

PIOTR CZYŻ

Politechnika Gdańska

ORGANIZACJA PROCESU REWITALIZACJI Z UŻYCIEM METODY PLACEMAKINGU NA PRZYKŁADZIE PROJEKTU SPOŁECZNEJ REWITALIZACJI PARKU ŚWIĘTOPEŁKA W GDAŃSKU

Abstract: Organization of Revitalization Process with Use of Placemaking Method, on the Example of Social Revitalization of Świętopełk Park in Gdańsk.

Article aims to present progress and conclusions after the implementation of project: *Social revitalization of the space using Placemaking strategy*. The Placemaking put a special emphasis on the social consequences of space redevelopment. Posed research hypothesis of the project was to test the efficacy of the method in Polish and especially Tri-city social reality. Placemaking method, the effectiveness of which the project tests, has increasing recognition in Poland as a strategy of transforming the elements of public space. Therefore it seems to be justified to assess the efficacy of this method and define the framework for its application. The analysis of the realisation of project leads to assumption that it is possible to use Placemaking strategy as means of reaching social consensus in the process of revitalization in Poland. But further research is certainly needed.

Keywords: Participatory design, placemaking, revitalisation.

Wprowadzenie

Opracowanie służy prezentacji przebiegu oraz wniosków wyciągniętych z realizacji projektu badawczo-wdrożeniowego: *Społeczna rewitalizacja przestrzeni z wykorzystaniem strategii Placemakingu*. Projekt realizowany był w 2015 r. przez Stowarzyszenie Inicjatywa Miasto w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG. Realizację projektu poprzedzały działania inicjujące, trwające od 2013 r.

Celem strategicznym projektu było przeprowadzenie konsultacji społecznych, mających na celu opracowanie strategii przekształceń fragmentu przestrzeni publicznej niewielkiej wielkości (ok. 5000 m²) na terenie Gdańska. Postawioną hipotezą badawczą projektu było sprawdzenie skuteczności metody Placemakingu w polskich, trójmiejskich realiach społecznych. Dotyczyło to przede wszystkim: opracowania metod partycypacji publicznej, skutecznej identyfikacji aktorów procesu partycypacji oraz sprawdzenie poziomu kompetencji społecznej mieszkańców do udziału w procesie partycypacji.

Obszar problemowy wybrany do projektu to kwartał ulic mieszczący niewielki skwer miejski nazwany przez autorów projektu Parkiem Świętopełka. Teren ten mieści się w otoczeniu o istotnym znaczeniu kulturowym, znajduje się bowiem w centralnej części Głównego Miasta w Gdańsku.

Metoda Placemakingu, której skuteczność miał sprawdzić projekt, znajduje coraz większe uznanie jako strategia przekształcania elementów przestrzeni publicznej. Wywodzi się ze Stanów Zjednoczonych i czerpie z dorobku teoretycznego Jacobs oraz Whyte'a – działających w Nowym Jorku w drugiej połowie XX w. [Jacobs 2014; Whyte 1980]. Różnica w gęstości zdarzeń zachodzących w przestrzeni miejskiej Nowego Jorku, jak i wielu innych wielomilionowych miast, w których rozwija się Placemaking, charakteryzujące się znaczną liczbą użytkowników oraz różnice kulturowe między społecznością amerykańską a polską wymagają od polskich działaczy społecznych, projektantów i samorządów ostrożności w bezpośrednim kopiowaniu strategii Placemakingu bez dostosowania jej do lokalnych uwarunkowań. Dlatego zasadne zdaje się przeprowadzenie oceny skuteczności stosowania tej metody i określenie ram jej stosowania. W pracy skrótowo zostanie zaprezentowana idea Placemakingu jako metoda rewitalizacji przestrzeni (1), analiza przebiegu procesu rewitalizacji w Parku Świętopełka (2) oraz ocena skuteczności przyjętej strategii (3).

1. Placemaking jako metoda projektowa

Metoda Placemakingu polega na organizacji procesu rewitalizacji wokół idei powstawania przestrzeni publicznej rozumianej jako miejsce. Pojęcie *miejsca* jest kluczowe dla tej metody i rozumiane jest jako przestrzeń, z którą identyfikuje się lokalna społeczność. Choć pojęcie miejsca było wielokrotnie przytaczane przez twórców metody, to rozróżnienie na „miejsce” i „nie-miejsce” zostało rozpropagowane i na stałe wprowadzone do dyskursu architektonicznego przez Auge [2008]. Auge w swoim antropologicznym opisie

wskazuje na potrzebę identyfikacji użytkownika z przestrzenią, której nie-miejsca nie posiadają. Ta efemeryczna wartość przestrzeni, jaką jest możliwość identyfikacji z przestrzenią i pośredniczenie w kontaktach społecznych jest priorytetowa dla strategii Placemakingu. Lorens słusznie zauważa, że nie każda przestrzeń o charakterze miejskim, publicznym, zawiera w sobie komponent tożsamościowy, nadający jej unikatowy walor miejsca. „Staje się więc konieczne rozróżnienie między *przestrzenią miejską* (w tym przestrzenią publiczną) a *miejscem* bogatym w znaczenia, wspomnienia, konotacje kulturowe itp.” [Lorens 2010].

Pojęcie *miejsca* zawiera w sobie komponent normatywny, mówiący o tym, że przestrzeń powinna stymulować interakcję społeczną. To normatywne nastawienie było obce projektowaniu zgodnym z paradygmatem modernistycznym, w którym przestrzeń uznawano jako normatywnie neutralną. Według twórców Placemakingu, przestrzeń aktywnie wpływa na zachowania użytkowników, kształtuje zachowania i sprzyja (lub nie) integracji społecznej. Ma to swoje korzenie w powojennych koncepcjach filozoficznych XX w., na nowo poszukujących znaczenia w kulturze zachodniej zdominowanej przez myślenie instrumentalne. Arendt zauważa, że normatywna rola przestrzeni jest fundamentem współczesnego rozumienia miasta. „Jedynym niezbywalnym materialnym czynnikiem (obecnych) czasów władzy (*age of power*) jest wspólnotowy charakter życia ludzi. Tylko gdy ludzie żyją na tyle blisko siebie, że potencjalność współdziałania jest zawsze obecna, będą też oni nośnikami władzy i podstawą dla powstawania miasta. Miasta nawiązującego do państwa-miasta, wciąż będącego paradygmatem dla wszystkich zachodnich organizacji politycznych. (Bycie razem) jest zatem najważniejszym materialnym nośnikiem władzy” [Arendt 2011, s. 203]. Bez aspektu normatywnego, bycie blisko siebie ludzi przestaje mieć jakiegokolwiek znaczenie, a widziane jest nawet jako przeszkoda. Obcy w takiej przestrzeni staje się irytujący, zagradza – czego doskonałym obrazem jest irytacja użytkownika w trakcie podróży samochodem na zakorkowanej ulicy.

żyć blisko siebie, jak stwierdza Arendt to żyć w autentycznej wspólnotcie, w której codzienna aktywność człowieka jest istotowo związana z aktywnością innych. Podtrzymanie więzi w „rzeczywistości pozbawionej tradycji” staje się wyzwaniem dla współczesnej, zatowizowanej, zmotoryzowanej społeczności. Dlatego tak istotne staje się nadawanie przestrzeni normatywnej, kulturotwórczej roli. „Placemaking to inspirowanie ludzi do wspólnego przeformułowania przestrzeni publicznej jako serca każdej społeczności lokalnej” [Project for Public Spaces 2009]. W Placemakingu kładziony jest szczególny nacisk na spo-

łeczne konsekwencje projektowania. Projekt widziany jest tutaj jako narzędzie przekształceń społecznych, a nie jako produkt natury estetycznej. „Bardziej niż jedynie promocja lepszej formy projektu urbanistycznego, Placemaking ma za zadanie kreować nowe, kreatywne formy użytkowania przestrzeni, miejskie tożsamości związane z miejscem i wspierać ich ciągłą ewolucję” [*ibidem*].

Placemaking znajduje coraz większą popularność w procesie projektowania partycypacyjnego w Polsce. Przemawiają za tym 2 czynniki: łatwy i bezpłatny dostęp do literatury popularyzatorskiej związanej z ruchem Placemakingu oraz ogromna popularność działań zgodnych z tą metodą w Stanach Zjednoczonych. Przyczyną pierwszego jest skuteczna działalność organizacji Project for Public Spaces, która dzieli się wiedzą na temat metod działania Placemakingu zgodnie z zasadą *open-source*. Drugą jest sukces wielu projektów, w trakcie których stosowano tę metodę. Ilustracją skuteczności Placemakingu może być znaczny sukces projektu przekształcenia Times Square w Nowym Jorku na przestrzeń pieszą [Glick 2010]. Ten eksperyment społeczny polegał na czasowym oddaniu ruchliwej arterii komunikacyjnej, przebiegającej przez Times Square tylko ruchowi pieszemu. Z początku koncepcja nie znajdowała poparcia społecznego wśród mieszkańców i jednocześnie spotkała się z wrogim odbiorem ze strony lokalnych przedsiębiorców, obawiających się o swoje zarobki. Po upływie roku koncepcja spotkała się z ogromnym poparciem obu tych grup. Dodatkowo, wszystkie twarde wskaźniki: liczba wypadków, natężenie ruchu pieszego i kołowego przemawiały na korzyść nowego rozwiązania, które z początku spotykało się z krytyką obserwatorów. Obecnie Times Square jest na stałe przestrzenią pieszą.

Celem Placemakingu jest projektowanie i przekształcanie przestrzeni skupione na procesie kształtowania interakcji społecznych, a nie na wizualnym efekcie projektu. Intencją projektowania tego typu jest, obok projektowania partycypacyjnego, projektowanie przestrzeni zmierzające do maksymalnego zwiększenia aktywności społecznej w danej lokalizacji problemowej. Protoplasta ruchu Whyte, sugeruje, że jest to jeden z głównych czynników kształtowania przestrzeni publicznej w mieście. Jednocześnie zaznacza, że ten pozornie oczywisty fakt jest często pomijany przez projektantów. „To, co najbardziej przyciąga ludzi do danego miejsca, to inni ludzie; wszystko na to wskazuje. Jest to kwestia tak często powtarzana, bo niezmiernie wiele przestrzeni miejskich wskazuje na to, że były projektowane z odwrotną przesłanką, mianowicie: że ludzie pragną przebywać w przestrzeniach, gdzie nie chodzi dużo ludzi” [Whyte 1980, s. 19]. Dokumentacja badawcza z przestrzeni Nowego Jorku z lat 60. i 70. zgromadzona przez Whyte’a wyraźnie na

to wskazuje – ludzie przebywają tam, gdzie przebywają inni ludzie. Whyte jednocześnie zaznacza, że wiedza ta nie zgadza się z deklaracjami użytkowników przestrzeni. Gdy zostaną poproszeni o opis przestrzeni, w której chcą przebywać, otrzymujemy od nich opis ustronnych miejsc do relaksu, pozbawionych gwaru i wielu ludzi. „Mieszkańcy często wyrażają taką opinię, i dlatego właśnie odpowiedzi w badaniach ankietowych mogą być tak zwodnicze” [*ibidem*]. Jest to trudność, z którą boryka się proces partycypacji, w szczególności związanych z Placemakingiem, gdyż skupiony jest on właśnie na tym walorze przestrzeni. Wypowiedzi użytkowników często nie są wyrazem ich prawdziwych preferencji, a jedynie deklaracjami tego co wydaje się, że powinni powiedzieć w trakcie wywiadu.

Istotne zdaje się umiejętne wyznaczenie ram komunikacji z użytkownikami przestrzeni i umiejętność wykluczenia odpowiedzi będących jedynie fasadowymi deklaracjami. Dlatego rewitalizacja tutaj widziana jest jako proces ciągły, a nie jedynie wywiad preferencji użytkownika. Skuteczne działanie w ramach Placemakingu musi uwzględniać realne zaangażowanie użytkownika w proces rewitalizacji oraz jego fizyczną obecność w obszarze problemowym. W procesie Placemakingu równie istotne jest projektowanie przekształceń przestrzeni, co jej animowanie. Służy to zaangażowaniu użytkowników do korzystania z przestrzeni i sprawdzenie „na żywo”, jak użytkownicy w rzeczywistości z niej korzystają. Sposobem na to jest aranżowanie przestrzeni tymczasowej, symulujących określone zmiany w przestrzeni. Pozwala to zweryfikować przyjęte założenia projektowe oraz zweryfikować przyjęte stanowisko uczestników partycypacji. Ten sposób postępowania został przyjęty i jest skutecznie stosowany przy działaniach rewitalizacyjnych przez Nowojorski Zarząd Dróg – NYC DOT (New York City Department of Transportation) w przyjętym przez ten urząd programie NYC Plaza Program [NYC... 2016]. Pozwoliło to w realny sposób zwiększyć zaangażowanie społeczne odbiorców procesu rewitalizacji. W Placemakingu przestrzeń publiczna traktowana jest więc bardziej jako proces, niż statyczny problem oczekujący jednorazowego rozwiązania w postaci projektu.

2. Rewitalizacja Parku Świętopelka w Gdańsku

Park Świętopelka to robocza nazwa inicjatywy społecznej mającej na celu ożywienie zielonego skweru w centrum Głównego Miasta w Gdańsku. Skwer ten znajduje się w obrębie ulic: Szerokiej, Grobla II, Świętojańskiej oraz Szklary i zajmuje powierzchnię 4,8 tys. m². Prace nad ożywieniem tego

miejsca rozpoczęły się w 2013 r. W początkowej, przygotowawczej fazie do przystąpienia do projektu działania poświęcone były obserwacji obszaru problemowego, mającej na celu sprawdzenie sposobów użytkowania parku oraz możliwości organizacji na jego terenie wydarzeń miejskich. W ramach działań przeprowadzono wywiad środowiskowy oraz wywiady eksperckie w tutejszych instytucjach samorządowych (UM Gdańsk, Zarząd Dróg i Zieleni). Obserwacje wskazały na znaczny potencjał, aby ta przestrzeń była intensywnie użytkowana oraz na brak przeszkód formalnych na animowanie tej przestrzeni. Jest to istotne, gdyż działanie zgodne z zasadami Placemakingu zakłada animację przestrzeni.

Wstępne konsultacje z referatem estetyzacji UM Gdańsk wykazały, że park nie ma nawet oficjalnej nazwy. Ta z pozoru nieistotna informacja wskazuje, jak zapomniany jest ten teren w świadomości społecznej. Jest to teren anonimowy, przez który większość użytkowników jedynie przechodzi. Nazwa Park Świętopełka została utworzona przez stowarzyszenie Inicjatywa Miasto w 2014 r., ze względu na zlokalizowany tam pomnik Świętopełka (fot. 1).

Przeprowadzone analizy użytkowania Parku Świętopełka wskazały na znacznie niewykorzystany potencjał tego miejsca. Jest ono doskonale skomunikowane pieszo, znajdując się na szlaku istotnych pieszych tras w Głównym Mieście. Najistotniejszy ciąg pieszy przebiega skośnie przez park. Użytkują go w większości piesi idący w kierunku Dworca PKP Gdańsk Główny, w kie-



Fot. 1. Usytuowanie Parku Świętopełka

Źródło: [Inicjatywa Miasto 2016] (fot. 1-7).

runku ulicy Rajskiej, oraz w kierunku przeciwnym, w stronę istotnych ulic Głównego Miasta, przede wszystkim ulicy Długiej. Są to zarówno mieszkańcy dzielnicy, mieszkańcy okolicznych dzielnic, jak i turyści.

Stałych użytkowników Parku Świetopełka jest relatywnie niewielu, zważając na kontekst urbanistyczny lokalizacji. Są to przede wszystkim okoliczni mieszkańcy, spośród których można wyłonić dwie wyróżniające się grupy: osoby starsze oraz osoby spożywające alkohol. Obie te grupy przesiadują w parku w nieznacznej liczbie (1-10 osób jednocześnie). Wywiad środowiskowy wskazał, że są to mieszkańcy bezpośredniego otoczenia.

Mniejsza, ale znaczna liczba użytkowników, podąża ulicą Szeroką w stronę rzeki Motławy lub w drodze powrotnej. Od strony tej ulicy plac był zasłonięty krzewami i niewielkimi drzewami, co praktycznie uniemożliwia przechodniom zaobserwowanie co dzieje się w parku – zniechęca tym samym do korzystania z tego terenu.

Trzecim istotnym generatorem ruchu jest Kościół Św. Mikołaja, który w niedzielę przyciąga sporą liczbę użytkowników, w sezonie letnim podążających na spacer do Głównego Miasta – zdecydowana ich większość przechodzi przez park. Przed rozpoczęciem procesu rewitalizacji plac użytkowany był w niewielkim stopniu. Choć przez park w sezonie letnim przechodzi znaczna liczba osób, to nieznaczna ich część zatrzymuje się w parku. Szacunkowo jest to mniej niż 10% użytkowników.

W 2014 i 2015 r. stowarzyszenie zorganizowało serię Pikników Miejskich. Imprezy te były sygnałem dla mieszkańców miasta, by zwrócili uwagę na wartość miejsca, które już mamy – że jest ono idealne do przesiadywania na trawie, bawienia się z dziećmi, jedzenia na powietrzu, spotkań z przyjaciółmi. Jest to istotny element procesu rewitalizacji (fot. 2-5).

Proces konsultacji społecznych poświęconych rozwojowi Parku Świetopełka składał się z przeplatających się 3 rodzajów spotkań:

- Spotkania otwarte – służące przekazywaniu wiedzy ogólnej związanej z zagadnieniami rewitalizacji i zdawaniu relacji mieszkańcom z postępów pracy nad projektem. Spotkania miały charakter otwarty i były przeznaczone dla jak najszerszej grupy odbiorców.
- Spotkania warsztatowe – służące opracowywaniu szczegółowych założeń projektowych. Spotkania miały charakter zamknięty i zawężony do reprezentacyjnej grupy użytkowników wybranej na pierwszym spotkaniu otwartym.
- Imprezy plenerowe – służące popularyzacji działania w szerokiej społeczności i jednocześnie będące bieżącą obserwacją przyjętych w projekcie założeń. Imprezy były nieodpłatne, inkluzywne i angażujące każdą grupę społeczną.

Przyjęta metodologia spotkań pozwoliła ułatwić pracę nad projektem przez skupienie się na zagadnieniach szczegółowych w trakcie spotkań warsztatowych. Uczestnicy: powołany zespół roboczy, składający się ze specjalistów oraz 3-5 reprezentantów społeczności lokalnej mieli za zadanie opracowywać kwestie poruszone przez mieszkańców na spotkaniach otwartych.

Prace projektowe odbywały się naprzemiennie z warsztatami otwartymi dla wszystkich zainteresowanych. Przygotowane w trakcie sesji zamkniętych materiały były bazą do dyskusji na kolejnych spotkaniach. Dodatkowo w konsultacjach wykorzystano badania ankietowe przeprowadzone przez lo-



Fot. 2-5. Piknik w Parku Świętopełka

kalny portal informacyjny oraz zbierano opinię za pomocą mediów społecznościowych. W sumie przeprowadzono 14 spotkań.

W trakcie konsultacji udało się zdefiniować najistotniejsze problemy zastanej przestrzeni oraz wypracować strategiczne cele projektu rewitalizacji; oto one:

- uporządkować przestrzeń, a nie gruntownie ją przeprojektowywać;
- zwiększyć bezpieczeństwo przez otwarcie widokowe skweru – podcięcie nisko schodzących gałęzi drzew oraz usunięcie krzewów w rejonie ulicy Szerokiej;
- wzmocnić funkcję rekreacyjną przez stworzenie wysokiej jakości trawnika oraz umieszczenie w rejonie skweru placu zabaw (cel długoterminowy);
- stworzenie warunków do lokalnych wydarzeń, jak pikniki miejskie, joga na trawie, kameralne koncerty; wszystkie wydarzenia powinny odbywać się nie częściej niż raz w miesiącu, by nie stały się one uciążliwością dla okolicznych mieszkańców;
- po konsultacji przyrodniczej przyjęto również w projekcie postulat stworzenia na skwerze Ptasiej Remizy [*Inicjatywa Miasto 2016*].

Zgodnie z przewidywaniami, w trakcie konsultacji najbardziej problematycznym i konfliktogennym dla mieszkańców było stworzenie warunków do lokalnych wydarzeń ożywiających obszar problemowy. Uczestnicy konsultacji z początku byli wyraźnie spolaryzowani. Część z nich pragnęła ożywienia przestrzeni publicznej i widziała w tym jej wartość, dla pozostałej była widziana jako zakłócenie spokojnego życia w mieście. Grupa niechętna ożywieniu przestrzeni uznawała, że zwiększona aktywność w przestrzeni prowadzi do zmniejszenia poczucia bezpieczeństwa oraz ingerencję w ich metody spędzania czasu. Jak zostało wspomniane wyżej, przeczą temu badania terenowe [Whyte 1980, s. 94].

Dopiero w trakcie zorganizowanych w ramach projektu wydarzeń miejskich mieszkańcy, z początku niechętni animacji kulturowej przestrzeni, zmienili diametralnie zdanie na temat aktywności w przestrzeni publicznej. Angażowanie użytkownika w bezpośrednie działanie w przestrzeni pozwoliło na konfrontację uczestnika procesu partycypacji z przyjętymi przez niego presupozycjami dotyczącymi sposobów użytkowania przestrzeni. W trakcie konsultacji nie osiągnięto pełnej zgody wszystkich uczestników procesu co do potrzeby ożywiania przestrzeni publicznej i wiążącej się z tym integracji społecznej, niemniej znaczna większość uczestników przyjęła to stanowisko.



Fot. 6 i 7. Wizualizacja Parku Świętopelka, dokumentacja projektowa

Na podstawie przyjętych założeń opracowano projekt budowlany przekształceń. Został on następnie skonsultowany z mieszkańcami i pozytywnie przyjęty przez uczestników konsultacji. Projekt został przeznaczony do realizacji w maju 2016 r. Zakończenie jego realizacji planowane jest na grudzień 2016 r., ale wszystkie efekty prac będą widoczne dopiero latem 2017 r. – po wyrosnięciu wszystkich zasianych roślin w Parku (fot. 6 i 7).

3. Ocena skuteczności przyjętej strategii – wnioski końcowe

Należy zauważyć, że wszystkie wymienione przez uczestników konsultacji cele zgadzają się z założeniami teoretycznymi Placemakingu. Dążą do integracji społecznej, stworzenia bezpiecznej i otwartej przestrzeni pu-

blicznej oraz do aktywizacji przestrzeni publicznej. Potwierdza to słuszność przyjętej w projekcie rewitalizacji metodologii. Polega ona w istocie na realnym angażowaniu mieszkańców do przebywania w przestrzeni problemowej i wspólnego jej animowania. Efektem takiej współpracy z uczestnikami jest zmiana przyjętych wcześniej założeń dotyczących użytkowania przestrzeni. Takie działanie pozbawia uczestników konsultacji tzw. autoiluzji, którą Habermas widzi jako jeden z czterech warunków skutecznego działania komunikacyjnego [Habermas 2004, s. 38].

Można więc stwierdzić, że projekt został zrealizowany zgodnie z metodami Placemakingu oraz że jego efekt na dzisiaj, można uznać za udany. Pełne potwierdzenie tej tezy przyniesie weryfikacja sposobów użytkowania przestrzeni po kilku latach od zakończenia realizacji.

Należy jednak zauważyć, że poziom nieufności do konsultacji społecznych Polaków jest wciąż bardzo wysoki, co znacznie utrudnia prowadzenie konsultacji społecznych wymagających realnego zaangażowania mieszkańców. Brak chęci współpracy i uczestnictwa w wydarzeniach miejskich może nawet uniemożliwić działania zgodne z ideą Placemakingu. Brak zaufania wynikać może z tego, że konsultacje społeczne są w naszych realiach zjawiskiem relatywnie nowym, a realizacje projektów partycypacyjnych są dla współczesnego odbiorcy rzadkością. Dlatego mieszkańcy niechętnie angażują się w działania, wobec których nie mają pewności, że rzeczywiście wprowadzą zmianę w ich otoczeniu i że zostaną wysłuchani.

Warto nadmienić, że lokalizacja projektu sprzyjała prowadzeniu konsultacji społecznych. Jest to fragment przestrzeni Głównego Miasta w Gdańsku – szalenie istotnej dla wizerunku miasta i obecnej w świadomości zbiorowej mieszkańców miasta. Obszar tego typu zawiera w sobie potencjalną gęstość zdarzeń wynikającą z intensywnego ruchu pieszego oraz zlokalizowanych w sąsiedztwie lokali usługowych. Dlatego też, warunki prowadzenia konsultacji były choć odrobinę zbliżone do uwarunkowań projektów Placemakingowych realizowanych w wielkich zachodnich miastach. Wykorzystanie metody Placemakingu do działań w obszarach peryferyjnych wobec ścisłych centrów miast może nie przynieść takich rezultatów.

Potrzeba jest większej liczby projektów realizowanych zgodnie z przyjętą metodologią, aby z pewnością stwierdzić, że rewitalizacja stosująca metody Placemakingu jest skuteczna w polskich realiach. Jednak można z pewnością przyjąć, że jest ona możliwa i może prowadzić do osiągnięcia konsensusu społecznego w procesie rewitalizacji.

Literatura

- Arendt H., 2011, *Kondycja Ludzka*. Wyd. Aletheia, Warszawa.
- Auge M., 2012, *Nie-Miejsca. Wprowadzenie do antropologii nadnowoczesności*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Glick J., *Citing "Livability and Mobility," Bloomberg Declares Broadway Plazas a Success*, [w:] *Next City*, [<https://nextcity.org/daily/entry/citing-livability-and-mobility-bloomberg-declares-broadway-plazas-a-success>].
- Habermas J., 2004, *Działanie komunikacyjne i detranscendentalizacja rozumu*. Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Inicjatywa Miasto*, 2016, *Park Świętopelka, Podręcznik Miejsca*. Dokumentacja po-projektowa Gdańsk.
- Jacobs J., 2014, *Śmierć i życie wielkich miast Ameryki*. Centrum Architektury, Warszawa.
- Lorens P., 2010, *Definiowanie przestrzeni publicznej*, [w:] *Problemy kształtowania przestrzeni publicznej*, P. Lorens, J. Martyniuk-Pęczek (red.). Wyd. „Urbanista”, Gdańsk.
- NYC Plaza Program*, *New York City Department of Transportation*, 2016, [<http://www.nyc.gov/html/dot/html/pedestrians/nyc-plaza-program.shtml>].
- Project for Public Spaces*, 2009, *What is Placemaking?* [http://www.pps.org/reference/what_is_placemaking/].
- Whyte W., 1980, *The Social Life of Small Urban Spaces*. Project for Public Spaces, Nowy Jork.