

PORADNIK

O PRZESTRZENIACH PUBLICZNYCH




BIURO ROZWOJU GDAŃSKA



**Zespół autorski pod kierunkiem
Ireny Romasiuk:**

Ilona Bogdańska
Anna Fikus-Wójcik
Dobrosława Jakubowska
Marta Jaskulska
Anna Kostka
Agata Piszczek
Adam Rodziewicz
Monika Rościszewska
Agnieszka Różga-Micewicz
Marcin Turzyński
Małgorzata Walicka-Podolska

Redakcja:

Marta Jaskulska

Opracowanie graficzne:

Marta Anna Podolska

Biuro Rozwoju Gdańska, 80-855 Gdańsk, ul. Wały Piastowskie 24
www.brg.gda.pl, e-mail: brg@brg.gda.pl

ISBN 978-83-939600-0-2

Wychodzisz z mieszkania, zamykasz drzwi, mijasz na schodach sąsiadów. Otwierasz drzwi, stajesz przed budynkiem. I co widzisz?

Ruchliwą ulicę?
Zabytkową starówkę?
Pieszy deptak?
Witryny sklepów?
Plac zabaw?
Zaniedbany skwer?

Co łączy te miejsca? To, że wszystkie są przykładami przestrzeni publicznych.

Podobają Ci się? Chcesz je zmienić? Chcesz wiedzieć w jaki sposób można je zmienić? Jeżeli szukasz odpowiedzi na te pytania, ten poradnik może Ci pomóc.



Czym jest przestrzeń publiczna?

Przestrzeń publiczna to:

- przestrzeń powszechnie dostępna,
- istotny element struktury miasta,
- przestrzeń sprzyjająca kontaktom społecznym i społecznej różnorodności,
- przestrzeń tworząca warunki do realizacji potrzeb i aspiracji,
- dobro wspólne.

Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 27 marca 2003 roku definiuje przestrzeń publiczną jako: obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokojenia potrzeb mieszkańców, poprawy jakości ich życia i sprzyjający nawiązywaniu kontaktów społecznych ze względu na jego położenie oraz cechy funkcjonalno-przestrzenne, określony w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy.

Wskazać tutaj można tereny:

- komunikacji publicznej (węzły integracyjne, ulice, linie kolejowe, place, publiczne ciągi piesze, pieszo-rowerowe, pieszo-jezdne i rowerowe)
- wód publicznych,
- plaż,
- zieleni publicznej, w tym cmentarzy.

Ze względu na niesprzyjanie nawiązywaniu kontaktów społecznych, nie uwzględniono ważnych arterii komunikacyjnych o dominacji ruchu samochodowego i kolejowego.

! Przestrzeń publiczna nie oznacza własności publicznej.

Przestrzeń własności publicznej to przestrzeń samorządów (gmina, powiat, województwo) oraz Skarbu Państwa. Właścicielem przestrzeni publicznej może być też podmiot prywatny. Dlatego przed rozpoczęciem prac związanych z poprawą jakości, projektowaniem przestrzeni należy sprawdzić własność terenu i sprawdzić czy można tam podjąć działania.

Myśląc o zmianach przestrzeni publicznych trzeba pamiętać o źródłach finansowania.



Dla kogo przeznaczony jest poradnik?

Poradnik przeznaczony jest dla:

- mieszkańców miasta,
- radnych miejskich,
- radnych dzielnicowych,
- organizacji pozarządowych,
- wydziałów i jednostek miejskich
(Wydział Urbanistyki, Architektury i Ochrony Zabytków, Zarząd Dróg i Zieleni, Wydział Programów Rozwojowych, Dyrekcja Rozbudowy Miasta Gdańska, Gdański Zarząd Nieruchomości Komunalnych, Biuro Projektów Budownictwa Komunalnego oraz innych wykonawców zleceń Miasta),
- osób przygotowujących projekty do budżetu obywatelskiego,
- Marszałka Województwa Pomorskiego,
- Wojewody Pomorskiego,
- członków Gdańskiego Obszaru Metropolitalnego / NORDA,
- deweloperów,
- inwestorów,
- spółek i funduszy celowych.

Dlaczego powstał poradnik?

- Aby zwrócić uwagę użytkowników (mieszkańców) na jakość przestrzeni, w której przebywają w czasie wolnym oraz podczas codziennych wędrówek do pracy, szkoły, na zakupy.
- Aby służyć pomocą w odnalezieniu mocnych i słabych stron otoczenia.
- Aby wskazać kierunek zmian – co pozostawić i podkreślić, co usunąć lub poprawić, aby przestrzeń publiczna była lepsza, tętniła życiem.
- Aby uporządkować wiedzę i pojęcia i wypracować wspólną płaszczyznę porozumienia.
- Aby przedstawić wypracowane dotychczas metody pracy nad przestrzeniami publicznymi.



- !
- Dobrze utrzymane, zadbane przestrzenie publiczne działają jak magnes – przyciągają mieszkańców, którzy chętnie tam przebywają i utożsamiają się z miejscem. Dzięki temu poprawia się jakość życia i okolicy i wzrasta poczucie integracji społecznej.

Kto przygotował poradnik?

Biuro Rozwoju Gdańska (BRG):

- jednostka budżetowa Miasta Gdańska,
- podlega Prezydentowi Miasta Gdańska,
- zajmuje się planowaniem przestrzennym,
- od 2012 roku w ramach prac nad Studium Ogólnomiejskich Przestrzeni Publicznych (SOPP) pracuje nad problematyką przestrzeni publicznych (z wyłączeniem parków, plaż i lasów). W ramach Studium zaproponowano ogólnomiejską wizję rozwoju przestrzeni publicznych Gdańska.

Jak działa poradnik?

Metoda postępowania z wybranym do przekształceń miejscem polega na przejściu pięciu kroków:



- krok 1: **diagnoza / ocena** – tabela (na CD)
- krok 2: **wizja** - wspólne stworzenie wytycznych do projektu, (warsztaty konsultacje społeczne)
- krok 3: **projekt** (wybór wariantu, konsultacje społeczne)
- krok 4: **realizacja** (udział zainteresowanych / użytkowników)
- krok 5: **monitoring** - obserwacja efektów realizacji i reagowanie na niepożądane zjawiska

DIAGNOZA

Aby stworzyć atrakcyjne przestrzenie publiczne, pomocna jest ocena tych przestrzeni pod kątem ładu.

Budując przestrzeń publiczną powinniśmy przyrzeć się wszystkim aspektom jej dobrego funkcjonowania, na który składają się:

- ład architektoniczny,
- ład funkcjonalny,
- ład estetyczny,
- ład psychospołeczny,
- ład ekologiczny.

Aby przestrzeń publiczna była atrakcyjna musi zaspokajać potrzeby ludzi poprzez:

- dostarczenie różnorodnych usług oraz wrażeń estetycznych,
- odpowiednie działania kompozycyjne, urbanistyczne i architektoniczne,
- wysoki standard,
- brak barier,
- różnorodne wyposażenie,
- mnogość wydarzeń / imprez.


Przestrzeń publiczna powinna być:

- łatwo dostępna,
- dobrze powiązana,
- „wciągająca” użytkowników.

Przestrzeń publiczna powinna posiadać:

- harmonijne proporcje elementów: architektury, zieleni, rekreacji,
- czytelną symbolikę / charakter,
- zagospodarowanie strefy wejściowej w krawężniach (definicja na następnej stronie).



- 
- funkcje sezonowe,
 - ujednoczony przekaz informacyjny (system informacji przestrzennej),
 - uporządkowany przekaz reklamowy.

Aby sprawdzić czy dana przestrzeń spełnia te warunki niezbędna jest diagnoza. Poradnik proponuje przeprowadzenie jej za pomocą załączonej na CD tabeli. Jej uzupełnieniem jest poniższy opis charakteryzujący dobre przestrzenie publiczne.


(!) zaznaczono punkty, na które trzeba zwrócić szczególną uwagę.

Ponadto w ramach diagnozy należy przeanalizować własność gruntów i zapisy miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego.


Co składa się na przestrzeń publiczną?

Na przestrzeń publiczną składa się jej wymiar przestrzenny i użytkownicy.

Ze względu na kształt i funkcję wyróżnić można:

- 
- place (skwery),
 - ulice,
 - parki.

Przestrzenny wymiar przestrzeni to także:

- 
- kolor, który może działać zarówno jako tło, jak i jako wyróżnik fragmentu przestrzeni, umiejętnie wprowadzony daje harmonię i identyfikację użytkownika z miejscem, w którym się znajduje,
 - materiał i faktura, które wpływają na odbiór i emocje w danej przestrzeni,
 - wyposażenie, które powinno skłaniać użytkowników do pozostania w przestrzeni, zapewniać poczucie bezpieczeństwa i komfortu.

Czym są krawędzie przestrzeni publicznej?

Krawędzie przestrzeni publicznej to obszary styku danej przestrzeni z obiektami stanowiącymi jej granice.



przestrzeń - miejsce

CECHY FIZYCZNE PRZESTRZENI



plac, ulica, park

Przestrzenie publiczne funkcjonują właściwie tylko wtedy, gdy tworzą **SIEĆ POWIĄZAN** łączących elementy miasta.



Ciągi piesze stają się atrakcyjne, jeśli na drodze pieszego rozmieszczone są cele pośrednie, czyli oddalone od siebie o 100 – 200 metrów punkty, które pieszy może zobaczyć i iść w ich kierunku.



Tworzą one tzw. **SEKWENCJE WIDOKÓW**

wyposażenie przestrzeni publicznych



parkingi dla rowerów, skuterów



śmietniki

ławki



miejski system informacji przestrzennej



toalety

MONITORING

REALIZACJA

PROJEKT

WIZJA

DIAGNOZA

Granicami przestrzeni publicznej są najczęściej budynki, pierzeje ulic ze swoimi funkcjami, nazywane ścianami wnętrza krajobrazowego.

Krawężdzie przestrzeni publicznych wyposażone są często w usługi (np. sklepy, bary, kawiarnie), rzadziej wkraczają one w przestrzeń publiczną, jako obiekty sezonowe, tymczasowe, przenośne itp. (np. ogródki kawiarniane). Niekiedy pojawiają się obiekty będące quasi-usługami, jak obiekty sportowe i rekreacyjne, w tym place zabaw, a także obiekty małej architektury, pomniki itp.

Rodzaj usług w krawężdziach wpływa na rangę sąsiadującej z nimi przestrzeni publicznej. W dużym stopniu warunkują one częstotliwość, porę i intensywność wykorzystania przestrzeni publicznej.

Jak usługi wpływają na przestrzeń publiczną?

Wysoka ranga przestrzeni publicznej wynika z obecności atrakcyjnych obiektów przyciągających użytkowników. Takimi „atraktorami” mogą być zabytki Głównego Miasta, bliskość morza, krajobraz oraz usługi. Przestrzeń publiczna potrzebuje usług dla wzmocnienia swojego znaczenia. Z definicji powinna charakteryzować się możliwie największą różnorodnością, wytwarzając przestrzeń atrakcyjną dla możliwie największej grupy osób.

Bogaty, zróżnicowany wachlarz usług, zarówno pod względem branży, jak i pory ich udostępnienia, sprzyja większej frekwencji. Im bogatsze usługi, tym więcej celów jej odwiedzenia.

Zwiększeniem szans na tę różnorodność jest dbanie o dużą ofertę lokali usługowych w nowych budynkach, a także dbanie o „elastyczność” funkcjonalną parterów budynków.

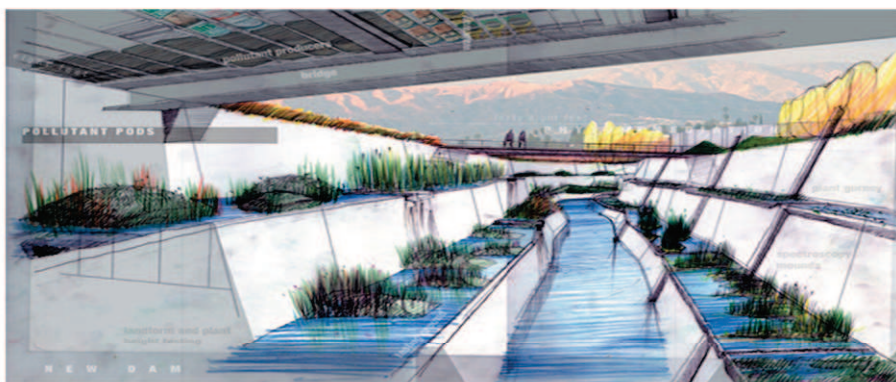
! Możliwe działania to zapisy w planach miejscowych, preferencja określonych branż w przypadku najmu w lokalach gminnych, metoda ulg dla określonych branż w wybranych obszarach itd. Preferowanie usług dostępnych z poziomu ulicy niż zamkniętych w kubaturach.



Tworzenie transparentnej przestrzeni publicznej, tętniącej życiem przez jak najdłuższą część doby, otwartej dla każdego, bez barier architektonicznych i mentalnych.

Różnorodne usługi wchodzą w rozmaite relacje z użytkownikami. Jeden zbiór grup usług wg tej klasyfikacji nazywamy usługami do społecznymi, tj. takimi, które skłaniają ludzi do przebywania razem, skupiania się.

Usługi do społeczne są skierowane do użytkownika, to one „wychodzą” z ofertą realizacji naszych potrzeb. Są to usługi związane z czasem wolnym, podstawowymi potrzebami, z uatrakcyjnianiem „bycia na/w mieście”. Zaliczamy tu handel, gastronomię, rzemiosło, kulturę, w tym kościoły. Pozostałe usługi nazwiemy docelowymi lub izolowanymi.



Co można znaleźć w przestrzeni publicznej?

Wyposażenie przestrzeni publicznej to różne elementy, znajdujące się w przestrzeni, które nadają tożsamość danemu miejscu.

Elementy przestrzeni publicznej:

- meble uliczne (ławki itp.),
- zieleń, woda,
- mała architektura,
- wc,
- reklamy i znaki informacyjne,
- zadaszania,
- latarnie,

MONITORING

REALIZACJA

PROJEKT

WIZJA

DIAGNOZA

- handel i gastronomia na straganach, stoiskach, kiermaszach, w kioskach i ogródkach gastronomicznych.



Na atrakcyjność przestrzeni publicznej wpływać może wprowadzenie elementów sztuki. Mogą być to elementy małej architektury (takie jak rzeźby czy fontanny), murale itp., lecz także działania czasowe. Elementy te powinny być zintegrowane z otaczającą je tkanką miejską (czyli dopasować się skalą i stylem do otaczającej przestrzeni).

! Wszystko to ma służyć ludziom i wywołaniu ich aktywności w przestrzeni publicznej. Przestrzeń pozbawiona ludzi jest martwa.

Jakie funkcje pełni zieleń w przestrzeni publicznej?

Przenikanie się przestrzeni zielonych z zabudowanymi to problem harmonijnego styku tych dwóch różnych środowisk przestrzennych.

W miastach zwartych, historycznych ograniczano zieleń do niewielkich placów i skwerów, wzbogacano w szpalery drzew główne ulice i aleje. Natomiast w nowoprojektowanych obszarach miejskich możliwe jest swobodne wykorzystanie istniejących walorów krajobrazowych naturalnego terenu i jego wkomponowanie w przestrzeń przy projektowaniu zespołów zabudowy.

Podstawowymi elementami zieleni w kompozycji przestrzeni są:

- zielona podłoga (np. trawnik),
- kompozycje parterów kwiatowych,
- krzewy,
- drzewa jako obiekt pojedynczy o cechach indywidualnych lub jako szpalery,
- zieleń zwarta np. grupy drzew tworzące ścianę lub bryłę urbanistyczną.

Co wnosi zieleń do przestrzeni publicznej?

Może:

- stanowić wyróżniki miejsca, elementy symboliczne i dominanty krajobrazowe,
- może dodatkowo wzmacniać przegrody wizualne oddzielając określoną przestrzeń, domykać panoramy i wnętrza,



- może także doskonale maskować i zasłaniać niezbędne, ale mało estetyczne elementy wyposażenia / urządzenia przestrzeni publicznych, brzydkie elewacje czy widoki itp.

Istotną cechą zieleni, atrakcyjną i wskazaną do wykorzystania, jest jej zmienność sezonowa w zakresie geometrii i koloru. Umiejętne wykorzystanie tych możliwości może podnieść atrakcyjność przestrzeni publicznych.

Dlaczego woda jest ważna w przestrzeniach publicznych?

Woda w przestrzeni publicznej jest jednym z jej najbardziej atrakcyjnych elementów. Akwenty wodne - zarówno naturalne jak i sztuczne - przyciągają ludzi i zwiększają wartość przestrzeni.

Udostępnianie istniejących w mieście brzegów rzek, jezior, kanałów czy też brzegu morskiego w istotny sposób wzbogaca przestrzenie publiczne miasta, wzdłuż których lokalizują się funkcje usługowe społeczności: bary, puby, restauracje, sklepy, galerie, obiekty kultury, rekreacji i sportu.

Waterfronty mogą przyciągać otwarciami widokowymi, umożliwieniem kontaktu z przyrodą, specyficznym mikroklimatem, aktywną rekreacją i wypoczynkiem.

Ważne jest wprowadzanie w przestrzeń placów i ulic wody w mniejszej skali, wzorem choćby wyposażenia miast historycznych w fontanny, cysterny z wodą oraz baseny. Woda oczyszcza powietrze miasta, nawilża je w upalne dni, przynosząc ukojenie w sąsiedztwie nagranych murów i placów. Nawet poidełka, małe i stosunkowo niedrogi, nie tylko dla ludzi, ale i dla zwierząt, podnoszą walory przestrzeni publicznej.

W projektach kreujących założenia wodne wykorzystuje się wodę zarówno w zakresie estetycznym, jak i funkcjonalnym, stosując np. systemy zarządzania wodą opadową lub systemy oczyszczania wody, które wpływają również pozytywnie na jakość środowiska.



Kto użytkuje przestrzeń publiczną?

W przestrzeni publicznej spotkać można:

- ludzi – są największą atrakcją przestrzeni publicznej. Ludzie lubią przebywać właśnie tam, gdzie mogą spotkać ludzi, a każda napotkana osoba jest inna.
- zwierzęta – psy, koty, ptaki. Projektując przestrzeń publiczną warto przewidzieć miejsce także dla nich (np. wybiegi dla psów, budki dla kotów).

Każdego człowieka korzystającego z przestrzeni publicznej można opisać przez cechy społeczno-demograficzne:

- płeć: kobiety, mężczyźni,
- wiek: dzieci, młodzież, osoby dorosłe, osoby starsze,
- status zawodowy: przedszkolaki, uczniowie, studenci, osoby pracujące, osoby zajmujące się domem (w tym matki/babcie opiekujące się dziećmi), osoby bezrobotne, emeryci, renciści
- wykonywaną pracę: policjanci, strażnicy miejscy, sprzedawcy, artyści, inne zawody,
- cykl życia rodziny: dzieci mieszkające z rodzicami, single, małżeństwa, małżeństwa bez dzieci, małżeństwa z dziećmi (małymi, przedszkolakami, uczniami i studentami), wdowy i wdowcy,
- status ekonomiczny,
- miejsce zamieszkania: swoi i obcy, mieszkańcy i turyści,
- stan zdrowia: w tym stopień niepełnosprawności,
- przynależność do grup społecznych lub subkultur: akceptowani i nieakceptowani

Użytkowników przestrzeni publicznych różnicują także:

- motywacje korzystania z przestrzeni publicznej (np. przechodzenie, pozostawianie, kupowanie, sprzedawanie, spotkania, zabawa, odpoczynek),
- samopoczucie,
- poczucie bezpieczeństwa (! przestrzeń w której pojawia się dużo kobiet postrzegana jest jako bardziej bezpieczna).



Te zróżnicowane uwarunkowania sprawiają, że ludzie nie tylko inaczej korzystają z przestrzeni publicznych, ale także inaczej ją postrzegają i mają wobec niej inne oczekiwania.

Jak ludzie korzystają z przestrzeni publicznej?

Chodzą



Miasto to przede wszystkim ruch pieszcy. Jednak nie każdy ruch pieszcy sprzyja przestrzeniom publicznym, szczególnie dotyczy to „przechodzenia przez”. Wyzwaniem przy projektowaniu i urządzenie przestrzeni publicznych jest jednak zachęcenie ludzi do zatrzymania się i pozostania tam chociażby przez chwilę.

Stoją



W przestrzeni publicznej się staje i przystaje. Ważny jest tutaj efekt krawędzi – oparcie (psychologiczne) za placami, półcień, miejsca do podparcia, nieregularna fasada.

Siedzą



Atrakcyjne dla użytkowników przestrzenie publiczne to te, gdzie można bezpiecznie i wygodnie usiąść. Tak aby odpocząć, ale także aby porozmawiać czy pooglądać przechodniów.

Spotykają się



Urok przestrzeni publicznych sprawia, że łatwiej tam nawiązać kontakt z innymi ludźmi. Przyjemna atmosfera, ładne otoczenie, ciekawa oferta skłaniają do spotkań ze znajomymi (zaplanowanych i przypadkowych), dają także więcej okazji do poznania nieznajomych.

Dominują tam kontakty nieformalne (rozmowy, spotkania, wycieczki). Pojawiają się jednak także te formalne, np. sprzedający – kupujący, policjant – przechodzień.

Rozmawiają



Przestrzenie publiczne sprzyjają rozmowie ze znajomymi, ale także przypadkowym rozmowom z osobami, których nie znamy.

Są także ważnym miejscem komunikacji symbolicznej – wymiany poglądów i wartości, tam organizowane są wiece, manifestacje, happeningi, czy tzw. speaker corners.

Patrzą i są oglądani



Jednym ze sposobów spędzania czasu w przestrzeni publicznej jest oglądanie miejskiego życia, przechodniów, witryn sklepowych.

Jednocześnie wszyscy użytkownicy razem tworzą miejski spektakl, sami stając się przedmiotem obserwacji. Niektórzy nie zdają sobie z tego sprawy, inni wykorzystują tę przestrzeń do autokreacji, np. poprzez ubiór.

Kupują



Użytkowników przyciągają punkty handlowe i usługowe.

Nie tylko aby kupować, ale i oglądać, tak ważne są więc atrakcyjne witryny sklepowe. Ciekawym uzupełnieniem są sezonowe jarmarki, targowiska, festiwale, np. weekendowe czy świąteczne.

Jedzą i piją



Najsilniej przyciągającym przechodniów rodzajem usług jest gastronomia – od małych stoisk przez bary i kioski do kawiarnianych ogródków.

Obecność takich punktów jest wiarygodnym wskaźnikiem obecności życia społecznego – ich właściciele muszą pojawiać się tam, gdzie znajdują się potencjalni klienci. Tutaj duże znaczenie ma polityka władz miasta – wydawanie licencji i zezwoleń na prowadzenie działalności handlowej, egzekwowanie prawa, usuwanie nielegalnych sprzedawców.

Tworzą



Dobremu funkcjonowaniu przestrzeni publicznych sprzyja także sztuka uliczna (usankcjonowana i nieusankcjonowana) - rzeźby i instalacje, graffiti, muzycy, akrobaci, mimowie, koncerty - wprowadzają nową jakość, zmuszając jednocześnie pozostałych użytkowników do zatrzymania, kontaktów, do rozmowy.

Bawią się



Przestrzenie publiczne to miejsce zabawy. Od spontanicznych zabaw dzieci w fontannie, przez flash mobs, gry miejskie, do zorganizowanych jarmarków, festynów i koncertów.

Pracują



Warto także pamiętać, że przestrzeń publiczna jest także miejscem pracy dla sprzedawców, osób pilnujących porządku, artystów. Potrzebują więc odpowiednich warunków dla dotarcia do i z pracy, a także spędzania przerw.

To także miejsce zarabkowania w sposób mniej formalny, np. dla zbieraczy puszek i butelek, żebraków. Być może nie jest to powszechnie akceptowana działalność, jednak nadaje przestrzeni swoisty koloryt.

Łamią normy

Przestrzenie publiczne to miejsca, w których panuje większe przyzwolenie dla zachowań nietypowych, czasami na granicy norm obyczajowych, czasami łamiących normy prawne. Zaliczyć tu można grafficiarzy, osoby pijące alkohol, osoby bezdomne, ale także dzieci oraz młodzież – mogą zachowywać się głośno, trudno przewidzieć i skanalizować ich zachowania.



! Czasami, pod hasłami zapewniania porządku czy bezpieczeństwa, dąży się do wypchnięcia z tych przestrzeni tych nieakceptowanych grup społecznych. Prowadzi to do budowania źle zaprojektowanych przestrzeni publicznych. Pojawia się zasada „nie siedzieć, nie jeść”, projektuje się ławki, zbyt krótkie, aby się na nich położyć, przez co czasami trudno nawet na nich usiąść itp. W ten sposób pozbawia się przestrzeń publiczną charakteru. Eliminuje nie tylko niepożądanych, a w rzeczywistości wszystkich użytkowników.

Sposób użytkowania przestrzeni i pojawiający się w nich ludzie mogą różnić się w zależności od pory dnia (dzień i noc), pory tygodnia (dni powszednie i weekendy, święta), pór roku.

Oprócz innych ludzi i wyposażenia samej przestrzeni publicznej, o sposobie jej użytkowania decyduje także tradycja i tożsamość miejsca, tworzące często specyficzne *genius loci*.

Tradycja to przede wszystkim istniejące uwarunkowanie, zwyczaje i obyczaje uznawane przez mieszkańców za ważne. Tradycją może być dzień targowy czy niespotykany sposób obchodzenia świąt. Tożsamość to poczucie odrębności, punkt odniesienia i identyfikacji. W przestrzeni miejskiej odnaleźć ją możemy w symbolach, miejscach pamięci, pomnikach, charakterystycznych budowlach, pejzażu.

Sprawdzone wzory, z którymi identyfikują się mieszkańcy i użytkownicy mają większe szanse na utrzymanie się niż nowe pomysły, które mogą być odbierane jako obce i odgórnie narzucone. Pielęgnowanie lokalnych tradycji buduje poczucie odpowiedzialności za miejsce. Tworzenie przestrzeni publicznych w oparciu o lokalny koloryt, tożsamość to wzmacnianie istniejących mocnych stron przestrzeni i jej użytkowników.



Jak ludzie poruszają się w przestrzeni publicznej?

Chodzą



Podstawowym kierunkiem jest tranzyt – ludzie preferują proste trasy i skróty – wybierają najkrótszą drogę. Przestrzenie publicznych centrów miast dzięki aktywizacji pieszej mają szansę stać się „salonem miasta”.

Jeżdżą rowerem



Oprócz pieszych, rowerzyści są najbardziej pożądanymi użytkownikami przestrzeni publicznej.

Jeżdżą transportem zbiorowym



Komunikacja publiczna to sposób na zwiększanie dostępności przestrzeni publicznych, ale także sposób poruszania się po nich.

Jeżdżą samochodem



Najmniej preferowanym sposobem poruszania się po przestrzeniach publicznych są samochody – postrzegane są jako zagrożenie dla pieszych i rowerzystów, element niepotrzebnie zawłaszczający miejsce.

Czy usługi w krawędziach przestrzeni publicznej wyłączanej z ruchu kołowego są w stanie się utrzymać?

Doświadczenia wszystkich miast, które sukcesywnie wyłączają z ruchu kołowego kolejne przestrzenie publiczne potwierdzają, że tak. Usługi znajdujące się w sąsiedztwie przestrzeni przeznaczonej dla pieszych wręcz zwiększały swoje obroty, gdyż przestrzeń wokół nich stawała się bardziej atrakcyjna.

Przestrzeń publiczna wyłączona z ruchu kołowego, czy z mocnym ograniczeniem tego ruchu staje się bardziej przyjazna pieszym poprzez zwiększenie bezpieczeństwa przemieszczania się i swobody, zmniejszenie emisji spalin i hałasu.






WIZJA

Jaki pomysł na przestrzeń publiczną?

Następnym krokiem jest etap wizji, która powstaje jako wynik:

- diagnozy,
- analizy pozytywnych przykładów,
- partycypacji społecznej,
- pomysłu na przestrzeń, czyli kreacji autorskiej.




Zwłaszcza ten ostatni element może być kluczowy. Przestrzeń bez swojego charakteru, pomysłu na funkcjonowanie w całości struktury miasta czy dzielnicy, niepowiązana z innymi przestrzeniami zwykle jest skazana na nijakość. Pozostaje opuszczonym elementem, który stopniowo się degraduje. Wywołuje upadek szerszej okolicy niczym jedno zgniłe jabłko w pełnym koszu.

Dlatego ważne jest twórcze zaangażowanie w opracowanie wizji przekształcenia przestrzeni publicznej.




PROJEKT

Jak przygotowywać projekt atrakcyjnej przestrzeni publicznej?



Aby przestrzeń publiczna była atrakcyjna dla użytkowników przy jej projektowaniu trzeba porozmawiać z jej potencjalnymi użytkownikami. Wspólne wypracowanie kierunków przekształceń, w przypadku нефunkcjonalnych istniejących przestrzeni publicznych, bądź współautorstwo w kreowaniu nowych, pozwoli na szersze utożsamianie się użytkowników tych przestrzeni z miejscem ich działań.



Ważne jest więc wykorzystanie elementów partycypacji społecznej zarówno na etapie tworzenia WIZJI i PROJEKTU, a także potem – REALIZACJI. To, co budujemy własnymi rękami, jest „nasze”, identyfikujemy się z tym, bronimy i troszczymy się o to. Dlatego tak ważne jest zaangażowanie społeczności miasta do działań na rzecz jego przestrzeni publicznych. Ma to także walor edukacyjny.

! Najlepszą metodą są tutaj warsztaty – przykładowe scenariusze warsztatów są dostępne w załączeniu.

Warsztaty organizowane wśród mieszkańców na wszystkich poziomach wiekowych (bo nasze oczekiwania dotyczące roli przestrzeni zmieniają się wraz z naszym wiekiem) pomogą znaleźć odpowiedź na pytanie, jaka ma być przestrzeń, by każdy czuł się w niej dobrze.

W zależności od grupy wiekowej warsztaty mogą przyjmować różne formy – od czysto plastycznych (poprzez rysunek czy układanie na podkładzie form przestrzennych) do opisowych, sugerujących zakres planowanych inwestycji.

Czym jest wymiar przestrzenny przestrzeni publicznych?

Na fizyczny wymiar przestrzeni publicznych składają się trzy elementy:

- podłoga – posadzka,
- ścienny – krawędzie,
- strop – niebo lub przykrycie.

Krawędzie przestrzeni publicznych mogą mieć formę:

- wyraźną – budynki, zwarta zieleń – stanowi granicę widoczności,
- rozmytą – zieleń, przeszklenia, zbiorniki wodne – stanowią przeszkodę fizyczną, jednak nie ograniczają widoczności.

! O atrakcyjności przestrzeni publicznej w dużej mierze decyduje sposób jej łączenia z krawędziami – wejścia do budynków, witryny, ogródki gastronomiczne, balkony itp.



Jak możemy tworzyć sieć przestrzeni publicznych?

Przestrzenie publiczne funkcjonują dobrze tylko wtedy, gdy tworzą sieć łączącą elementy miasta - pozwala to na swobodne poruszanie się ludzi między różnymi miejscami. Obecność ludzi działa na zasadzie samonapędzającego się mechanizmu – im więcej ludzi, tym więcej atrakcyjnych miejsc i usług, tym więcej użytkowników.

! Przestrzenie publiczne wiążą się ze sobą: tworząc sieć punktów węzłowych. Ważne jest, by co 100-200 m umieszczać charakterystyczny element (tzw. sekwencja widoków), który będzie dla użytkownika celem pośrednim w jego podróży.

! Sposobem jest projektowanie w przestrzeni różnego typu atrakcji co 400-500 m, co odpowiada akceptowalnemu dystansowi pieszego poruszania się w mieście.

Przykładem mogą być pętle ruchu w dzielnicach śródmiejskich czy centralnych – ludzie poruszają się po pętlach łączących punkty węzłowe – punkty handlowe i usługowe, miejsca rekreacji i odpoczynku.

Ważne jest także zachowanie harmonii i rytmu.



O czym musimy pamiętać projektując plac?

Dobrze zaprojektowany plac powinien być dostosowany do możliwości percepcyjnych człowieka.

! Optymalne wymiary placów zawierają się pomiędzy 20 i 100 metrów. Odpowiada to odległości, z jakiej człowiek jest w stanie dostrzec innych ludzi i ich twarze, a także ogarnąć spojrzeniem cały plac.

Ważne jest zachowanie proporcji wnętrza do wysokości ścian ograniczających to wnętrze.

Jedna ze stron placu powinna być otwarta – ludzie czują się dobrze w miejscach, które mają bezpieczne zaplecze i widok na szerszą, otwartą przestrzeń.

Powierzchnia placu powinna dawać użytkownikom poczucie swobody, jednocześnie dając możliwość kontaktu z innymi ludźmi. Warunki te pozwalają na projektowanie powierzchni placu według wzoru:

$$\text{powierzchnia} = \text{liczba użytkowników} \times 15 \text{ (do 30) m}^2$$

Przekroczenie wskaźnika 30 m² powoduje zamieranie żywotności przestrzeni publicznej.



O czym należy pamiętać projektując ulice?

Szerokość ulicy nie powinna być większa niż wysokość stojących wzdłuż niej budynków.

Aby przestrzeń ulicy była atrakcyjna dla użytkowników powinna być uzupełniona przez:

- otwarcia widokowe – budujące połączenia wizualne z innymi elementami miasta,
- podcienie – stanowiące strefę pośrednią między budynkiem a przestrzenią publiczną, są miejscem zatrzymania, oparcia, powinny mieć co najmniej 2 m szerokości.

Specyficzną formą ulicy jest **pasaż**, także przebiegający wewnątrz budynku. Jego szerokość powinna mieścić się w przedziale od 3,3 do 4,5 m, maksymalnie 6 m.

Jak można zaprojektować posadzkę?

Posadzka powinna zapewniać użytkownikom poczucie bezpieczeństwa, co nie ogranicza się jedynie do spełniania wymogów prawnych.



Należy uwzględnić potrzeby osób o ograniczonej sprawności:

- w miejscach przejść dla pieszych należy obniżyć krawężnik do wysokości 2 cm, aby ułatwić poruszanie się osób na wózkach / z wózkami,
- czytelne oznaczanie krawędzi jezdni, kierunków poruszania się dla osób niewidomych i niedowidzących – zastosowanie płytek kierunkowych.

! Sposobem pogodzenia wymogów bezpieczeństwa i komfortu pieszych przy przekraczaniu jezdni jest zrównywanie poziomu przejścia dla pieszych z chodnikiem. Wyniesienie na drodze samochodu zmusza kierowców do zmniejszenia prędkości.

Szczególny nacisk powinien zostać położony na tworzenie przestrzeni dostępnych także poprzez likwidację barier architektonicznych, takich jak:

- wysokie progi,
- schody,
- krawężniki,
- wąskie chodniki.

Schody są bardzo silnie oddziaływującą barierą psychologiczną. Obecność barier architektonicznych zdecydowanie ogranicza liczbę potencjalnych użytkowników przestrzeni publicznych, przede wszystkim wyklucza ludzi starszych i niepełnosprawnych, ludzi o czasowo ograniczonej sprawności ruchowej, także kobiety w ciąży, czy z małymi dziećmi w wózkach.

Gładkie nawierzchnie ułatwiają poruszanie się – jednak często w imię zachowania dziedzictwa historycznego stosowany jest bruk. Za każdym razem warto rozważyć, na ile ważna jest wierność historyczna, a na ile komfort i bezpieczeństwo użytkowników.



Ile usług?

Jan Ghel przedstawił klasyfikację atrakcyjności przestrzeni publicznych w zależności od liczby lokali usługowych przypadających na 100 metrów pierzei ulicy bądź placu:

- atrakcyjne – od 15 do 20 lokali,
- przyjemne – od 10 do 14 lokali,
- pośrednie – od 6 do 9 lokali,
- nudne – od 2 do 5 lokali,
- nietrakcyjne – 1 lokal lub ich brak.

Jakie usługi?

Kluczem do sukcesu jest zapewnienie różnorodnej oferty usługowej w lokalach:

- na parterach,
- dostępnych bezpośrednio z ulicy,
- bez barier architektonicznych,
- z atrakcyjnymi witrynami,
- otwartych przez możliwie najdłuższy czas, także w soboty, niedziele.

Preferowane branże to te z zakresu usług społecznych:

- handel,
- gastronomia,
- rzemiosło,
- kultura,
- sport,
- turystyka.

Atrakcyjność przestrzeni publicznych podnosić może obecność obiektów unikalnych, dostępnych tylko w jednym lub niewielu miejscach. Mogą być to zarówno zabytki, jak i lokale świadczące nietypowe usługi czy oferujące rzadko spotykane towary.

W co wyposażyć przestrzeń publiczną?

Podstawowe wyposażenie przestrzeni publicznej powinno obejmować:

- miejsca do siedzenia,
- kosze na śmieci,
- oświetlenie.



Są to podstawowe elementy wpływające na komfort użytkowania, bezpieczeństwo oraz czystość.

Kolejnymi elementami są np. szalety publiczne, w szczególności w miejscach odwiedzanych przez dużą liczbę użytkowników.

Pozostałe elementy powinny być uzależnione od przeznaczenia i potrzeb użytkowników przy zachowaniu spójności z charakterem przestrzeni.

Walorem przestrzeni publicznej jest otwarty charakter zagospodarowania, pozwalający na realizację zróżnicowanych aktywności.

Ile miejsc do siedzenia?

Badania najlepiej funkcjonujących przestrzeni publicznych pokazują, że w przypadku miejsc do siedzenia ważna jest ich:

- liczba: w Nowym Jorku zaobserwowano, że miejsca siedzące zajmowały od 6 do 10% całkowitej powierzchni, przeciętnie 33-38 osób na 30 m przestrzeni do siedzenia,
- lokalizacja: miejsca do siedzenia powinny być zlokalizowane tak, aby umożliwić rozmowę i obserwowanie innych ludzi oraz oglądanie otoczenia,
- zróżnicowanie: nie tylko ławki, ale także krzesła, siedziska, schody, murki, itp.

Jak oświetlić przestrzeń publiczną?

Oświetlenie powinno przede wszystkim zapewniać poczucie bezpieczeństwa. Dlatego też w przestrzeniach publicznych przeznaczonych dla pieszych latarnie powinny być umieszczone na takiej wysokości, aby oświetlać twarze mijanych osób.

Sztuczne oświetlenie przestrzeni publicznych powinno być zintegrowane z tkanką miejską i podkreślać charakter miasta.



Jakie materiały?

Dobra przestrzeń publiczna zbudowana jest z materiałów estetycznych, jednak zapewniających trwałość.

Warto pamiętać, aby w imię estetyki, nie zapominać o komforcie użytkowników.

W jakim kolorze?

Kolor decyduje zarówno o sposobie postrzegania przestrzeni, jak i samopoczuciu użytkowników. Dotyczy to zarówno krawędzi przestrzeni, jak również wyposażenia, w tym instalacji artystycznych. Przykładowo:

- kolor czerwony sprawia, że powierzchnie wydają się bliższe i większe niż w rzeczywistości,
- kolor niebieski sprawia, że powierzchnia wydaje się mniejsza i bardziej oddalona.

Czy zrezygnować z reklam?

Funkcjonowanie przestrzeni publicznych wiąże się z ich wysokimi walorami informacyjnymi. Utrudnieniem jest natłok banerów i reklam wielkoformatowych, które zakłócają możliwości cieszenia się wyglądem przestrzeni publicznych, czy budynków.

Zasady lokalizacji reklam zawarte są w Zarządzeniu Prezydenta Miasta Gdańska oraz "Koncepcji Regulacji Estetyki Miasta" (KREM, na CD).



Ułatwianiem dla użytkowników są:

- szyldy,
- system informacji miejskiej,
- system informacji przestrzennej,
- system informacji pasażerskiej.

Co zrobić z samochodami?



Jakość przestrzeni publicznych i ich bezpieczeństwo wynika z obecności pieszych. Liczba przestrzeni pieszych w mieście jest powszechnie uważana za dowód dobrego planowania.

Tak więc samochody postrzegane są jako przeszkody w poruszaniu się pieszych, jednak dzięki nim zwiększa się dostępność przestrzeni publicznych i wzrasta liczba użytkowników.

Jak więc połączyć potrzebę komfortu i bezpieczeństwa pieszych (i rowerzystów) z potrzebami kierowców i ich pasażerów?

Najbardziej radykalnym rozwiązaniem jest wprowadzenie stref pieszych. Rysuje się także pełna paleta działań w ramach polityki zrównoważonej mobilności typu push&pull, tzn. wspieranie ruchu pieszego, rowerowego i komunikacji zbiorowej, zmniejszanie atrakcyjności korzystania z samochodów.

Zmniejszać liczbę samochodów w przestrzeni publicznej można poprzez:

- wprowadzanie stref pieszych – przede wszystkim na obszarze rynków, placów miejskich, ulic handlowych, wzdłuż nabrzeży rzek, kanałów, itp.,
- kampanie informacyjne i społeczne promujące zrównoważoną mobilność,
- zwiększanie dostępności przez komunikację zbiorową (odległość od przystanków, jakość taboru, ceny biletów),
- ułatwienia dla rowerzystów,
- wprowadzanie opłat za korzystanie z miejsc parkingowych,
- wprowadzanie stref ograniczonego ruchu (z wprowadzeniem systemu płatnych i bezpłatnych abonamentów),
- wprowadzanie stref tempo 30,
- ograniczanie liczby miejsc parkingowych naziemnych – zastępowanie miejsc parkingowych prostopadłych do chodnika równoległymi (dodatkowa przestrzeń dla pieszych i rowerzystów),
- budowanie parkingów podziemnych,
- tworzenie parkingów poza strefą przestrzeni publicznej (w odległości maksymalnie 700 m),
- carpooling / carsharing – wspieranie dzielenia się samochodem prywatnym poprzez zorganizowanie strony internetowej, umożliwiającej znalezienie i stworzenie grup osób podróżujących

jednym samochodem oraz zawierającej porady dotyczące ubezpieczeń i dzielenia kosztów,

- wprowadzania harmonogramu dostaw dla sklepów i punktów usługowych oraz promowanie korzystania ze wspólnych samochodów dostawczych (vansharing)
- wprowadzenia czytelnego oznakowania,
- wprowadzanie efektywnego systemu kontroli i egzekwowania przepisów (patrole, elektroniczne bramki, słupki itp.).

! Liczbę miejsc postojowych dla samochodów poszczególnych strefach miasta określa Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Gdańska z 2007 roku.

Co zrobić z rowerami?



Wprowadzanie tras rowerowych, wprowadzanie udogodnień dla rowerzystów czy roweru miejskiego to sposoby na promowanie aktywnego korzystania z przestrzeni publicznych kosztem korzystania z samochodów.

Aby zatrzymać rowerzystów w danej przestrzeni i skłonić do korzystania z dostępnych tam usług zapewnić trzeba odpowiednią liczbę dostępnych i bezpiecznych miejsc parkingowych dla rowerów.

! Liczbę i standard miejsc postojowych dla rowerów na terenie Gdańska określa Zarządzenie Prezydenta Miasta Gdańska z 2012 roku.

Gdzie zaprojektować tereny zielone?



Tereny zielone to miejsca z roślinnością i odpowiednią infrastrukturą, przede wszystkim skwery i zieleńce.

Takie publiczne tereny zielone powinny być lokalizowane w promieniu 500 m od terenów mieszkaniowych (dojście piesze w około 15 minut).

Do tworzenia takich miejsc zieleni publicznych wykorzystać można:

- tereny wokół zbiorników retencyjnych,
- parki podworskie,
- tereny fortyfikacji miejskich,
- tereny podmokłe,
- lasy prywatne przekształcane w tereny zieleni ogólnodostępnej.



REALIZACJA

Jak zbudować dobrą przestrzeń publiczną?

Mając dobry projekt przechodzimy do realizacji, urządzenia (wykreowania) przestrzeni – trzeba tę przestrzeń zrobić. Ten etap obejmuje:

- opracowanie projektu wykonawczego,
- opracowanie budżetu,
- wyłonienie wykonawcy,
- realizacja projektu.

Etap ten może obejmować procedury przetargowe na realizację formułując Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ) w oparciu o projekt koncepcyjny.

W ramach realizacji projektu być może niezbędne będzie wyłonienie dzierżawców gminnych lokali użytkowych oraz uzyskanie wymaganych zgód i pozwoleń.

Za realizację projektu odpowiadać może jeden lub kilka podmiotów, z listy adresatów tego poradnika.

! Ważne jest, aby zawsze wiadome było, kto jest wiodącym i jednocześnie koordynującym cały proces.

Niezwykle cenne jest także zaangażowanie społeczności lokalnej w proces realizacyjny.



MONITORING

Czy zrealizowany projekt działa?

W celu ciągłego doskonalenia narzędzi podnoszenia atrakcyjności przestrzeni publicznych powinno się prowadzić monitoring.

Działania podnoszące jakość przestrzeni publicznej powinny być sprawdzane pod względem swojej skuteczności, co oznacza porównanie stanu przed i po realizacji projektu.

Monitoring może obejmować wskaźniki, takie jak:

- liczba użytkowników, w tym liczba kobiet, osób starszych, niepełnosprawnych,
- liczba nowych placów, parków, promenad,
- długość ulic wyłączonych z ruchu kołowego,
- długość tras rowerowych,
- długość tras komunikacji publicznej,
- dostęp do komunikacji publicznej,
- liczba miejsc do siedzenia i odpoczynku,
- typy aktywności w przestrzeni publicznej (przechodzenie, przebywanie, kontakty społeczne, korzystanie z punktów handlowych i usługowych, aktywności stacjonarne itp.),
- całkowita liczba minut spędzonych w przestrzeni publicznej,
- struktura handlu i usług w krawędziach przestrzeni publicznej,
- godziny otwarcia punktów handlowych i usługowych w krawędziach przestrzeni publicznych,
- liczba kolizji i wypadków drogowych z udziałem pieszych i rowerzystów,
- liczba kradzieży, włamań, rozbojów, bójek,
- liczba, typ i powierzchnia reklam.

! Jeżeli coś nie funkcjonuje dobrze, trzeba poszukać przyczyny i powtórzyć konieczne etapy (kroki) eliminując problem.



BIBLIOGRAFIA

1. Alexander Ch., **Język wzorców**, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2008.
2. Bonenberg W., **Przestrzeń publiczna w osiedlach mieszkaniowych**, w: „Urbanista”, nr 12 (72), 2008.
3. Celińska-Janowicz D., **Centra handlowe wobec miejskiej przestrzeni publicznej – nie tylko imitacja**, w: Człowiek w przestrzeni publicznej miasta, pod. red. I. Jażdżewskiej, Łódź 2011.
4. Czarnecki B., Siemiński W., **Kształtowanie bezpiecznej przestrzeni publicznej**. Wydawnictwo Difin, Warszawa, 2004.
5. Cullen G., **Obraz miasta**. Wydanie skrócone, Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, Lublin, 2011.
6. Fikus-Wójcik A. **Rewitalizacja Traktu Królewsko-Cesarskiego w Poznaniu na tle transformacji historycznych obszarów miast europejskich**, praca doktorska, maszynopis, Wydział Architektury Politechniki Poznańskiej, 2008.
7. Fikus-Wójcik A., Różga-Mieczewicz A. **Studium przestrzeni publicznych dzielnicy urbanistycznej Port. Dwie Wyspy, Dwa Kurorty**, maszynopis, BRG Gdańsk 2010.
8. Frysztacki F., **Miasta metropolitalne i ich przedmieścia**, Universitas, Kraków, 1997
9. Gaca S., Suchorzewski W., Tracz M., **Inżynieria ruchu drogowego**, WKŁ, Warszawa, 2008.
10. Gądecki J., **Za murami. Osiedla grodzone w Polsce. Analiza dyskursu**, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, 2009.
11. Gehl J., **Życie między budynkami. Użytkowanie przestrzeni publicznych**, Wydawnictwo RAM, Kraków, 2009.
12. Gehl Architects, **Places for people**, Melbourne, 2004.
13. Gehl Architects, **Zurich Public Spaces**, 2004.
14. Hall E., **Ukryty wymiar**, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 2001.
15. Jakubowicz E., **Podstawy metodologiczne geografii usług**
16. Jałowiecki B., **Proces waloryzacji przestrzeni miejskiej**, w: *Przestrzeń i społeczeństwo. Z badań ekologii społecznej*, pod red. Zygmunta Pióro, Książka i wiedza, Warszawa, 1982.
17. Janiszewska A., Klima E., Rochmańska A., **Centra handlowe w Łodzi – zawłaszczona przestrzeń publiczna?**, w: Człowiek w przestrzeni publicznej miasta, pod. red. I. Jażdżewskiej, Łódź, 2011.
18. Jaroszevska – Brudnicka R., **Reżyserowanie przestrzeni publicznej miasta**, w: Człowiek w przestrzeni publicznej miasta, pod. red. I. Jażdżewskiej, Łódź, 2011.
19. Jelonek A., **Przestrzeń publiczna miasta jako obszar penetracji turystycznej**, w: Człowiek w przestrzeni publicznej miasta, pod. red. I. Jażdżewskiej, Łódź, 2011.
20. **Klasyfikacja Gospodarki Narodowej**, 1975, GUS, Warszawa.
21. Kochanowska D., 2010, **Przestrzeń publiczna – kluczowy element miasta współczesnego – zintegrowana czy podzielona** [w:] P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek, *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych*, Wydawnictwo Urbanista, Gdańsk, 2010.

22. Kronenberg J., Bergier T. (red.), **Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce**, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010.
23. Lichołai L., Pisarek M., Gargała M., **Funkcjonalność i atrakcyjność ławek w przestrzeni publicznej**, w: Człowiek w przestrzeni publicznej miasta, pod. red. I. Jażdżewskiej, Łódź, 2011.
24. Lorens P, Martyniuk-Pęczek J.- redakcja, **Problemy kształtowania przestrzeni publicznych**, Wydawnictwo Urbanista, Gdańsk 2010.
25. Lynch K., **Obraz miasta**, Wydawnictwo Archivolta, Kraków 2011.
26. Łoboda J., Kruzel R., **Funkcjonowanie miasta nocą. Niektóre uwarunkowania przestrzenne i społeczno-gospodarcze Wrocławia**, [w:] I. Jażdżewska (red.), *Duże i średnie miasta polskie w okresie transformacji*, XXII Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009.
27. Maik W., **Przestrzeń publiczna w mieście: pojęcia, ujęcia badawcze, funkcje i ewolucja zjawiska**: w: *Przestrzeń publiczna miast*, pod. red. I. Jażdżewskiej, Łódź 2011.
28. Makać. W, Urbanek-Krzysztofiak D., **Metody opisu statystycznego**, Wyd. UG, Gdańsk 2000.
29. Masboungi A. (red.), **Faire la wille en partenariat – City renewal through partnership. Birmingham**. Projet Urbain, Édition de la Vilette, Paris 2006.
30. **Materiały do sporządzania projektów planów miejscowych**, 1, IUA, Warszawa 1984..
31. Nawratek K., **Miasto jako idea polityczna**, Korporacja Ha!Art, Kraków 2008.
32. Nowakowski M.(red.) praca zbiorowa, **Kształtowanie sieci usług**, IKŚ, PWN, Warszawa 1984.
33. Piotrkowska M. (red.), **Studia nad strukturą ośrodków usługowych w Gdańsku**, maszynopis BRG, Gdańsk 2003.
34. Pióro Z., **Ekologia społeczna – nauka o strukturach i zachowaniach przestrzennych**, w: *Przestrzeń i społeczeństwo. Z badań ekologii społecznej*, pod red. Zygmunta Pióro, Książka i wiedza, Warszawa, 1982.
35. **Program Ochrony Środowiska dla Miasta Gdańska (2008-2011) z perspektywą na lata 2012-2015. Gospodarowanie Zasobami Przyrody**, BRG, Gdańsk 2008.
36. **Przestrzeń dla komunikacji w mieście**, VIII Ogólnopolska, III Międzynarodowa Konferencja Instytutu Projektowania Urbanistycznego, Kraków, Wyd. Politechnika Krakowska, 2001.
37. Rembarz G., **materiały** Podyplomowego Studium Rewitalizacji WA PG, Gdańsk 2010 r.
38. Rudnicki A., Kollbek A., **Strefy ruchu uspokojonego i pieszego w śródmieściu Krakowa**, prezentacja Power Point.
39. Shaftone H., **Convival Urban Spaces**, London Sterling, London 2008 .
40. Shaogang Li, **Useres' Behavior of Dmall Urban Spaces in Winter and Marginal Seasons**, Arch & Comport, vol 10, no 1.
41. Siemieńska R., **Władza i zarządzanie w oczach radnych i mieszkańców Warszawy**, w: *Spółeczna mapa Warszawy*, pod red. Janusza Grzelaka i Tomasza Zaryckiego, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2004.

42. Strelau J., *Psychologia*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk, 2000.
43. *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Gdańska*, Uchwała nr XVIII/431/07 Rady Miasta Gdańska z dnia 20 grudnia 2007 r.
44. *Studium lokalizacji obiektów wysokościowych*, Biuro Rozwoju Gdańska, Gdańsk 2008.
45. *The social value of public spaces*, Joseph Rowntree Foundation.
46. *The Value of Public Spaces*, CABA Spaces.
47. *Towards a fine city for people. Public Space and Public Life*, Gehl Architects, Londyn, 2004.
48. Tranick R., *Finding Lost Space*, John Wiley & Sons, New York, Chichester, Weinheim, Brisbane, Singapore, Toronto, 1986.
49. Turzyński M., *Instrukcja do inwentaryzacji usług*, maszynopis, ZPU, BRG, Gdańsk, 2009.
50. Turzyński M., *Obiekty i struktura usług w Śródmieściu Gdańska w 2010 r.*, maszynopis, ZPU, BRG, Gdańsk 2011.
51. Turzyński M., *Obiekty i struktura usług w Centrum Wrzeszcza Gdańska w 2009 r.*, maszynopis, ZPU, BRG, Gdańsk 2010.
52. Turzyński M., *Obiekty i struktura usług w w wybranych rejonach dzielnicy Port w Gdańsku w 2011 r.*, maszynopis ZPU, BRG, Gdańsk 2011.
53. Turzyński M., *Obiekty i struktura usług w dzielnicy Południe w Gdańsku w 2011 r.*, maszynopis ZPU, BRG, Gdańsk 2011.
54. Turzyński M., *Inwentaryzacja usług w dzielnicy Oliwa w Gdańsku w 2011 r.*, maszynopis ZPU, BRG, Gdańsk 2011.
55. **Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody** (Dz. U z 2004 r. Nr 92, poz.880 z późniejszymi zmianami)
56. **Uwarunkowania, przekształcenia i rozwój przestrzeni publicznych w centrum Wrzeszcza**, Biuro Rozwoju Gdańska, maszynopis, Praca zbiorowa, 2011.
57. Wallis A., *Informacja i gwar. O miejskim centrum*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa, 1979.
58. Wejchert K., *Elementy kompozycji urbanistycznej*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 1984.
59. Whyte W. H., *The Social Life of Small Urban Spaces, Project for Public Spaces*, Project for Public Spaces, Nowy Jork 1980.
60. Wolaniuk A., *Przemiany funkcjonalne głównej osi urbanistycznej Łodzi* [w:] I. Jażdżewska (red.), *Duże i średnie miasta polskie w okresie transformacji*, XXII Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009.
61. Wysocki M., *Dostępna przestrzeń publiczna*, Fundacja Instytut Rozwoju Regionalnego, Kraków 2009.
62. Zmyślony P., *Wpływ funkcji turystycznej na internacjonalizację miast i ich przestrzeni publicznej*, w: Człowiek w przestrzeni publicznej miasta, pod. red. I. Jażdżewskiej, Łódź, 2011.
63. ilustracje – własne i Internet



“...Tworzenie przestrzeni publicznej wymaga połączenia sztuki i nauki w jednym. Tylko część naszych decyzji możemy oprzeć na dotychczasowych doświadczeniach i rzetelnej wiedzy. Cała reszta wymaga kreacji tego unikalnego czegoś, co polubią przyszli użytkownicy...”