie dzięki zastosowaniu estetycznych chwytów i ikonicznej architektury – mit Bilbao jest iluzją, która została poddana silnej krytyce z początkiem nowego stulecia (Curtis, 2013: 58–61). Współczesnym architektom, urbanistom i politykom miejskim w kształtowaniu przestrzeni zabudowanej stawia się dalece poważniejsze, poza estetycznymi, wyzwania w dążeniu do równoważenia środowiska miejskiego w sferze fizyczno-przestrzennej, estetycznej, ekonomicznej i społecznej. Próby osiągnięcia tej równowagi nie muszą stać jednak w sprzeczności ze wspomnianą miejską przedsiębiorczością i generowaniem zysków finansowych, mają bowiem dziś szansę krystalizować się w dążeniach do formułowania dojrzałych mechanizmów szeroko rozumianej rewitalizacji, dając przy tym satysfakcjonujące efekty marketingowe. W tym kontekście ważnym czynnikiem warunkującym inwestycje w ulepszanie jakości przestrzeni publicznej i jej przekształcenia wydaje się przedsiębiorcza postawa różnych miejskich interesariuszy – wewnętrznych i zewnętrznych. W czasach, gdy niezmiennie bardzo ważnym aspektem polityki miejskiej jest poszukiwanie oryginalnych sposobów na to, by „sprzedać miasto” (Ashworth, Voogd, 1990), istotna jest też świadomość wymiernych i niewymiernych korzyści płynących z kształtowania dobrej jakości przestrzeni publicznej, która wraz z konglomeratem innych wartości może być zarówno składową wspomnianego miejskiego megaprojektu, jak również po prostu dobrym miejscem do życia.

W warunkach polskich, istotnym zagadnieniem w tym kontekście stały się podejmowane w Polsce od momentu akcesji do Unii Europejskiej działania rewitalizacyjne w przestrzeni miejskiej, opierające się w dużej mierze na funduszach unijnych. Wśród nich pojawiło się wiele dziś już sztandarowych inwestycji, które na dobre zmieniły wizerunek miast. Nie bez znaczenia są także coraz skuteczniejsze i częstsze inicjatywy oddolne, których efektem są przekształcenia na trwale wpisujące się w obraz miast i ubarwiająca ich rzeczywistość.

## Nowojorska przestrzeń publiczna – estetyka, ekonomia, zarządzanie i marketing

Władze intensywnie zabudowanego miasta, jakim jest Nowy Jork, od dziesięcioleci powoli kształtują lokalną politykę przestrzenną, na której wszak także zasada się m.in. sukces i mit Wielkiego Jabłka. Tamtejsze działania w zakresie szeroko pojętego gospodarowania przestrzenią miejską stanowią dziś przykład jednej z najdojrzalszych i świadomych polityk miejskich, aczkolwiek, co oczywiste, nie wolną od rys i uwikłań w meandry ekonomicznej i politycznej rzeczywistości. Niemniej jednak to wiele tamtejszych rozwiązań dotyczących łączenia interesów sektorów publicznego i prywatnego trafiło do klasyki przykładów dobrych praktyk, które przytacza się w kontekście rozwoju nowojorskich przestrzeni publicznych. Szczególnie ciekawym zabiegiem było wprowadzenie konieczności tworzenia tzw. POPS, czyli *Privately Owned Public Spaces*, i tzw. *plaza*

*bonus* jako zachęty podatkowej, stosowanej przez miasto od 1960 r. dla przyciągnięcia nowych inwestycji i jednoczesnego powstrzymania całkowitej zabudowy lub wygradzenia każdego skrawka przestrzeni miejskiej (Kayden, 2000: 11–19). Skorzystanie z przywileju *plaza bonus* pozwalało inwestorom pomnożyć dopuszczalną powierzchnię zabudowy pod warunkiem stworzenia odpowiednio zaprojektowanych, ogólnodostępnych placów, dziedzińców, pasaży czy też arkad. Efekty wdrażania owych ulg nie zawsze są dziś oceniane dobrze, niemniej jednak dzięki *plaza bonus* powstało także wiele wartościowych miejskich enklaw, jak np. osławiony skwer zwany Paley Park.

Współpraca sektorów publicznego i prywatnego wynika nierazko z konieczności i sytuacji kryzysowych w finansach miejskich. W latach 60. i 70. ubiegłego wieku, w okresie gdy kondycja ekonomiczna miasta Nowy Jork nie należała do najlepszych, władze miejskie uruchomiły, wykorzystywane tam zresztą z powodzeniem do dziś, mechanizmy współpracy z prywatnymi inwestorami na rzecz kształtowania przestrzeni miejskiej. Wytoczono wówczas znaczne obszary miasta, tzw. Business Improvement Districts (BID), w obrębie których rozmaite organizacje będące właścicielami gruntów przejęły także odpowiedzialność za ich rozwój i zarządzanie nimi. Połączeniem sił: budżetu miejskiego, prywatnej inicjatywy i działań poszczególnych Improvement Districts w Nowym Jorku powstaje ogromna liczba realizacji budowlanych, także tych związanych z zagospodarowaniem przestrzeni miejskiej, np. nadbrzeży, parków czy nawet ulic (Wantuch-Matla, 2016: 65).

Jednym z najbardziej świeżych, a zarazem znanych, przykładów tego rodzaju mariażu interesów jest budowa linearnego parku the High Line (THL) w południowo-zachodniej części Manhattanu. Stworzony na dawnej estakadzie kolejowej (która miała początkowo zostać rozebrana, lecz dzięki intensywnej aktywności lokalnych mieszkańców i entuzjastów kolejnictwa została zachowana), stanowi dziś jedną z ważnych atrakcji miejskich. Jej istnienie, sposób funkcjonowania i tzw. efekt zewnętrzny (Zuziak, 2002: 106), czyli oddziaływanie na otoczenie, także w sensie ekonomicznym, jest znakomitą efektem wizjonerstwa i przedsiębiorczości zarówno w skali dzielnicy, jak i miasta. Należy także wspomnieć o wielkiej determinacji wszystkich aktorów zaangażowanych w prowadzoną od kilku dekad batalię najpierw o zachowanie struktury, a następnie przekształcenie jej w rodzaj wiszącego miejskiego ogrodu. Słynne THL tworzone etapami. Po latach rozmaitych negocjacji z miastem i przekonywania sceptyków, w 2004 r. rozpisano międzynarodowy konkurs architektoniczny na koncepcję zagospodarowania niemal 2,5-kilometrowej estakady. Na podstawie wybranej koncepcji w kolejnych latach powstał projekt wykonawczy (w 2009 r. udostępniono pierwszy odcinek parku, w 2011 – drugi i w 2014 roku – trzeci – ostatni). Park powstał dzięki prywatnym dotacjom i częściowo środkom z budżetu miejskiego. Miasto, mimo że THL jest jego własnością, pokrywa rocznie jedynie około 30% wydatków koniecznych do utrzymania parku, reszta to pieniądze zbierane przez Towarzystwo Przyjaciół the High Line (Friends of The High Line – FHL), zarządzające parkiem. Park znajduje się częściowo w obszarze jednego z Business Improvement Districts, jednak nie otrzymuje z tego tytułu żadnych dodatkowych pieniędzy z opłat podatkowych. Pierwotnie w otoczeniu estakady nie istniał żaden BID i faktem jest, że pomysłem FHL było początkowo stworzenie tego rodzaju instrumentu wyłącznie na potrzeby parku. Plan finansowy parku przewidywał roczne wydatki rządu 3,5–4,5 mln dolarów, z czego 1 mln miało opłacać miasto, a 1 mln właśnie BID. Miał on zobowiązać lokalnych przedsiębiorców i właścicieli nieruchomości, w obszarze oddziaływania THL, do comiesięcznego podatku

w wysokości 9 centów za stopę kwadratową nieruchomości zlokalizowanej w najbliższym sąsiedztwie THL i odpowiednio o 1/3 mniej w bardziej oddalonej strefie proponowanego obszaru BID. Podatki miałyby jednak iść wyłącznie na utrzymanie parku, a nie finansowałyby innych elementów przestrzeni publicznej – ulic i ich utrzymania etc., jak dzieje się to w przypadku typowych obszarów BID. Dlatego też pomysł w pierwotnie proponowanej (w 2009 r.) formule upadł po protestach okolicznych mieszkańców i przedsiębiorców. Ostatecznie w 2015 r., niezależnie od wcześniejszych idei, powstał BID o szerokim, standardowym zakresie działalności dla obszaru Meatpacking. Obejmuje on m.in. część THL, która jest jednak utrzymywana przede wszystkim dzięki pieniądзом zbieranym przez FHL (w tym także niezwykle intensywnemu programowi odpłatnych wydarzeń kulturalnych i edukacyjnych oraz przemyślanych działań marketingowych) oraz dofinansowaniu z kasy miejskiej. Faktem jest, że wiszący ogród THL zdobył międzynarodową sławę już na etapie koncepcyjnym, a do dzisiejszego dnia stał się swego rodzaju ikoną w zakresie architektury krajobrazu, także miejskiej polityki przestrzennej.

Obszar, w którym rozciąga się obecnie park, zanim rozpoczęto transformację estakady nie należał do reprezentacyjnych, lecz raczej uboższych, graniczących z poprzemysłowymi nieużytkami kolejowymi. Nowe wcielenie THL już w fazie budowy wywołało wzrost wartości skupionych wzdłuż estakady nieruchomości, a także – niestety – wzrost czynszów i opłat. Ponadto jak grzyby po deszczu wzdłuż THL zaczęły powstawać stylowe kawiarnie, galerie sztuki, niebotycznie drogie apartamentowce, hotele i budynki użyteczności publicznej projektu najznamienitszych architektonicznych sław. Obszar THL z zarosniętej dziką trawą linii kolejowej przeistoczył się w miejski salon, co dzień odwiedzany przez tysiące mieszkańców i turystów (aż ok. 60 tys. w najbardziej tłoczne dni), przynoszący miastu ogromny dochód roczny z samego, wspomnianego wcześniej, podatku od nieruchomości.

Co ciekawe, kiedy podjęto decyzję o rewitalizacji dawnej estakady kolejowej, przewidując jej przyszłe oddziaływanie, dokonano równoległe także zmian w planie zagospodarowania (Zoning Plan) tamtejszego obszaru, tworząc tzw. West Chelsea Special District, przez co umożliwiono powstawanie wzdłuż THL nowych inwestycji mieszkaniowych i komercyjnych, a także zapewniono ochronę istniejącym, wartościowym obiektom. Ustanowiono także regulacje zapewniające THL odpowiednią ilość światła i powietrza, zabezpieczenie punktów i osi widokowych. W obrębie West Chelsea Special District wytyczono także tzw. High Line Transfer Corridor (HTLC) o szerokości ok. 30 m, w którym właściciele nieruchomości, chcąc ją rozbudować lub przebudować, napotykać na barierę w postaci nowo narzuconych regulacji i obostrzeń, mogą przenieść się ze swoją inwestycją na inną działkę spośród proponowanych przez miasto, a znajdujących się dalej od THL w obrębie tej samej dzielnicy (Ascher, Uffer, 2015: 227).

Przypadek nowojorskiego parku na estakadzie kolejowej nie jest szczególnie odosobniony. Nowojorskie parki funkcjonują w większości w podobny sposób – ich właścicielem jest miasto, a ich zarządzaniem zajmuje się New York City Department of Parks & Recreation. Parki otrzymują najczęściej miejskie dofinansowanie, ale jednocześnie nad wieloma, co bardziej prominentnymi, pieczę (we współpracy z miastem) trzymają prywatne organizacje non profit o lokalnym charakterze. Zajmują się one bezpośrednio pozyskiwaniem prywatnych funduszy na utrzymanie parkowych przestrzeni, ponieważ dotacje miasta na ten cel w przypadku parków dużych bądź bardziej wymagających w utrzymaniu nie zawsze pokrywają całość koniecznych wydatków. I tak na przykład w przypadku

gigantycznego Central Parku organizacja Central Park Conservancy pokrywa aż 75% kosztów jego utrzymania, a w przypadku Bryant Park Corporation – 100%. Dla wielu nowo powstających parków i przestrzeni publicznych ich pomysłodawcy muszą od razu tworzyć strategię finansowania, poszukiwać inwestorów i sponsorów, bowiem władze miasta nie podjęłyby się zbyt obciążających dla kasy miejskiej inwestycji.

Podobnie było z utworzonym w ostatnich latach parkiem Brooklyn Bridge (BBP) – choć wyłożono na niego pieniądze miejskie i stanowe, warunkiem jego powstania było to, że będzie się utrzymywał samodzielnie. Park ten tworzone w latach 2008–2015 na podstawie projektu biura Michael Van Valkenburgh Associates. Jest on olbrzymi: obejmuje ok. 34,5 ha nadbrzeżnego pasa dawnej przestrzeni portowej i rozciąga się na długości 2 km poza samym nadbrzeżem, na sześciu portowych pirsach, którym nadano rozmaite funkcje rekreacyjne. Park został zaprojektowany z wykorzystaniem wielu pozostałości po dawnym porcie oraz materiałów wtórnie pozyskanych z miejskich rozbiórek i budów. Jego przestrzeń jest tak różnorodna i bogata, że BBP z chwilą zakończenia pierwszego etapu budowy natychmiast stał się miejscem obleganym nie tylko przez mieszkańców miasta, lecz także przez turystów. Dzięki znakomitemu projektowi architektury krajobrazu i jego konsekwentnej realizacji, zyskał również międzynarodowy rozgłos i dołączył do grona flagowych parków nowojorskich. Podobnie jak wiele innych miejskich parków jest zarządzany przez organizację non for profit – Brooklyn Bridge Park Conservancy.

Ścisła współpraca miasta reprezentowanego przez New York City Department of Parks and Recreation (NYCDPR) z prywatnymi organizacjami daje znakomite rezultaty. Byt zarządzanych w ten sposób parków dalece odbiega od wizerunku znanego nam z wielu polskich miast – zielonej przestrzeni miejskiej, w której okresowo prowadzone są wyłącznie konieczne dla podtrzymania zieleni i jej estetyki działania i gdzie sporadycznie (lub wcale) mają miejsce różnorakie wydarzenia. Zarządzane w ten sposób parki mają własne strony internetowe, powiązane ze stronami organizacji zarządzających. Grafiki wydarzeń jest zawsze pełny i różnorodny, część z nich bywa odpłatna. Zawsze można także znaleźć tam informację o tym, jak można wesprzeć funkcjonowanie parku – jednorazową wpłatą, przez przekazanie dowolnego procentu swoich podatków na danym park, wykupienie członkostwa w stowarzyszeniach wielbicieli parku czy przez zakup powiązanych z parkiem gadżetów marketingowych (koszulek, toreb etc.). Innymi słowy, parki tego rodzaju są ogólnodostępną publiczną przestrzenią kultury, edukacji i rozrywki, lecz jednocześnie emanacją przedsiębiorczości.

## Fundusze unijne w Polsce, przestrzeń publiczna i marketing miasta

Od momentu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej i uruchomienia dotacji europejskich płynących z puli Europejskiego Funduszu Spójności przestrzeń publiczna w naszym kraju zaczęła podlegać stopniowym przemianom. Jednak ze względu na stopień wcześniejszego zaniedbania, chaos oraz lokalizacyjne rozproszenie inwestycji, pomimo bardzo dużej liczby różnorodnych przedsięwzięć efekty nie zawsze są odpowiednio wyeksponowane, a co za tym idzie – docenione. Faktem jest również i to, że napływ unijnych funduszy nie zawsze szedł w parze ze świadomością umiejętnego kształtowania przestrzeni miejskiej i nie tylko, w związku z czym z perspektywy czasu można powiedzieć, że o ile poczyniono wiele wydatków, nie zawsze owe wydatki przyniosły prawdziwie dobry efekt, nie zawsze też były racjonalne. Obserwacja wielu zrealizowanych w latach 2007–2013+

inwestycji związanych z przeobrażaniem przestrzeni miejskiej prowadzi do konkluzji, że szczególnie w początkowej fazie owych inwestycji przemiany przestrzeni publicznej były rozumiane i traktowane niezwykle powierzchownie, jako rodzaj estetyzacji, modernizacji. Ujmując rzecz nieco dosadniej, polegały na zaspokojeniu najbardziej podstawowych potrzeb: wymianie krzywych betonowych płyt chodnikowych na kostkę brukową (będącą przez wiele lat synonimem estetycznego kunsztu), zabrukowywaniu nową nawierzchnią placów miejskich, nierzadko kosztem zieleni i rosnących tam drzew. Poświęcono środki także na specyficznie rozumiane upiększanie – lokowanie w przestrzeni placów i parków pomników, fontann, tworzenie kwietników, sadzawek i tzw. małą architekturę: wymianę ławek, lamp ulicznych itp. Znaną od wielu dekad dziedzinę architektury krajobrazu sprowadzono do swego rodzaju estetyzacji otoczenia, polegającej w wielu przypadkach głównie na powielaniu dostrzeżonych tu i ówdzie wzorców i rozwiązań bez związku z charakterem miejsca, jego relacjami z otoczeniem, funkcją przestrzenną i społeczną.

Wraz z upływem czasu, choć jest to proces powolny, wzmacnia się jednak stopniowo świadomość wszystkich aktorów procesu kształtowania i użytkowania przestrzeni miejskiej, co słusznie skutkuje zwiększającymi się wobec niej wymaganiami. Powoli wzrasta również świadomość wartości i siły oddziaływania dobrze zaprojektowanej, dostępnej i atrakcyjnej przestrzeni miejskiej, także w ujęciu ekonomicznym. Realizacje powstające w ostatnich latach coraz częściej prezentują wysoki standard projektowy i wykonawczy, dostarczając polskim miastom, a także wsiom, prawdziwie funkcjonalnej, dobrej przestrzeni do życia. Funkcjonalne, atrakcyjne i dostępne otoczenie przyciąga ludzi i tzw. biznes, stymuluje do działań, także inwestycyjnych, lub usprawnia dotychczasowe funkcje. Wiele instytucji i organizacji, takich jak urzędy miast czy lokalne oddziały Stowarzyszenia Architektów Polskich (SARP), czując potrzebę uwypuklenia znaczenia tworzenia dobrej jakości przestrzeni publicznych, organizuje od lat konkursy na najlepiej zagospodarowaną przestrzeń publiczną w swoich województwach. Każdego roku również Towarzystwo Urbanistów Polskich (TUP) organizuje „Konkurs na najlepszą przestrzeń publiczną w Polsce”. W ostatnich latach wśród nagrodzonych i nominowanych realizacji można znaleźć dużo wyjątkowo udanych, z których wiele powstało właśnie dzięki efektywnemu i twórczemu wykorzystaniu funduszy unijnych. Są wśród nich i takie, które można dziś z całą pewnością zaprezentować jako flagowe przykłady znakomitego wykorzystania potencjału przestrzeni publicznej w marketingu miast na skalę ponadlokalną, a wręcz międzynarodową.

## Wybrane przykłady dobrych praktyk

O szczególnie udanych efektach działań w sferze rewitalizacji miejskich przestrzeni publicznych można dziś mówić w Szczecinie, dzięki transformacji placu Solidarności i budowie obiektu Centrum Dialogu Przełomy (projekt: KWK Promes), dodatkowo sąsiadującego z obiektem Filharmonii im. Mieczysława Karłowicza (projekt: Estudio Barozzi Veiga/Studio A4). Organicznie ukształtowany, lekko falujący plac, zaprojektowany jednocześnie jako przykrycie schowanego pod nim muzeum, otrzymał międzynarodową nagrodę dla najlepszej przestrzeni publicznej w Europie (2015), a ponadto (jako że jest to plac i budynek jednocześnie) dla najlepszego obiektu kulturalnego wybudowanego w 2016 r. oraz dla najlepszego budynku na świecie (2016). Realizacja doczekała się także nominacji do innej prestiżowej nagrody – Miesa van de Rohe Award 2017. Wybudowana

tuż przy placu Solidarności filharmonia w 2015 r. także zdobyła główną nagrodę we wspomnianym międzynarodowym konkursie Mies van der Rohe Awards. Obie realizacje rozświetliły Szczecin nie tylko w Europie, ale też na świecie. Tymczasem równoległe do nich trwają prace rewitalizacyjne nadodrzańskich bulwarów (do 2013 r. przekształcono nabrzeża po stronie tzw. Łasztowni oraz Starego Miasta), a także innych obszarów objętych programem rewitalizacji. W kontekście ujęcia marketingowej wartości przestrzeni publicznej warto wspomnieć o powstałej w 2008 r. strategii rozwoju marki miasta Szczecin, z perspektywą do 2050 r., gdzie miasto zostało określone mianem pływającego ogrodu (Gołębiewski, 2014: 44). Wieloletnia strategia wdrożenia obejmuje swoimi założeniami wiele aspektów: stworzenie i realizację nowej wizji miasta i działania w zakresie zagospodarowania wolnych lub zdegradowanych przestrzeni miasta oraz nowych inwestycji.

W Gdańsku w latach 2009–2015 zrealizowano tymczasem cztery projekty rewitalizacyjne, dotyczące dzielnic: Dolne Miasto, Dolny Wrzeszcz, Nowy Port i Letnica. W obrębie wytypowanych uprzednio obszarów problematycznych dokonano działań inwestycyjnych, a także intensywnie współpracowano z lokalnymi społecznościami. Efekty przemian zostały szybko docenione nie tylko przez mieszkańców, ale też przez forum międzynarodowe: „Rewitalizacja Dolnego Miasta w Gdańsku” została nagrodzona w konkursie organizowanym przez Komisję Europejską wyłaniającym najbardziej udane projekty regionalne – RegioStars 2016 w kategorii CityStar – Innowacyjne rozwiązania dla obszarów miejskich. Dzielnica Dolne Miasto, choć położona w obrębie historycznego Śródmieścia i w bliskości centrum starówki, dotychczas była obszarem o złym stanie zabudowy, infrastruktury i trudnej sytuacji społeczno-ekonomicznej. Prace rewitalizacyjne w tym miejscu miały szeroki zasięg – od remontów istniejącej zabudowy i przekształceń przestrzeni publicznych, przez prace infrastrukturalne, po działania społeczne, czego efektem stało się przekształcenie wcześniej zaniedbanego fragmentu miasta w miejsce o nowym, odświeżonym wizerunku, szerokiej ofercie aktywności kulturalnych (przebudowa porzuconego budynku miejskiej łaźni i stworzenie tam Centrum Sztuki Współczesnej „Łaźnia”). Realizacja doczekała się również nominacji do nagrody na najlepszą przestrzeń publiczną Towarzystwa Urbanistów Polskich 2017.

Wyjątkowym w skali kraju przykładem szeroko zakrojonego przedsięwzięcia rewitalizacyjnego w znacznym stopniu dotowanego z puli unijnych funduszy jest katowicka „Strefa Kultury” utworzona na terenach dawnej kopalni węgla kamiennego Katowice, w sąsiedztwie słynnego Spodka. W obrębie „Strefy” jako nowej, rozplanowanej urbanistycznie przestrzeni publicznej, rozlokowano najbardziej prestiżowe nowe miejskie obiekty kulturalne, których projekty wyłaniano w międzynarodowych konkursach architektonicznych. Znalazły się tam znane już dziś i nagradzane obiekty, takie jak: siedziba Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia (projekt: Konior Studio), Muzeum Śląskie (projekt: Riegler Riewe Architekten) oraz wyróżnione m.in. Grad Prix w konkursie „Najlepsza Przestrzeń Publiczna SARP Katowice” – Międzynarodowe Centrum Kongresowe, którego zielony dach stanowi rozwinięcie przestrzeni publicznej.

Dobrymi przykładami inwestycji w przemianę przestrzeni publicznej, które silnie wpłynęły na jakość miejskiego życia i na promocję miasta, są przykłady krakowskie. Wśród nich m.in. tzw. Kładka Ojca Bernatka, zwaną „Bernatką”, łącząca dzielnicę Kazimierz ze Starym Podgórzem. Jej powstanie diametralnie zmieniło charakter dochodzących do niej ulic, ożywiając je. Kładka stała się jedną z głównych atrakcji miejskich, a w jej sąsiedztwie powstały dziesiątki kawiarni, restauracji i sklepów. Obszar ten stał się szybko



łakomym kąskiem także dla deweloperów, lokujących w tej okolicy prestiżowe inwestycje mieszkaniowe. W tym samym rejonie miasta, po stronie Starego Podgórza powstała też znana już Cricoteka. Jej ogólnodostępny dziedziniec, ponad którym rozpięto lustrzane „podbrzusze” bryły muzeum i z którego można podziwiać panoramę Krakowa, stał się znakomitą rozwinięciem istniejącej sieci przestrzeni publicznych.

Odkrywanie potencjału drzemiącego na terenach miejskich nieużytków bądź obszarów o charakterze poprzemysłowym stanowi zawsze niebagatelne wyzwanie dla miast, niemniej jednak inwestycje tego rodzaju pozwalają na rozszerzenie istniejącej sieci przestrzeni publicznej i wzbogacenie jej o nowe, atrakcyjne miejsca. Jednym z przykładów tego rodzaju na naszym rodzimym gruncie jest rewitalizacja Wyspy Młyńskiej w Bydgoszczy. Ta szczególna i centralnie położona na mapie miasta lokalizacja ma niezwykle bogatą historię sięgającą wielu wieków wstecz. Dawniej znajdowały się tutaj m.in.: młyny, łaźnia miejska, tartak, spichrze, rozbudowany zespół fabryczny mennicy, a także miejskie ogrody. W XIX w. wybudowano tu kilka ważnych, dobrze prosperujących młynów (m.in.: Wilhelm, Rudolf, Młyn Camphausena). Współcześnie Wyspa zyskała zupełnie nowe funkcje, nie tracąc przy tym swojej poprzemysłowej tożsamości. Dawne zabudowania młyńskie przekształcono w obiekty kulturalne – muzealno-ekspozycyjne, dawne ogrody mieszczańskie zmieniono w ogólnodostępny park, a także przebudowano nabrzeże, tworząc wokół wyspy rodzaj bulwarów spacerowo-widokowych. Wyspa pełni też funkcje usługowo-komercyjne, gastronomiczne oraz hotelowe i rekreacyjne. Współczesna Wyspa Młyńska to „bezszwowo” wkomponowana w miejską tkankę, położona nieopodal bydgoskiego Starego Rynku dostępna wszystkim enklawa zieleni, atrakcja dla mieszkańców miasta i ważny punkt turystycznych wycieczek.

W skali miast mniejszych interesującym przykładem zmian w przestrzeni miejskiej jest zrealizowana w latach 2010–2013 (projekt w latach 2007–2010) rewitalizacja ściśle śródmiejskiej strefy miasta Gorlice, w Małopolsce. Inwestycja była współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Starówka Gorlic skupia na swoim obszarze liczne obiekty o charakterze kulturalnym, oświatowym oraz publiczno-administracyjnym. Wśród nich znajduje się 37,5% obiektów wpisanych do rejestru zabytków i 39% obiektów znajdujących się w ewidencji zabytków. Zrealizowany projekt nadania jej nowego, lepszego wizerunku polegał m.in. na ograniczeniu i regulacji dotychczasowej organizacji ruchu kołowego w obrębie strefy śródmiejskiej, a także na poprawie nawierzchni, ulic i placów, dodaniu nowych elementów wyposażenia – balustrad, ławek, oświetlenia, małej architektury, renowacji murów oporowych. Rewitalizowany obszar w znacznym stopniu dostosowano do potrzeb przemieszczania się osób o ograniczonych możliwościach ruchowych, poprawiono system kanalizacji sanitarnej, przearanżowano układ funkcjonalny rynku i okolic oraz wkomponowano weń nowe obiekty o charakterze wielofunkcyjnym i informacyjno-turystycznym (Pawilon Historii Miasta – Tygła Kulturowego), uporządkowano zielen, utworzono specjalne tarasy widokowe. Przekształcenia obszaru gorlickiej starówki przyniosły wiele wymiernych i niewymiernych korzyści, takich jak bezpośredni wzrost zatrudnienia (np. obsługa w Pawilonie Historii Miasta), poprawa jakości miejskiej przestrzeni publicznej oraz jej infrastruktury technicznej, a także podniesienie jej popularności i dostępności.

Przedsięwzięciem o jeszcze szerszej skali, choć również dotyczącym miejskiej starówki, sfinansowanym dzięki dotacjom Unii Europejskiej jest wieloetapowy proces rewitalizacji Starego Miasta Zamość. W 1992 r. zostało ono wpisane na *Listę światowego*

*dziedzictwa UNESCO*. Od tego momentu władze miejskie rozpoczęły działania na rzecz uruchomienia procesu rewitalizacji tej wartościowej dzielnicy. Dzięki funduszom unijnym pozyskanym w latach 2004–2006 udało się zrealizować kolejne projekty inwestycyjne: „Rewitalizacja zabytkowego Starego Miasta w Zamościu”, etapy I, II i V, a także w ramach odrębnego projektu, dokonać konserwacji, renowacji i adaptacji na cele kulturalne zespołów fortyfikacji Starego Miasta w Zamościu. W ramach prac dokonano także odnowy Rynku Wielkiego (jeden z największych XVI-wiecznych placów Europy), a także pobliskich kwartałów kamienicznej zabudowy; wyremontowano też ratusz i przestrzenie uliczne. Obecnie, z perspektywy czasu można dokonać oceny i ewaluacji efektów przeprowadzonych zmian – stary „nowy” Zamość przyciąga coraz więcej turystów, którzy na obszarze starówki znajdują tam nie tylko szeroki program kulturalny i rozrywkowy, ale również bogatą i ciągle rozwijającą się ofertę usług – galerii, kawiarni, sklepów, restauracji itp.

## Partnerstwo publiczno-prywatne w Polsce

Partnerstwo publiczno-prywatne (PPP) jest instrumentem realizacji zadań publicznych w wielu krajach w Europie i na świecie (takich jak Wielka Brytania, Hiszpania, Niemcy, Australia) już od ponad 20 lat (Zaremba, Herbst, 2010: 3), w Polsce dopiero zaczyna być stopniowo i dość powściągliwie doceniane i wdrażane. Rynek PPP w Polsce istnieje, chociaż jest jak dotąd wąski, niedojrzały i przeważają w nim projekty o niewielkiej skali i bardzo małe, prowadzone przede wszystkim przez samorządy lokalne. Pomimo że pierwsza ustawa dotycząca tego zagadnienia powstała w 2005 r., na jej podstawie nie stworzono żadnego partnerskiego projektu (Jadach-Sepioło, Sobiech-Grabka, Herbst, 2015: 32–33). Powodem chłodnego podejścia do tej formy współdziałania sektorów publicznego i prywatnego była po pierwsze wspomniana wcześniej obawa o pejoratywne konotacje podobnych związków, a po drugie, na równi z poprzednim czynnikiem, słaba znajomość mechanizmów ich działania oraz znacznie większa dostępność dotacji unijnych. W chwili obecnej w ramach polskiego systemu prawnego głównymi aktami regulującymi kwestię współpracy publiczno-prywatnej tego rodzaju są: *Ustawa z 19 grudnia 2008 roku o partnerstwie publiczno-prywatnym* oraz *Ustawa z 9 stycznia 2009 roku o koncesji na roboty budowlane lub usługi*. Poza tymi dwiema ustawami zagadnienia PPP dotyczą również szeregu innych aktów wykonawczych wchodzących w zakres m.in.: prawa zamówień publicznych, ustawy o gospodarce komunalnej, gospodarce nieruchomościami, działalności pożytku publicznego i wolontariacie (Jadach-Sepioło, Sobiech-Grabka, Herbst, 2015: 32–33). Dzięki powyższym regulacjom w latach 2009–2014 nastąpiło pewne ożywienie i rozpoczęto realizację różnego rodzaju projektów. Według badań Centrum PPP w Polsce, w roku 2015 realizowano około 81 umów PPP. W kontekście przekształceń przestrzeni publicznych w polskich miastach trzeba przyznać, że szereg przedsięwzięć zostało nakierowanych na modernizację ulic, rynków, placów, a nawet większych obszarów w miastach. Nie wszystkie one odnosiły się i odnoszą w sposób dosłowny do odnowy przestrzeni publicznych jako takich. Wiele inicjatyw dotyczących realizacji projektów budowlanych – mieszkaniowych, infrastrukturalnych, edukacyjnych, rekreacyjnych itd., dotyczących raczej architektury, nierzadko obejmowało też najbliższe otoczenie przedmiotowych budynków, co również miało bezpośredni wpływ na jakość przestrzeni miejskiej.

W bieżących latach zagadnienie partnerstwa publiczno-prywatnego ma szansę zyskać szerszy rozgłos nie tylko ze względu na zawężenie strumienia dotacji europejskich, lecz także z powodu uchwalenia *Ustawy z dnia 9 października 2015 roku o rewitalizacji* (Dz.U. 2015 poz. 1777) oraz utworzenia tzw. *Krajowej polityki miejskiej 2023*. W obu wymienionych dokumentach pojęcie rewitalizacji zostało wreszcie zdefiniowane już nie, jak dotychczas się zdarzało, jako prace modernizacyjne, ale jako (według art. 2.1 ustawy o rewitalizacji): „proces wyprowadzania ze stanu kryzysowego obszarów zdegradowanych, prowadzony w sposób kompleksowy, przez zintegrowane działania na rzecz lokalnej społeczności, przestrzeni i gospodarki, skoncentrowane terytorialnie, prowadzone przez interesariuszy rewitalizacji na podstawie gminnego programu rewitalizacji”. Działania rewitalizacyjne mają być zatem procesem włączającym weń poza władzami samorządowymi wielu innych kluczowych aktorów, w tym mieszkańców i organizacje pozarządowe, a także przedsiębiorców i inwestorów. Pula finansowa Unii Europejskiej na lata 2014–2020 jest nacelowana właśnie na stymulację procesów o charakterze rewitalizacyjnym. Niemniej jednak po pierwsze, środki z dotacji w dłuższej perspektywie wieloletnich programów rewitalizacji mogą okazać się niewystarczające, a po drugie – aktywne angażowanie sektora prywatnego w procesy naprawcze ma głęboki sens w samej idei „ożywiania” obszarów miejskich. W tym właśnie kontekście mechanizmy PPP mogą zyskać w Polsce większą popularność i mieć szersze niż dotychczas zastosowanie. Tak było w przypadku znanych przykładów rewitalizacji londyńskich doków (London Docklands) czy berlińskiego Potsdamer Platz, gdzie wykorzystano mechanizmy współpracy sektora publicznego i prywatnego na zasadach PPP. Co interesujące, szczególnie odkąd w 2013 r. w prawie Unii Europejskiej została zawarta definicja PPP istnieje także możliwość jego dodatkowego wsparcia ze środków polityki spójności i tworzenia swego rodzaju partnerstwa hybrydowego. Warto dodać, że przed tą datą włączanie dotacji unijnych w mechanizmy PPP było popierane przez Komisję Europejską, z tym że wytyczne z nimi związane były dopiero w fazie tworzenia, np. *Wytyczne dotyczące udanego partnerstwa publiczno-prywatnego* (opublikowane przez Dyrektoriat Generalny Polityka Regionalna), ukazały się w 2003 r. (Zaremba, Herbst, 2010: 41). Późniejsze dokumenty programowe na lata 2007–2013, strategia *Europa 2020* i generalne założenia polityki spójności po 2013 r. wskazują na możliwość uruchamiania tej ścieżki zróżnicowania finansowania przedsięwzięć rozwojowych (Szafran, 2013: 198). Warto wspomnieć, że inicjatywa współpracy wychodzi nie tylko ze strony instytucji publicznych, europejskich czy krajowych, lecz również ze świata biznesu. Już w 2010 r. Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (World Business Council for Sustainable Development) opublikowała raport *Vision 2050*, dotyczący wyzwań zrównoważonego rozwoju firm i odnoszący się także do zagadnienia współpracy z sektorem publicznym. W Polsce *Vision 2050* sprowokował dyskusję na temat możliwości i barier związanych z próbami realizacji mechanizmów PPP na rodzimym gruncie. Efekty tej dyskusji znalazły ucieleśnienie w postaci Grupy Roboczej Partnerstwo Publiczno-Prywatne, która zajęła się ich identyfikacją. Podstawowe bariery dotyczą braku jednej instytucji koordynującej tego rodzaju działania, braku znajomości mechanizmów PPP i nierealistycznych oczekiwań wobec partnerów prywatnych, braku precyzyjnych przepisów prawnych związanych z kosztorysowaniem PPP, lęku przed brakiem transparentności procesów i zarzutami niegospodarności (Rytel, 2014: 62).

Pomimo wspomnianych wyżej dylematów stopniowo wyłaniają się przedsięwzięcia, które mają szansę stać się w przyszłości pilotażowymi przykładami, miejmy nadzieję,

mechanizmów PPP. Jednym z najświeższych, a zarazem jednym z niewielu realizowanych dotąd w Polsce projektów tego typu o dużej skali jest kompleksowe zagospodarowanie i zabudowa północnego cypla Wyspy Spichrzów w Gdańsku, opierające się na zapisach tamtejszego *Miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego*. Miasto Gdańsk wnosi w powyższe przedsięwzięcie wkład własny w postaci nieruchomości, której własność zostanie przeniesiona na prywatnego partnera w zamian za realizację zaplanowanych działań. W ramach przedsięwzięcia ten dotąd zdegradowany obszar miasta ma zostać zrewitalizowany: powstanie tam nowa zabudowa o wysokich walorach architektonicznych (hotel, zabudowa mieszkaniowa, parking podziemny, restauracje, usługi, biura), odbudowane zostaną infrastruktura techniczna i przestrzeń publiczną, odpowiednią opieką zostaną objęte również istniejące na tym terenie zabytki. Powstaną m.in. nowy plac miejski, ruchoma (obrotowa – w celu umożliwienia żeglugi na gdańskiej Martwej Wiśle) kładka dla pieszych, łącząca Wyspę z Głównym Miastem, przebudowane zostanie Długoie Pobrzeże itp. Pierwsze etapy prac obejmą budowę obiektów użyteczności publicznej (Jadach-Sepioło, Sobiech-Grabka, Herbst, 2015: 28).

### Przedsiębiorcze postawy mieszkańców

Współczesność coraz silniej akcentuje potrzebę wciągania mieszkańców w procesy przeobrażeń przestrzeni miejskich. Tego przywileju, opartego nie tylko na czcnych dyskusjach konsultacyjnych, ale też na realnych negocjacjach wpływających na kształt planowanych przemian, domagają się sami mieszkańcy, coraz częściej biorąc sprawy w swoje ręce – organizując manifestacje, pikety, happeningi bądź czynnie uczestnicząc w takich wydarzeniach organizowanych oddolnie przez rozmaite organizacje pozarządowe, a także coraz popularniejsze nieformalne obywatelskie ruchy miejskie. Wspomniany wcześniej dokument ustawy o rewitalizacji kładzie ogromny nacisk na aspekt partycypacji społecznej w procesach wyprowadzania ze stanu kryzysowego obszarów wymagających tego rodzaju interwencji, a także wskazuje sposoby i formy jej wdrażania na etapie przygotowania, prowadzenia i oceny procesów rewitalizacyjnych. Wątek partycypacji jest równie mocno uwidoczniiony w dokumencie *Krajowa polityka miejska 2023*. Niezależnie od tego, wszędzie tam, gdzie mieszkańcy lokalnych społeczności nie mogą doczekać się pożądanej ingerencji władz, skutkującej przemianami w jakości otaczającej ich przestrzeni, coraz częściej pojawiają się obywatelskie akcje nasadzania zieleni, aranżowania tymczasowych placów zabaw, siedzisk etc.

Wyrazem przedsiębiorczych postaw oddolnych jest odbywający się od 2011 r. Kongres Ruchów Miejskich, zainicjowany zresztą przez działające oddolne Stowarzyszenie My-Poznaniacy. Jego uczestnicy i organizatorzy to przede wszystkim mieszkańcy miast, aktywiści, społecznicy, architekci, urbaniści, a także urzędnicy miejscy zapraszani do wspólnej debaty. Kongres służy tworzeniu platformy współpracy między różnymi oddolnie tworzonymi stowarzyszeniami i organizacjami, które od lat funkcjonują w wielu polskich miastach, działając na rzecz ich przestrzeni publicznej i nie tylko. Siła owych fundacji, kooperatyw, stowarzyszeń stale się zwiększa, przynosząc miastom ciekawe propozycje rozwiązań najrozmaitszych problemów i konfliktów miejskich.

Jednym z przykładów są efekty wieloletniej działalności łódzkiej Fundacji Normalne Miasto – Fenomen, która doprowadziła m.in. do powstania pierwszych w Polsce transformacji śródmiejskich ruchliwych ulic pełnych samochodów w tzw. *woonerfy*.

Pochodzące z Holandii „ulice do mieszkania”, czyli rodzaj pieszo-jezdných traktów, o spowolnionym ruchu i priorytecie ruchu pieszego oraz rowerowego, rozpowszechniły się w wielu krajach europejskich i nie tylko jako antidotum na dominację samochodu w przestrzeniach miejskich. W 2012 r. Fundacja Fenomen zainicjowała tymczasowe wydarzenie, polegające na zamknięciu fragmentu jednej z łódzkich ulic – ulicy 6 Sierpnia – dla ruchu kołowego w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu. Owo zamknięcie trwało zaledwie jeden dzień i polegało na przywróceniu ulicy pieszym, mieszkańcom, stworzeniu w obrębie „uwolnionej” przestrzeni ogródków kawiarnianych, otwierając ją dla lokalnych przedsiębiorców – właścicieli kawiarni, restauracji i sklepów, a także mieszkańców i przechodniów. Okazało się, że inicjatywa dała wkrótce asumpt do kolejnych – i to trwałych – przeobrażeń. W 2013 r. Fundacja Fenomen z pomocą architekta Bartosza Zimnego stworzyła projekt koncepcyjny przekształcenia ulicy 6 Sierpnia w prawdziwy *woonerf*. Prowadzone równoległe konsultacje społeczne i warsztaty doprowadziły do rozpowszechnienia pomysłu i pozyskania szerokiego poparcia lokalnych mieszkańców dla tej koncepcji. Projekt został zgłoszony w ramach uruchamianego w tym czasie po raz pierwszy w Łodzi budżetu obywatelskiego i wygrał głosowanie, dzięki czemu w 2014 r. nastąpiła jego realizacja, która do dziś pozostaje sztandarowym, pionierskim przykładem przedsiębiorczych postaw oddolnych, a przy tym uruchomiła kolejne podobne inicjatywy nie tylko w Łodzi, ale i w innych miastach. Warto wspomnieć, że znaczne spowolnienie ruchu oraz wprowadzenie restrykcyjnych i bardzo ograniczonych możliwości parkowania, wzmocniło funkcjonowanie skupionych wzdłuż ulicy biznesów. Dawny „przelotowy” charakter ulicy, niski standard chodników, jej szarość i nijakość nie przyciągały w to miejsce rzesz odwiedzających, co w chwili obecnej uległo znaczącej zmianie. Od tamtej pory, co roku, 6 sierpnia, mieszkańcy i lokalni przedsiębiorcy organizują otwarte dla wszystkich święto ulicy, przyciągające tłumy gości z całego miasta (Barański, 2016: 134).

W kontekście inicjatyw oddolnych i wzrastającej aktywności mieszkańców miast, wspomniany budżet obywatelski, który po raz pierwszy wprowadzono w Polsce w Sopocie w 2011 r., obecnie funkcjonuje już w wielu innych miastach i stopniowo staje się coraz efektywniejszym polem przedsiębiorczych działań samych mieszkańców miast, którzy dzięki własnej aktywności mogą bezpośrednio, a przy tym demokratycznie, dysponować częścią miejskich wydatków.

## Podsumowanie

Przedsiębiorcze podejście do kształtowania miejskich przestrzeni publicznych w realiach wolnorynkowych jest niezwykle istotne, lecz musi wiązać się ściśle z wiedzą na temat złożoności i wielowymiarowości funkcjonowania miasta, a także z szacunkiem do jego mieszkańców, użytkowników i ich prawa do przestrzeni. Powinno również respektować zapisaną w regulacjach prawnych z zakresu planowania przestrzennego konieczność ochrony przestrzeni publicznych wyodrębnionych w lokalnych planach miejscowych jako obszary o szczególnym znaczeniu, określonych także w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego.

Odległy wprawdzie, lecz inspirujący przykład Nowego Jorku pokazuje, jak długofalowym procesem jest konstruowanie lokalnych mechanizmów planowania przestrzennego i polityki miejskiej, jest także przykładem stale ulepszanego i zrównoważonego modelu

wykorzystania potencjału sektora prywatnego dla wspólnego dobra i budowy atrakcyjnego wizerunku miasta. Trwające obecnie w Polsce prace nad modyfikacjami systemu planowania przestrzennego wyrażające się w ustawie o rewitalizacji czy też ustawie krajobrazowej, w znacznym stopniu koncentrują się na podnoszeniu jakości miejskiej przestrzeni publicznej. Opublikowany w 2015 r. dokument *Krajowa Polityka Miejska 2023*, wskazujący kierunki dalszego rozwoju miast każdej skali, również akcentuje potrzebę dążenia do wielotorowego polepszania jej standardów i rewitalizacji. Przytoczone w artykule przykłady dobrych praktyk, choć stanowią zaledwie niewielki procent udanych realizacji tego rodzaju, pokazują, jak silnym elementem przedsiębiorczości i marketingu miasta mogą być inwestycje w przestrzeń publiczną. W procesach rewitalizacyjnych, które już następują bądź będą następowały na podstawie nowych ustawowych instrumentów planistycznych (takich jak gminne programy rewitalizacji, specjalne strefy rewitalizacji, miejscowe plany rewitalizacji, pogłębiona partycypacja społeczna itd.) szeroko rozumiana miejska przedsiębiorczość może i będzie mogła odegrać ważną rolę w tworzeniu przestrzeni generującej zyski, lecz mimo to niezawłaszczanej przez podmioty prywatne (Jopek, 2016: 193), a stanowiącej wartościowe, zrównoważone środowisko życia. To ciekawy wątek, który pełni też znaczącą funkcję w budowaniu mechanizmów dojrzałej, współczesnej, można by rzec, „oświeconej” polityki miejskiej i kultury planowania przestrzennego, łączącej interesy publiczne z interesami prywatnymi, równoważąc negatywne aspekty podobnych relacji, takie jak: zjawiska komercjalizacji, prywatyzacji, gentryfikacji czy też tematyizacji przestrzeni miejskich. Kontekst bieżącej perspektywy unijnego finansowania, ale i fakt, że po 2020 r. strumień płynących do Polski dotacji najprawdopodobniej znacznie się skurczy, sprawiają, że jednostki samorządu terytorialnego muszą odznaczać się dużą efektywnością w pozyskiwaniu i wydatkowaniu zasobów finansowych, a także w niedalekiej przyszłości – w otwarciu się na inwestycje typu PPP. Czynnikiem warunkującym zaistnienie większej liczby realizacji opartych na tego rodzaju partnerstwie oraz generalnie rozwój wydaje się być przedsiębiorcze podejście zarówno po stronie władz i instytucji publicznych, jak i sektora prywatnego oraz społeczności lokalnych, których oddolne inicjatywy mają coraz silniejszy wpływ na procesy planistyczne i obraz miast.

## Literatura

## References

- Ascher, K., Uffer, S. (2015). *The High Line Effect*. Materiały konferencyjne Council on Tall Buildings and Urban Habitat. Nowy Jork. Pozyskano z: <http://global.ctbuh.org/resources/papers/download/2463-the-high-line-effect.pdf>
- Ashworth, G.J., Voogd, H. (1990). *Selling the City. Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*, Londyn: Belhaven Press.
- Barański, H. (2016). Ulice do mieszkania. *Magazyn Miasta*, 2(14)
- Curtis, W.J.R. (2013). Notes on the “Bilbao Effect”. W: W. Wang (red.) *Culture: City*. Gratz: Lars Müller Publishers, 58-61..
- Gołębiewski, J. (2014). Szczecin – cała naprzód. Transformacja szczyecińskich obszarów nadwodnych. *Architektura & Biznes*, 09, 40–49.
- Gontarz, J., Gutowska, I., Rokita, A. (2015). *Polska pięknieje – 7 cudów funduszy Unii Europejskiej*. Warszawa: Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju.
- Harvey, D. (2012). *Bunt miast. Prawo do miasta i miejska rewolucja*. Warszawa: Bęc Zmiana.
- Jadach-Sepioło, A., Sobiech-Grabka, K., Herbst, I. (2015). *Partnerstwo publiczno-prywatne w rewitalizacji*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

- Jasiński, A. (2014). Architekt i biznes. *Architektura & Biznes*, 01, 50–51.
- Jopek, D. (2016). Kształtowanie przestrzeni publicznych jako jeden z elementów planowania rozwoju miasta. *Przestrzeń i Forma*, 28, 181–194. DOI: 10.21005/pif.2016.28.C-03
- Kayden, J.S. (2000). *Privately Owned Public Space. The New York City Experience*. Nowy Jork: John Wiley & Sons.
- Rytel, M. (2014). Wspólna odpowiedzialność. Biznes w mieście. *Magazyn Miasta*, 2(8), 61–63.
- Sokołowicz, M.E. (2016). Marketing miasta. W: Z. Przygodzki (red.), *EkoMiasto#Zarządzanie. Zrównoważony, inteligentny i partycypacyjny rozwój miasta*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 83–107.
- Szafran, J. (2013). Kierunki i zakres stosowania partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia*, XLVII(1), 189–199.
- Wantuch-Matla, D. (2016), *Przestrzeń publiczna 2.0. Miasto u progu XXI wieku*. Łódź: Wydawnictwo Księży Młyn.
- Zaremba, P., Herbst, I. (2010). *Fundusze Europejskie szansą rozwoju PPP w Polsce*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.
- Zuziak, Z.K. (2002). Nowe przestrzenie podróży. Przestrzenie publiczne węzłów transportu. W: M. Kochanowski (red.), *Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.
- Zuziak, Z.K. (2012). Rewitalizacja miast i teoria urbanistyki. *Czasopismo Techniczne – Architektura*, 12(109), 7–18.

**Dorota Wantuch-Matla**, dr inż. arch., Uniwersytet Pedagogiczny, Wydział Geograficzno-Biologiczny, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Jest architektem (absolwentka Wydziału Architektury Politechniki Krakowskiej, gdzie również w 2003 r. obroniła pracę doktorską), a obecnie adiunktem w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania badawcze są skoncentrowane m.in. wokół: jakości, mechanizmów funkcjonowania, przeobrażeń i kształtowania przestrzeni publicznych na obszarach zurbanizowanych, rewitalizacji oraz badań przekształceń przestrzeni publicznych w Polsce, następujących dzięki funduszom unijnym.

**Dorota Wantuch-Matla**, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. She is an architect, a graduate of the Faculty of Architecture of Cracow University of Technology (MSc., PhD) and assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of the Pedagogical University of Cracow. Her research interests focus, among others, on: quality, mechanisms of functioning, transforming and creating urban public spaces, revitalisation and research on changes of public spaces in Polish cities and towns due to European funds and grants.

**Adres/Address:**

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej  
Instytut Geografii  
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej  
ul. Podchorążych 2  
30-084 Kraków, Polska  
e-mail: [dwantuch@up.krakow.pl](mailto:dwantuch@up.krakow.pl)