

Komercjalizacja i prywatyzacja przestrzeni publicznej w Polsce

Commercialization and privatization of public space in Poland

Adrian Solek

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, adrian.solek@uek.krakow.pl

Streszczenie:

Dobrze zaprojektowana przestrzeń publiczna generuje korzyści ekonomiczne i społeczne dla jej użytkowników. W ostatnich dekadach w Polsce obserwuje się narastanie zjawiska jej prywatyzacji i komercjalizacji, przejawiające się w szczególności w grodzieńiu osiedli mieszkaniowych, ekspansji reklam, a także zawłaszczaniu symbolicznego charakteru terytorium wspólnego. Rodzi to problemy natury etycznej i społecznej (utrwalanie nierówności, degradacja znaczenia przestrzeni dla wspólnoty lokalnej, wypieranie norm społecznych przez normy rynkowe etc.). U podstaw tych tendencji leżą m.in. zmiany, jakie zaszły w polskim społeczeństwie po 1989 r. Przywrócenie i ochrona publicznego charakteru przestrzeni wymagają podjęcia kroków na szczeblu ustawowym i samorządowym oraz zaangażowania samych mieszkańców.

Słowa kluczowe: przestrzeń publiczna, dobra publiczne, ekonomia neoklasyczna, prywatyzacja, komercjalizacja.

Abstract:

A well-designed public space generates economic and social benefits for its users. During the last two decades, Poland has experienced increasing privatization and commercialization of public space, which manifests itself in the fencing of housing estates, the expansion of outdoor advertisements, and the appropriation of symbolic aspects of the territory. It raises social and ethical problems (strengthening social inequalities, diminishing the meaning of public space for the local community, substituting social norms with market benchmarks, etc.). Underlying these tendencies are, among others, changes that occurred in Polish society after 1989. Restoring and protecting the public character of space requires legislation and local enforcement as well as an active role of the residents.

Keywords: public space, public goods, neoclassical economics, privatization, commercialization.

1. Pojęcie i funkcje przestrzeni publicznej

Jakość życia jest funkcją nie tylko indywidualnych zasobów, będących w posiadaniu jednostki, ale również jakości otoczenia, w którym ona żyje, i relacji społecznych, których jest częścią. Oba te aspekty funkcjonowania człowieka skupiają się w specyficznym środowisku, jakim jest przestrzeń publiczna. W licznych definicjach tego pojęcia dają się wyróżnić pewne powtarzalne elementy, jakimi są nieograniczony dostęp do tej przestrzeni oraz funkcja nawiązywania i podtrzymywania relacji społecznych. Zdaniem różnych autorów:

– przestrzeń publiczna „jest generalnie otwarta publicznie bez ograniczeń korzystania (użytkowania) w ramach jej funkcji i bez konieczności uzyskania szczególnego zezwolenia” (Nissen, 2008);

– przestrzeń publiczna „jest przeznaczona na potrzeby realizacji bezpośrednich kontaktów oraz inne potrzeby społeczne, jednocześnie fizycznie dostępna dla wszystkich zainteresowanych osób” (Lorens, 2010);

– jest to „obszar, na którym dokonuje się szerokie spektrum interakcji oraz działań społecznych dokonywanych publicznie: spotkań, rekreacji, manifestacji politycznych, obrzędów religijnych, działań artystycznych, handlu” (Pancewicz, 2010);

– „wspólność» rozumiana jest jako brak indywidualnego prawa do miejsca, przy jednoczesnym prawie każdego do użytkowania go” (Mironowicz, 2010).

Pojęcie przestrzeni publicznej pojawia się też w ustawie z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, która w art. 2 definiuje ją jako „obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokojenia potrzeb mieszkańców, poprawy jakości ich życia i sprzyjający nawią-

zywaniu kontaktów społecznych ze względu na jego położenie oraz cechy funkcjonalno-przestrzenne, określony w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy”. Zgodnie z przytoczonymi definicjami do obszarów takich należy zaliczyć drogi, ulice, place, stale dostępne budynki, jak również krajobraz przyrodniczy.

Na podstawie przytoczonych powyżej definicji przyjmuje się na potrzeby niniejszej pracy określenie przestrzeni publicznej jako dostępnego dla wszystkich bez ograniczeń obszaru, którego właściwości fizyczne i funkcjonalne sprzyjają nawiązywaniu i podtrzymywaniu interakcji społecznych, umożliwiających budowanie wśród jej użytkowników poczucia wspólnoty.

Należy podkreślić, że forma własności jest tutaj nieistotna – publiczny charakter przestrzeni odnosi się do jej funkcji i dostępności, a nie do rodzaju podmiotu mającego prawa rozporządzania nią. Innymi słowy, istnieje przestrzeń publiczna w posiadaniu podmiotów prywatnych lub zarządzana przez nie (*privately owned public space*), czego przykładem są choćby galerie handlowe czy spotykane najczęściej w USA, Kanadzie, Wielkiej Brytanii czy Niemczech *business improvement districts* (BIDs), czyli wydzielone obszary miast, zarządzane przez prywatnych inwestorów, którzy finansują ich utrzymanie, renowację, a także promocję i inne usługi z dodatkowych opłat pobieranych od podmiotów zlokalizowanych na tym terenie.

Publiczny charakter przestrzeni nie jest charakterystyką zero-jedynkową, lecz stopniowaną, wobec czego można wyróżnić także przestrzenie hybrydowe (semipubliczne), dostępne dla wszystkich użytkowników po spełnieniu określonych warunków, np. uiszczeniu opłaty, jak w przypadku kin, restauracji, komunikacji zbiorowej. Korzystanie z nich jest z reguły

obwarowane dodatkowymi warunkami regulującymi dopuszczalne zachowanie, ubiór etc.

Z przestrzenią publiczną wiążą się pewne uprawnienia dla osób korzystających z niej, w szczególności prawo dostępu, prawo do wypowiedzi i wolności zgromadzeń czy prawo do fotografowania, przy czym w określonych aktami prawnymi sytuacjach mogą być one ograniczone. Dla przykładu prawo do fotografowania nie jest tożsame z prawem do rozpowszechniania wizerunku – w myśl obowiązującej w Polsce ustawy z 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych Polsce zabronione jest wykorzystywanie wizerunku utworów wystawionych na stałe na ogólnie dostępnych drogach, ulicach, placach czy ogrodach do tego samego użytku, do jakiego zostały stworzone, np. fotografowanie budynku w celu postawienia podobnego. Z drugiej strony ustawodawstwo może rozszerzać uprawnienia charakterystyczne dla przestrzeni publicznej na obszary mające w zasadzie charakter prywatny, czego dobrą ilustracją jest obowiązujące w krajach skandynawskich *allemansrätten* (w języku szwedzkim: „prawo wszystkich ludzi”), stanowiące realizację zasady umożliwiania niemal nieograniczonego kontaktu człowieka z naturą. Zgodnie z nim każdy ma prawo poruszania się po wszystkich terenach nieogrodzonych, również prywatnych, i nocowania na nich przy zachowaniu odpowiedniej odległości od domostw i bez naruszania prywatności właściciela terenu. O wysokiej randze uprawnień do korzystania z przestrzeni publicznych świadczy też umocowanie ich w aktach prawnych wysokiej rangi, jak w Stanach Zjednoczonych, gdzie pierwsza poprawka do konstytucji i wyroki Sądu Najwyższego zabraniają władzom federalnym i stanowym ograniczania prawa do wypowiedzi i zgromadzeń na forum publicznym.

Dobrze zorganizowana przestrzeń publiczna sprzyja podniesieniu dobrostanu zarówno użytkujących ją osób, jak i całych społeczności. Korzyści ekonomiczne, jakie generuje, wynikają z osiedlania się nowych mieszkańców i przyciągania inwestorów, co przekłada się na wzrost przychodów podatkowych, jak również wzrost wartości nieruchomości; wyniki badań rynku przeprowadzone w Europie Zachodniej i USA potwierdzają, że bliskość terenów zielonych, jeziora lub rzeki czy też miejsc zabaw zwiększa ceny nieruchomości o 6% do 16% (Wooley, Rose, 2004; Luther, Gruehn, 2001; Phillips, 2000). Tereny zielone sprzyjają prowadzeniu aktywnego trybu życia (spacery, sport), umożliwiają przewietrzanie miast, obniżenie zanieczyszczenia powietrza i spadek temperatury w nich o kilka stopni. Jednak jeżeli chodzi o kapitał społeczny, istotniejsze są korzyści wynikające z możliwości wzajemnego kontaktu osób wywodzących się z odmiennych środowisk. Przestrzeń publiczna jest miejscem socjalizacji, może sprzyjać inkluzji społecznej i budowie więzi wspólnotowej, nie tylko w drodze nawiązywania codziennych relacji między jednostkami, ale również poprzez uczestniczenie w organizowanych na jej obszarze wydarzeniach kulturalnych i sportowych czy kontakt ze sztuką „wyprowadzoną z muzeów”. Umożliwia ona równoprawne funkcjonowanie różnych grup użytkowników, co jest jedną z fundamentalnych cech społeczeństwa demokratycznego. Jak podkreśla Zukin (2010), w epoce nowoczesnej realizacją idei demokracji politycznej dokonała się właśnie poprzez stopniowe zapewnienie dostępu do przestrzeni publicznych wszystkim ludziom, zanim jeszcze wprowadzono powszechne prawo głosowania. Zdaniem zwolenników koncepcji przeciwdziałania przestępczości dzięki projektowaniu środowiska (*crime prevention through environmental design*)

Tabela 1. Jakościowe kryteria projektowania przestrzeni publicznej

Bezpieczeństwo	Ochrona przed ruchem drogowym i wypadkami – poczucie bezpieczeństwa <ul style="list-style-type: none"> – ochrona pieszych – eliminacja obaw przed ruchem drogowym 	Ochrona przed przestępstwami i przemocą – poczucie pewności, bezpieczeństwa <ul style="list-style-type: none"> – aktywna publiczna (społeczna) strefa – koncentracja na życiu ulicznym – nakładanie się funkcji nocnych i dziennych – dobre oświetlenie 	Ochrona przed nieprzyjemnymi doświadczeniami zmysłowymi <ul style="list-style-type: none"> – wiatrem / deszczem / śniegiem – zimnem / gorącym – kurzem / hałasem / rażącym światłem – zanieczyszczeniem
	Możliwość spacerowania <ul style="list-style-type: none"> – miejsce do spacerowania – interesujące fasady – brak przeszkód – dostępność dla każdego – dobra nawierzchnia 	Możliwość przebywania / zatrzymania <ul style="list-style-type: none"> – efekt krawędzi / atrakcyjne strefy do zatrzymania / przebywania – zdefiniowane punkty do zatrzymania się – fasady z ciekawymi detalami zachęcające do zatrzymania się 	Możliwość siedzenia <ul style="list-style-type: none"> – strefy do siadania – użytkowe zalety: widok, słońce i ludzie – dobre miejsca do siedzenia – ławki do odpoczynku
Komfort	Możliwość oglądania <ul style="list-style-type: none"> – rozsądny dystans do oglądania – widok bez przeszkód – interesujący widok – jasno (kiedy ciemno) 	Możliwość rozmowy i słuchania <ul style="list-style-type: none"> – niski poziom hałasu – urządzenia uliczne sprzyjające rozmowom „krajobrazowym” (o otoczeniu) 	Możliwość gry / zabawy i ćwiczeń / ruchu <ul style="list-style-type: none"> – fizyczna aktywność, ćwiczenia – gry / zabawy, rozrywka – latem i zimą – w ciągu dnia i nocy
	Skala społeczna <ul style="list-style-type: none"> – budynki i przestrzeń zaprojektowana do skali społecznej 	Możliwość cieszenia się z pozytywnych aspektów klimatu <ul style="list-style-type: none"> – słońce / cień – gorąco / zimno – ochrona przed wiatrem 	Pozytywne doświadczenia zmysłowe <ul style="list-style-type: none"> – dobry (ciekawy) projekt i detale – dobre materiały – drzewa / rośliny / woda – piękne widoki
Atmosfera	Część sieci publicznych przestrzeni <ul style="list-style-type: none"> – powiązanie miejsc ruchu pieszego, miejsc przeznaczenia, terenów funkcjonalnych i innych publicznych przestrzeni – łatwo dostępne 	Część hierarchicznego układu przestrzeni publicznych <ul style="list-style-type: none"> – silnie zidentyfikowane – zrozumiały (czytelny) charakter – lokalny, dzielnicowy czy miejski – odzwierciedlający sposób użytkowania 	Znaczenie / sens miejsca <ul style="list-style-type: none"> – odzwierciedlenie (odnoszenie się) do kontekstu – poszanowanie historycznych aspektów – <i>genius loci</i>
	Miejsce		

Źródło: (Gehl, 2009, s. 4; za: Rochmińska, 2014).

odpowiednie zaplanowanie wspólnej przestrzeni, umożliwiające koegzystencję w niej odmiennych grup osób (np. pieszych, rowerzystów,

zmotoryzowanych), może przyczynić się również do redukcji liczby przestępstw i zwiększyć bezpieczeństwo publiczne dzięki efektowi „oczu

na ulicy”, umożliwiającemu użytkownikom przestrzeni sprawowanie kontroli społecznej niejako mimochodem (Jacobs 1961). Przykładem potwierdzającym tezę o wpływie organizacji przestrzeni na bezpieczeństwo może być 70-procentowy spadek wskaźnika przestępczości w Birmingham osiągnięty niewielkim kosztem poszerzenia chodników i doświetlenia ulic (Woolley, Rose, 2004). Wyniki innych znanych badań wskazują, że zmniejszenie natężenia ruchu drogowego w danej okolicy skutkuje zwiększeniem aktywności społecznej jej mieszkańców (w tym zwiększeniem liczby znajomych i przyjaciół), wydłużeniem czasu zamieszkania w tym miejscu oraz zwiększeniem granic obszaru traktowanego jako domowy (Appleyard, 1981).

Jakość przestrzeni publicznej jest pojęciem wielowymiarowym. Katalog cech składających się na nią zawiera takie atrybuty, jak dobra dostępność, funkcjonalność, bezpieczeństwo, atrakcyjność urbanistyczna i architektoniczna, różnorodność i bogactwo oferty (Ossowicz, 2009). Gehl (2009) wyróżnił 15 kryteriów jakościowych, stwierdzając, że spełnienie co najmniej 11 z nich jest oznaką dobrej jakości przestrzeni publicznej (zob. tabela 1).

2. Negatywne strony prywatyzacji i komercjalizacji

Prywatyzacja i komercjalizacja przestrzeni jest procesem zachodzącym w wielu krajach wraz z postępującą globalizacją, czego przykładem są choćby wspomniane BIDs. Wydaje się jednak, że w ostatnim dwudziestoleciu w Polsce szczególnie przyspieszyły procesy ograniczania dostępu do wspólnie użytkowanych przestrzeni publicznych, jak również przekształcania ich w miejsca mające służyć celom zarobkowym. Te zmiany odbywają się na kilku płaszczyznach:

zarówno fizycznej (włączając w to przestrzeń akustyczną i wizualną), jak i symbolicznej.

Najbardziej spektakularnym, ale i najbardziej dokuczliwym przejawem ograniczania dostępu jest grodzenie osiedli mieszkaniowych i innych obiektów użyteczności publicznej. O skali tego zjawiska świadczy fakt, że w 2008 r. w Warszawie naliczono ok. 400 grodzonych osiedli (Gądecki, 2009), a w 2012 r. prawie co trzecie mieszkanie oferowane do sprzedaży na rynku wtórnym miało być zlokalizowane na obszarze z kontrolą dostępu. W badaniach ankietowych ponad połowa deweloperów przyznaje, że klienci często lub bardzo często poszukują mieszkań na osiedlach zamkniętych, zaś 60% z nich twierdzi, że ogrodzenie budynku lub osiedla zwiększa szanse jego sprzedaży (Metrohouse & Partnerzy, 2012).

Do innych częstych przejawów prywatyzacji przestrzeni należy zaliczyć:

- odbieranie społecznościom lokalnym budynków użyteczności publicznej (decyzją Komisji Majątkowej – na rzecz kościołów, decyzją sądów – na rzecz spadkobierców przedwojennych właścicieli nieruchomości lub osób skupujących roszczenia) (Sroczyński, 2014);

- wydzielanie przestrzeni publicznej podmiotom prywatnym na wyłączność przy okazji organizacji wydarzeń sportowych (np. buspasów i miejsc na stadionach dla przedstawicieli UEFA podczas mistrzostw Europy w piłce nożnej w 2012 r., wydzielanie stref kibica z ograniczeniem dostępu dla przedsiębiorców niebędących sponsorami imprezy);

- semiprywatyzację (hybrydyzację), oznaczającą aneksję obszarów użyteczności publicznej przez podmioty komercyjne (przekształcanie dużej części powierzchni budynków dworcowych w galerie handlowe, np. w Katowicach);

– poza obszarami miejskimi: grodzenie brzegów rzek i jezior przez właścicieli wbrew przepisom prawa wodnego.

Płaszczyzną konfliktów między użytkownikami przestrzeni bywa także ekspansja w przestrzeni akustycznej (czego przykładem są spory o funkcjonowanie lokali gastronomicznych w centrach miast w godzinach nocnych, np. na krakowskim Kazimierzu czy w centrum Warszawy, jak również poranne bicie dzwonów w kościołach mieszczących się pośrodku osiedli mieszkaniowych). Podobną ekspansję obserwuje się w sferze wizualnej; na tle innych krajów Polska wyróżnia się szczególnie intensywnym *ad-creepingiem*, czyli niepożądanym rozprzestrzenianiem się powierzchni reklamowych na budynkach, przy drogach itp., oraz przekształcaniem coraz to nowych obiektów w nośniki reklamy. Liczba powierzchni ekspozycyjnych reklamy zewnętrznej w Polsce sięgała 110 tys. w 2012 r., z czego 21 tys. przypadało na Warszawę – dla porównania w Paryżu reklam było 2 tys. (*Outdoor w liczbach*, 2012; Kaczoń, 2013). Przykłady te można interpretować jako pewną próbę sił w sferze symbolicznej. Innym symptomem tego rodzaju tendencji jest *rebranding* obiektów użyteczności publicznej, zwłaszcza stadionów i hal widowiskowych (Pepsi Arena), ale także sporadycznie ulic (ulica LG w Mławie i Biskupicach Podgórných), a na Zachodzie już także stacji metra (w Madrycie i Barcelonie).

Prywatyzacja i komercjalizacja jest procesem przebiegającym w kilku następujących po sobie etapach, w których tereny powszechnie dostępne zyskują początkowo cechy przestrzeni hybrydowej, zanim dojdzie do pełnej reglamentacji prawa do użytkowania (zob. tabela 2).

Nasuwa się pytanie: czy przytoczone wyżej obserwowane tendencje należy oceniać jako zjawiska niepokojące? Neoklasyczna szkoła ekonomiczna, stanowiąca filar współczesnej

mikroekonomii, jest oparta na koncepcji *homo oeconomicus*, według której człowiek działa w wąsko pojętym interesie własnym, a decyzje, jakie podejmuje, są wynikiem chłodnej kalkulacji indywidualnych kosztów i korzyści (Becker, 1990). W myśl tych koncepcji przypisanie praw własności do zasobów i stworzenie rynku jako płaszczyzny negocjacji warunków wymiany towaru za pieniądź prowadzi do zwiększenia efektywności i wzrostu dobrobytu społecznego. Rzecz w tym, że dobrobyt ów jest definiowany jako suma korzyści osiągniętych wyłącznie przez strony dokonujące transakcji, z pominięciem interesów osób trzecich, nieuczestniczących w wymianie rynkowej. Co więcej, ocena efektywności pomija kwestie dystrybucyjne, dotyczące podziału korzyści między obie strony. Dla ekonomii neoklasycznej charakterystyczny jest indywidualizm etyczny (welfaryzm), zgodnie z którym preferencje uczestników rynku są uznawane za egzogeniczne i niepodlegające ocenie etycznej. Abstrahuje się zatem od ocen moralnych, skupiając na kwestiach efektywnościowych. Zakłada się ponadto, że urynkwienie dobra nie wpływa na jego charakter i zdolność do zaspokajania potrzeb użytkowników. Panuje zgoda, że jednym z celów ekonomii jest analiza optymalnych sposobów alokacji rzadkich zasobów; niektórzy badacze uznają, że nie tylko dobra materialne i usługi są wyczerpywalne, lecz również cnoty obywatelskie – altruizm, solidarność, szlachetność (Arrow, 1972).

Większość ekonomistów skłania się jednak ku podejściu P. Samuelsona (1954), który odróżnia dobra nierywalizacyjne, będące obiektem zbiorowej konsumpcji nieuszczerplącej ich zasobów, od dóbr rywalizacyjnych, których wykorzystanie przez jedną osobę ogranicza ich dostępność dla innych. W myśl tej typologii (tabela 3) przestrzeń publiczna jest dobrem nierywalizacyjnym i zazwyczaj również niewykluczającym

Tabela 2. Rozwój przestrzeni hybrydowych spowodowany tendencjami prywatyzacyjnymi

Ograniczenia użyteczności i dostępności (wzrost stopnia prywatyzacji od 1 do 6)	Przykłady
1. Przekształcenie przestrzeni publicznych poprzez zarządzanie prywatne, montaż znaków o charakterze prywatnym; wykluczenie symboliczne przez znaki	deptaki dla pieszych, dzielnice handlowe (tzw. BIDs)
2. Semiprywatyzacja przestrzeni publicznej przez przeniesienie prawa użytkowania i wykonywania zadań na prywatne podmioty; tymczasowe wyłączenie przez godziny otwarcia	zrewitalizowane parki, tereny zieleni publicznej
3. Budowa prywatnych przestrzeni o ograniczonym charakterze publicznym; wyłączenie przez znaki i pracowników ochrony	plac przy wejściu do wieżowców
4. Pełna prywatyzacja przez sprzedaż <i>quasi</i> -publicznych nieruchomości; wyłączenie przez znaki i pracowników ochrony	przekształcenie dworców kolejowych w centra handlowe
5. Pełna prywatyzacja w ramach publicznej sprzedaży nieruchomości; dostępność ograniczona dla konsumentów, kontrolowana przez pracowników ochrony	sprzedaż lokalnej nieruchomości z następstwem budowy centrum handlowego
6. Pełna prywatyzacja w ramach publicznej sprzedaży nieruchomości oraz polityczne i administracyjne odłączenie (<i>spin-off</i>) od zbiorowego użytkowania; tylko dostęp prywatny	osiedla zamknięte, których mieszkańcy organizują wykonanie lokalnych zadań, dzięki temu władze samorządowe zwolnione są z odpowiedzialności

Źródło: (Nissen, 2008; za: Rochmińska, 2014).

(co oznacza brak praktycznych możliwości wykluczenia kogokolwiek z konsumpcji poprzez kontrolę dostępu, pobieranie opłat etc.), a więc spełnia kryteria definicyjne dobra publicznego. Należy jednak pamiętać, że zaproponowany podział jest typologią, a nie klasyfikacją, co implikuje istnienie dóbr o pośrednich charakterystykach. Odnosząc tę uwagę do przestrzeni publicznej, można zauważyć, że w momencie gdy plac miejski staje się popularny wśród pracowników biur mieszczących się w jego okolicy, może pojawić się rywalizacja sprzedawców o korzystną lokalizację; gdy w konsekwencji zarządca placu zabroni sprzedaży obwoźnej i wystawi na licytację prawa do handlu na jego obszarze, dobro publiczne, jakim jest plac, stanie się dobrem prywatnym (Neal, 2010).

Ekonomia neoklasyczna przewiduje, że z uwagi na brak możliwości ograniczenia dostę-

pu do dóbr niewykluczających, osoby korzystające z nich nie mają motywacji do przyczyniania się do ich finansowania (efekt *gapowicza*), co powoduje, że ich dostępna ilość jest nieefektywna, a w przypadku dóbr rywalizacyjnych dodatkowo dochodzi do ich nadmiernej eksploatacji (dylemat wspólnych zasobów). Remedium na niedostateczną podaż dóbr publicznych byłoby więc dostarczanie dóbr publicznych przez państwo lub gminy bądź zapewnienie podmiotom publicznym dodatkowej motywacji do ich wytwarzania, np. dochodów z reklam prezentowanych użytkownikom tych dóbr.

Niedostateczna produkcja dóbr publicznych wynikać ma również z ich kolejnej cechy, jaką jest generowanie efektów zewnętrznych, czyli wywieranie wpływu na dobrobyt innych osób poza mechanizmem rynkowym, bez odzwierciedlenia tego oddziaływania w cenach. Ponieważ

Tabela 3. Typologia dóbr z uwagi na możliwość wykluczenia i rywalizację w konsumpcji

Dobra	Niewykluczające	Wykluczające
Nieryalizacyjne	dobra publiczne <i>obrona narodowa, latarnia morska, pokaz fajerwerków</i>	dobra klubowe <i>spektakl, wykład, transport zbiorowy (w granicach pojemności)</i>
Rywalizacyjne	wspólne zasoby <i>łowiska ryb, pastwiska, lasy</i>	dobra prywatne <i>żywność, odzież, rower, usługi lekarskie</i>

Źródło: opracowanie własne.

ekonomia głównego nurtu zakłada, że podmioty gospodarcze kierują się w swoich decyzjach wyłącznie rachunkiem korzyści i kosztów dla siebie samych, a nie osób trzecich, istnienie efektów zewnętrznych uniemożliwia alokację zasobów optymalną ze społecznego punktu widzenia: ilość wytworzonych dóbr wywierających pozytywne efekty zewnętrzne będzie niedostateczna. Za jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy uważa się brak zdefiniowanych praw własności do dóbr będących we wspólnym użytkowaniu; dowolne określenie tych praw umożliwi osiągnięcie stanu efektywnego (pod pewnymi dodatkowymi warunkami), niezależnie od tego, komu zostaną przyznane prawa własności (Coase, 1960). Ten wniosek oznacza, że maksymalizację sumy dobrobytu społecznego można osiągnąć zarówno wtedy, gdy właścicielem przestrzeni wspólnej zostaną okoliczni mieszkańcy, jak i wtedy, gdy są nimi korporacje – w obu przypadkach negocjacje między zainteresowanymi stronami (właścicielem i pozostałymi interesariuszami) pozwalają na osiągnięcie optimum.

W powyższym świetle obserwowane procesy prywatyzacji przestrzeni publicznej są wraz z racjonalności i dążenia do efektywności ekonomicznej. Jak wskazuje F. Foldvary (2006), wobec postrzeganego niepowodzenia służb państwowych, jeżeli chodzi o zapewnianie bezpieczeństwa, funkcje te są przejmowane przez

prywatne wspólnoty w zamian za scedowanie na nie władzy na danym terenie. Dochodzi więc do zawarcia obopólnie korzystnej transakcji między prywatnym zarządem terenów publicznych a organami władzy państwowej, które pozbywają się części obowiązków wobec lokalnych wspólnot, obniżając swoje koszty funkcjonowania. Zgodnie zatem z tym poglądem ekonomizacja przestrzeni sprzyjać ma efektywności.

Okazuje się jednak, że sprywatyzowanie terenów wspólnych i poddanie ich regułom rentowności powoduje pewne problemy. Są to koszty ekonomiczne, ale również koszty społeczne i dylematy etyczne, które są ignorowane przez neoklasyczną ekonomię. Do pierwszej kategorii należy zaliczyć koszty zasobów (płoty, monitoring, strażnicy), niezbędne do poniesienia w celu zapewnienia większego poziomu bezpieczeństwa – czy raczej jedynie iluzji bezpieczeństwa, gdyż jak wskazuje większość badań, rzeczywiste zagrożenie przestępczością na terenie grodzonych osiedli nie jest mniejsze niż na pozostałych porównywalnych obszarach (Blakely, Snyder, 1997). Z perspektywy całej gospodarki koszty poniesione w tym zakresie stanowią jednocześnie przychody producentów i usługodawców działających w tej branży, zatem nie można tu mówić o znaczących stratach ekonomicznych netto (jeżeli tylko nie dochodzi do transferu tych wydatków za granicę).

Równie istotne, o ile nie ważniejsze, są problemy natury etycznej i społecznej, jakie pojawiają się wskutek prywatyzacji i fragmentaryzacji przestrzeni wspólnej. Po pierwsze, procesy te prowadzą do pogłębiania i utrwalania nierówności społecznych. Zwiększenie liczby dóbr dostępnych za pieniądze, takich jak mieszkania w zamkniętych osiedlach, ogranicza dostęp ludzi ubogich do nich i petryfikuje dysproporcje w poziomie zamożności. Niski poziom dochodów utrudnia uczestnictwo w transakcjach rynkowych na równych warunkach i skazuje osoby biedniejsze na dobra gorszej jakości, takie jak mieszkania w niebezpiecznej dzielnicy. W takiej sytuacji nie można zasadnie twierdzić, że dokonany wybór jest dobrowolny.

Marketyzacja dóbr publicznych powoduje także ich swoistą degradację. Otóż rynek nie jest przezroczystym mechanizmem alokacji zasobów, lecz „zostawia swój ślad” na nich. Dokonywanie pieniężnej wyceny dóbr nie jest zabiegiem czysto technicznym – legitymizuje i promuje określone postawy wobec nich, takie jak zgoda na traktowanie dobra wspólnego w sposób użytkowy i jego sprzedaż dla zysku. Wartość dyplomów uniwersyteckich, nagród za szczególne osiągnięcia czy przyjaźni nie jest określana przez wysokość kwot, jakie ktoś byłby skłonny za nie zapłacić, lecz przeciwnie – wynika z tego, że nie są poddane logice rynku. Komercjalizacja tych dóbr niszczy więc ich inherentną wartość (Sandel, 2012).

W podobny sposób zawłaszczanie przez przemysł reklamowy przestrzeni publicznych, z których każda odznacza się określoną specyfiką urbanistyczną i architektoniczną, może prowadzić do homogenizacji miast i niszczenia ich tożsamości, zwłaszcza że największa presja reklamodawców jest wywierana na obszary najbardziej charakterystyczne i powszechnie rozpoznawalne. Ekspansja reklam i *rebranding*

obiektów publicznych ugruntowują przekonanie, że miasto nie jest wspólnym dobrem mieszkańców, lecz towarem na sprzedaż. Jak wykazano, w dalszej perspektywie czasowej takie procesy prowadzą do zobojętnienia na kolejne nośniki reklamowe i znieczulają na zdobywanie przez nie kolejnych przyczółków w przestrzeni miasta (Bowie, 2002).

Wreszcie przecinanie tkanki miejskiej ogrodzeniami powoduje rozpad wspólnot jako spójnych całości kulturowych, społecznych i urbanistycznych, prowadząc do gettoizacji społeczności i zaniku zaufania i więzi społecznych między rozdzielonymi grupami mieszkańców (Gąsior-Niemiec, Glasze, Lippok, Pütz, 2007).

Jeżeli zgodzimy się, że obok wartości indywidualnych ważny jest także kapitał społeczny, należy zwrócić uwagę na fakt, iż opieranie relacji międzyludzkich na zasadach ekonomicznych wypiera normy nierynkowe ze szkodą dla społeczności. Ilustracją może być zastąpienie sąsiedzkiej czujności i solidarności usługami ochroniarskimi; taka komercjalizacja nie tylko jest kosztowna w sensie ekonomicznym, ale ponadto pomniejsza znaczenie norm społecznych oraz wartości świadczonych nieodpłatnie przysług (zgodnie z teorią dysonansu poznawczego wykonanie czynności za darmo zwiększa jej subiektywną wartość odczuwaną przez wykonawcę). Kolonizacja życia społecznego przez bezosobowe relacje wymiany może przyczyniać się do wzrostu obojętności i niechęci wobec innych osób (Alridge, 2006). Co więcej, wycofanie reguł rynkowych i próba przywrócenia norm społecznych może skończyć się niepowodzeniem, gdy te ostatnie zostaną wcześniej zdezawuowane przez komercjalizację (Gneezy, Rustichini, 2000).

Ważny argument przeciw prywatyzacji miejsc publicznie dostępnych odwołuje się do

samej istoty demokracji, która zakłada kontakty między ludźmi wywodzącymi się z odmiennych warstw społecznych oraz wzajemne negocjacje między nimi dotyczące dobra wspólnego. Takie relacje uczą dochodzenia do kompromisu przy poszanowaniu wzajemnych różnic. Tymczasem urynkowanie i sprywatyzowanie przestrzeni pozbawia obywateli sposobności do tego rodzaju kontaktów, prowadząc do „nowego apartheidu” – zamykania się w gronie podobnych sobie osób i niewrażliwości na Innego. Zdaniem D. Harveya (1996) zwłaszcza osiedla zamknięte są ucieleśnieniem ksenofobii i segregacji społecznej i zaprzeczeniem postępowej idei miejsca jako płaszczyzny interakcji. Opisane procesy można uznać za niedemokratyczne z jeszcze jednego powodu, jakim jest przymus, któremu poddawani są korzystający z przestrzeni publicznej. Wszechobecność i nachalność reklam uniemożliwia uniknięcie kontaktu z nimi, zamykanie otwartych przestrzeni wymusza rezygnację z dotychczasowych ścieżek, ograniczając zarówno wolność „od” (natarczywych przekazów), jak i wolność „do” (swobody poruszania się). Co więcej, tendencje, o jakich mowa powyżej, mogą przybrać formę samonakręcającej się spirali: negatywne efekty prywatyzacji i komercjalizacji terytorium powodują zanik chęci do tworzenia i podtrzymywania publicznego charakteru przestrzeni, co sprzyja dalszej destrukcji takich miejsc.

3. Przyczyny i remedia

Zatrzymanie tego błędnego koła wymaga identyfikacji przyczyn stojących u podstaw procesu wkraczania rynku w sferę publiczną. Do najważniejszych można zaliczyć:

- niski kapitał zaufania w polskim społeczeństwie, wyrażający się m.in. podejrzliwością wobec innych osób, a wynikający m.in. z pod-

sywania przez media atmosfery niepewności i wizji społeczeństwa ryzyka oraz mediatyzacji przestępczości; skutkiem jest chęć odgradzenia się od niebezpieczeństw i zagrożeń ze strony otoczenia;

- nieufność wobec państwa połączoną z brakiem wiary, że organy władzy publicznej i służby państwowe (policja, straż miejska) są w stanie zapewnić bezpieczeństwo; postawa taka jest pochodną dominującej w dyskursie publicznym przełomu XX i XXI w. narracji przeciwstawiającej „dobry rynek” „złemu państwu”, zachłyśnięcia się kapitalizmem i traktowania mechanizmu wolnorynkowego jako remedium na wszelkie bolączki państwa (Gąsior-Niemiec *et al.*, 2007; Sandel, 2012);

- zmianę społecznego nastawienia do karności, którego celem ma być odizolowanie przestępcy od „praworządnej” części populacji, a nie przywrócenie go społeczeństwu; jak zauważa J. Gądecki (2009), odwrotną stroną tego samego medalu jest grodzenie osiedli, które zapewnia fizyczne odcięcie się ich mieszkańców od świata zewnętrznego;

- wyznaczanie nowych granic i dystansów społecznych w społeczeństwie postkomunistycznym, w którym przed 1989 r. podziały były oficjalnie negowane lub marginalizowane; jedną z najbardziej widocznych oznak nowo nabytego wyższego statusu jest ostentacyjna konsumpcja, manifestująca się m.in. w wyborze prestiżowego miejsca zamieszkania (Newman, 2006);

- preferowanie przez ludzi homogenicznego i mało stymulującego sąsiedztwa jako miejsca zamieszkania, skutkujące tendencją do ujednoczenia się osiedli zamkniętych pod kątem cech socjo-demograficznych ich mieszkańców (Le-wicka, 2012);

- wzrost zamożności sprzyjający wykształcaniu się nowej klasy metropolitalnej, ceniącej takie wartości jak indywidualizm, prywatność czy

ekskluzywność, a także fetyszyzacja własności prywatnej skorelowana z postawą NIMBY (*not in my backyard*);

- odreagowanie zgrzebności przestrzeni publicznej w PRL i wyścig po prestiż materialny, w połączeniu z mankamentami edukacji niewykształcającej wzorców estetycznych;

- wycofywanie się państwa z funkcji kształtowania przestrzeni, brak spójnej wizji rozwoju miast, planów zagospodarowania przestrzennego oraz poddawanie się dyktatowi deweloperów, skutkujące maksymalnym dopuszczalnym zagęszczeniem budynków i brakiem usług publicznych na nowo budowanych osiedlach; niskie kary za niszczenie przestrzeni publicznej i problemy z ich egzekucją, skomplikowana procedura dowodowa; brak legislacji rozwiązującej kompleksowo kwestie zwrotu nieruchomości spadkobiercom ich przedwojennych właścicieli oraz odszkodowań za nie, a przy tym słabość sądów, stosujących często literę prawa wbrew jego duchowi,

- spadek rangi edukacji estetycznej w szkołach, przejawiający się m.in. we włączeniu treści dotyczących kształcenia plastycznego do przedmiotu wiedza o kulturze, realizowanego w niewielkim wymiarze godzin i prowadzonego często przez osoby niekompetentne w kwestiach estetyki środowiska,

- problemy finansowe gmin i wspólnot mieszkaniowych, sięgających po przychody z wynajmu przestrzeni reklamowych;

- spadek znaczenia tradycyjnych mediów prowadzący do ekspansji reklam na nowe, niezagospodarowane dotąd obszary.

Przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom degradującym przestrzeń publiczną wymaga zmierzania się z przeszkodami, których rozwiązanie wykracza poza możliwości i kompetencje pojedynczych społeczności czy podmiotów. Istnieje potrzeba skoordynowanych działań

prowadzonych zarówno na szczeblu ogólnokrajowym, samorządowym, jak i oddolnym. Do zadań organów władzy ustawodawczej powinno należeć w szczególności uchwalenie ustawy reprivatyzacyjnej, likwidującej konieczność indywidualnego ubiegania się w sądzie o zwrot odebranych nieruchomości (co jest szczególnie palącym problemem w Warszawie, w której na mocy dekretu Bieruta z 1945 r. wszystkie grunty przeszły na własność miasta). Obecny stan prawny umożliwi odsprzedawanie roszczeń, dziką reprivatyzację lokali i odbieranie instytucjom publicznym (np. szkołom) budynków, w których mają swoją siedzibę, ze szkodą dla interesu publicznego (Sroczyński, 2014).

Konieczna jest również nowelizacja przepisów dotyczących ochrony krajobrazu, umożliwiająca uporządkowanie przestrzeni publicznej i ograniczenie chaosu reklamowego. W 2013 r. w Kancelarii Prezydenta RP opracowano projekt ustawy dającej samorządom wojewódzkim możliwość zdefiniowania krajobrazów priorytetowych i wprowadzania norm prawnych dotyczących architektury, a gminom – stworzenia zasad regulujących obecność reklam i elementów małej architektury na ich terenie; projekt ten w chwili pisania niniejszego tekstu był po pierwszym czytaniu na posiedzeniu Sejmu.

Na szczeblu samorządowym ważnym zadaniem jest kontynuacja tworzenia miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, określających przeznaczenie, warunki zagospodarowania i zabudowy terenu oraz lokalizację inwestycji celu publicznego. Jednym z możliwych rozwiązań przyspieszających ten proces jest uchwalanie tzw. mikroplanów dla pojedynczych budynków, które mogą być uchwalane szybciej niż w przypadku dużych obszarów miasta (tak się dzieje np. w stołecznej dzielnicy Śródmieście). Ponadto ustawa z 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami

daje gminom możliwość tworzenia na swoim terenie parków kulturowych, w których szczególnej ochronie podlega krajobraz kulturowy oraz zabytkowe nieruchomości związane z miejscową tradycją. Według stanu na koniec października 2013 r. utworzono 26 takich obszarów (np. w Krakowie, Zgierzu, Radomiu, Jarosławiu, Końskich). Ich dotychczasowe funkcjonowanie potwierdza skuteczność tego narzędzia m.in. w ograniczeniu chaosu reklamowego. Istotne znaczenie miałyby także zwiększenie zakresu realnej władzy, jaką dysponują plastycy miejscy. Pomysłem na uchronienie cennych terenów publicznych przed zabudową indywidualną mogłoby być utworzenie funduszu ziemi dysponującego środkami na ich wykup (na wzór działalności Kasy Oszczędności Miasta Krakowa, która w 1917 r. doprowadziła do wykupu z rąk prywatnych terenów na zachód od miasta i utworzenia z nich parku publicznego – obecnie Lasu Wolskiego).

Wreszcie działania, jakie można podjąć na poziomie oddolnym, mogą obejmować zmianę koncepcji rozwoju urbanistycznego miast, polegającą na tworzeniu projektów otwartych osiedli mieszkaniowych zapewniających bezpieczeństwo bez odgradzania się od świata zewnętrznego. Osiedla typu *secure by design* są budowane od lat 90. XX w. w Kanadzie, Holandii i Wielkiej Brytanii; w Polsce koncepcję tę zastosowano w praktyce na osiedlu w Siechnicach koło Wrocławia. Głównym założeniem tych projektów jest obniżenie wskaźników przestępczości dzięki umożliwieniu obserwacji terenu przez jego mieszkańców (efekt „społecznych oczu”). Cel ten można osiągnąć poprzez zróżnicowanie urbanistyczne terytorium (zabudowa niska i o średniej wysokości, obecność zarówno domów mieszkalnych, instytucji publicznych, jak i biurowców, co zapewnia brak stref „martwych” w ciągu dnia) oraz zróżnicowanie spo-

łeczne (osiedle przeznaczone dla osób wywodzących się z różnych klas społecznych), zwartą konstrukcję domów o prostych bryłach pozbawionych wnęk, brak miejsc nieoświetlonych, zastąpienie murów zewnętrznych roślinnością oraz szybkie naprawianie wszystkich zniszczeń. Ważną funkcję pełni też wzrost identyfikacji mieszkańców ze swoim osiedlem, budowanej np. poprzez imprezy integracyjne.

Istotną rolę w budowaniu poczucia wspólnoty zamieszkującej wspólną przestrzeń powinni odgrywać przed wszystkim sami mieszkańcy. Powstanie i rozwój ruchów miejskich, zaobserwowany w wielu ośrodkach metropolitalnych w Polsce przed wyborami samorządowymi w 2014 r., może być uznany za symptom powolnego budzenia się świadomości znaczenia partycypacji w decyzjach dotyczących społeczności lokalnych i potrzeby „odzyskania” przestrzeni publicznej. Narzędziami wzmacniającymi demokrację miejską mogą być projekty kulturalne (jak np. *Dotleniacz* Joanny Rajkowskiej na pl. Grzybowskiem w Warszawie), ale i spółdzielnie, banki czasu i inne inicjatywy wzmacniające więzi lokalne.

Niebagatelną rolę powinna, jak się wydaje, odgrywać także edukacja ukierunkowana na uwrażliwienie zarówno na kwestie dobrego wspólnego, współpracę i interakcje społeczne między ludźmi wywodzącymi się z różnych środowisk, jak i na estetykę otoczenia. Odbudowanie znaczenia kształcenia i wychowania leży w gestii zarówno władz centralnych, opracowujących obowiązujące formalne programy nauczania, samorządów, realizujących je w szkołach, jak i wspólnot oddolnych, które często cechuje duża kreatywność i zaangażowanie w budowanie więzi lokalnych.

Literatura

- Aldridge, A. (2006). *Rynek*. Warszawa: Sic!
- Appleyard, D. (1981). *Livable Streets*. Berkeley: University of California Press.
- Arrow, K.J. (1972). Gifts and Exchanges. *Philosophy & Public Affairs*, 1(4), 343–362.
- Becker, G. (1990). *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*. Warszawa: PWN.
- Blakely, E.J., Snyder, M.G. (1997). *Fortress America. Gated Communities in the United States*. Washington DC: The Brookings Institution.
- Bowie, J.I. (2002). *Trends in Public Attitudes towards the Commercialization of Society*. Paper presented at the 57th annual conference of the American Association for Public Opinion Research, May 16–19, 2002, St. Pete Beach, Florida.
- Coase, R. (1960). The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*, 3(1), 1–44.
- Foldvary, F. (2006). The Economic Case for Private Residential Government. W: G. Glasze, Ch. Webster, K. Frantz, *Private Cities. Global and Local Perspectives* (s. 29–42). Routledge.
- Gądecki, J. (2009). *Za murami. Osiedla grodzone w Polsce – analiza dyskursu*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Gašior-Niemiec, A., Glasze, G., Lippok, D., Pütz, R. (2007). Grodzenie miasta: casus Warszawy. *Studia Regionalne i Lokalne*, 30(4), 5–30.
- Gehl, J. (2009). *Downtown Seattle. Public Spaces and Public Life*. Copenhagen: International Sustainability Institute Seattle, consultant Gehl Architects.
- Gneezy, U., Rustichini, A. (2000). A Fine Is a Price. *Journal of Legal Studies*, 29(1), 1–17.
- Harvey, D. (1996). *Justice. Nature and the Geography of Difference*. Cambridge: Blackwell.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
- Kaczoń, L. (2013). *Informacja Izby Gospodarczej Reklamy Ze wnętrnej w sprawie danych o wielkości rynku reklamy out of home według stanu na dzień 31.12.2013 roku*.
Pobrane z: www.igrz.com.pl/page7.html (data dostępu: 5.01.2015).
- Lewicka, M. (2012). *Psychologia miejsca*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Lorens, P. (2010). Definiowanie współczesnej przestrzeni publicznej. W: P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek (red.), *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych. Miasto, metropolia, region* (s. 6–20). Gdańsk: Wydawnictwo Urbanista.
- Luther, M., Gruehn, D. (2001). Putting a Price on Urban Green Spaces. *Landscape Design*, 303, 23–25.
- Metrohouse & Partnerzy (2012). *Łatwiej sprzedasz mieszkanie na grodzonym osiedlu*. Pobrane z: www.metrohouse.pl/images/uploads/File/Komunikaty/Zamkniete-osiedla_26_06_12.doc (data dostępu: 5.01.2015).
- Mironowicz, I. (2010). Współczesne dylematy przestrzeni publicznej. W: P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek (red.), *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych. Miasto, metropolia, region* (s. 36–49). Gdańsk: Wydawnictwo Urbanista.
- Neal, Z. (2010). Seeking Common Ground: Three Perspectives on Public Space. *Urban Design and Planning*, 163, 1–8.
- Newman, D. (2006). Borders and Bordering: Towards an Interdisciplinary Dialogue. *European Journal of Social Theory*, 9(2), 171–186.
- Nissen, S. (2008). Urban Transformation from Public and Private Space to Space of Hybrid Character. *Czech Sociological Review*, 44(6), 1129–1149.
- Ossowicz, T. (2009). *Przestrzenie publiczne w sferze dyskusji*, Konferencja naukowa na temat przestrzeni publicznej, Poznań, 27–29.05.2009 r. Pobrano z: <http://www.poznan.pl/mim/s8a/attachments.html?co=show&instance=1017&parent=30687&lang=pl&id=62724> (data dostępu: 5.01.2015).
- Outdoor w liczbach* (2012). Pobrano z: <http://www.stroer.pl/outdoor/outdoor-w-liczbach> (data dostępu: 5.01.2015).
- Pancewicz, Ł. (2010). Prywatyzacja przestrzeni publicznych. W: P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek (red.), *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych. Miasto, me-*

- tropolia, region* (s. 80–91). Gdańsk: Wydawnictwo Urbanista.
- Phillips, P.L. (2000). *Real Estate Impacts of Urban Park*. Economic Research Associates. Pobrano z: http://www.econres.com/documents/issue_papers/issue_era_7_urban_parks.pdf (data dostępu: 5.01.2015).
- Rochmińska, A. (2014). Centra handlowe jako przestrzenie hybrydowe. W: E. Klima (red.), *Ludność, mieszkalnictwo, usługi – w 70. rocznicę urodzin Profesora Jerzego Dzieciuchowicza. Population, Housing, Services – 70th Anniversary of Professor Jerzy Dzieciuchowicz* (s. 281–297). *Space–Society–Economy* 13, Department of Population and Services Studies, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Samuelson, P. (1954). The Pure Theory of Public Expenditure. *The Review of Economics and Statistics* 36(4).
- Sandel, M. (2012). *Czego nie można kupić za pieniądze. Moralne granice rynku*. Warszawa: Kurhaus Publishing.
- Sroczyński, G. (2014). Jak znikają szkolne boiska. *Gazeta Wyborcza*, 4 października. Pobrano z: http://wyborcza.pl/magazyn/1,140955,16745522,Jak_znikaja_szkolne_boiska.html (data dostępu: 5.01.2015).
- Woolley, H., Rose, S. (2004). *The Value of Public Space, Cabe Space*. Pobrano z: <https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/the-value-of-public-space.pdf> (data dostępu: 5.01.2015).
- Zukin, S. (2010). *The Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places*. New York: Oxford University Press.