

PIOTR LORENS

Politechnika Gdańska

TOŻSAMOŚĆ A AUTENTYZM PRZESTRZENI PUBLICZNEJ WSPÓŁCZESNYCH WIELKOSKALOWYCH ZAŁOŻEŃ URBANISTYCZNYCH

Abstract: This paper includes some considerations on the issue of the quality and design of the public spaces within the large-scale contemporary urban complexes. It discusses different types of developments, and focuses on the public space as the integral part of these structures. The main part of the article discusses the form of this newly created public space. The special attention is paid to the issue of its design – which often includes some themes from the past or distant places. Therefore, they can be named the „thematic spaces”. This issue goes along with the discussion on the authenticity of the environments created in this way, as well as on their role in building local identity. Newly created thematic spaces can often serve as the substitutes of the authentic old towns and historic urban structures – which can generate certain dangers to their further existence.

1. Współczesne założenia urbanistyczne o charakterze wielkoskalowym a kształtowanie struktury urbanistycznej miast

Miasta polskie na progu XXI w. stoją przed poważnym wyborem dalszego sposobu ich rozwoju. Może on przebiegać dwojako – przez uzupełnianie istniejących, dobrze wykształconych struktur (ale wciąż jeszcze mających wiele miejsc niezagospodarowanych lub zagospodarowanych w sposób przypadkowy) lub przez ważne, wielkie przedsięwzięcia mogące w sposób „skokowy” odmienić ich oblicze i dać nowe impulsy do dalszego rozwoju.

Prawdą jest, że każda ewolucja wydaje się być bardziej racjonalna od rewolucji – a więc urbaniści dążą do racjonalnego kształtowania

struktur miejskich i stopniowego nasycania ich nowym programem. Niestety, ten sposób postępowania jest słuszny tylko w przypadku ośrodków niezmiernie atrakcyjnych dla inwestorów, jakim w Polsce jest chyba tylko Warszawa. Na tym przykładzie możemy obserwować stopniowe wypełnianie się przestrzeni miejskich nowymi inwestycjami, często zresztą realizowanymi bez należytego nadzoru planistycznego. Natomiast znakomita większość naszych miast potrzebuje silnych impulsów, mogących pobudzić ich gospodarkę i przyciągnąć kolejnych, nawet i drobniejszych, inwestorów. Współczesne procesy rozwoju polskich miast są więc ściśle związane z wykształcaniem się nowych koncentracji programu miejskiego oraz powiązaniu go z możliwością dojazdu przez potencjalnych klientów.

Wśród nowych, ważnych dla miast przedsięwzięć możemy wyróżnić cztery ich podstawowe rodzaje. Są to **przedsięwzięcia o charakterze:**

- **infrastrukturalnym** – jak nowe obwodnice, trasy szybkiego ruchu, autostrady, linie kolejowe wraz z dworcami, lotniska itp., które nierzadko mają znaczenie ponadlokalne, a nawet i ponadregionalne;
- **przemysłowym** – tworzące znaczne koncentracje nowych miejsc pracy, jak np. wielkie fabryki, parki przemysłowe itp;
- **śródmiejskim** – również wiążące się z powstaniem nowych miejsc pracy, ale przede wszystkim związanych z zapewnieniem mieszkańcom dostępu do szerszego wachlarza usług, w tym – bardziej zróżnicowanej oferty handlowej, dostosowanej do potrzeb i siły nabywczej mieszkańców;
- **rekreacyjnym** – jak centra sportowe, parki wodne itp. – wciąż jeszcze bardzo słabo rozwinięte.

Z wymienionych powyżej na szczególną uwagę zasługują przedsięwzięcia o charakterze śródmiejskim – które wiążą się z kształtowaniem przestrzeni publicznych, a więc tego co stanowi nierzadko o tożsamości i atrakcyjności miasta, zarówno dla jego mieszkańców, jak i odwiedzających, a tym samym wiąże się z kwestią jego konkurencyjności.

2. Charakterystyka przedsięwzięć o charakterze śródmiejskim

Grupa przedsięwzięć wielkoskalowych o charakterze śródmiejskim w polskich miastach wciąż jeszcze ogranicza się do bardzo niewielu realizacji, z których większość powstaje w Warszawie. Mimo to

prawie każde z miast wojewódzkich może się poszczycić przygotowaniem lub realizacją tego typu przedsięwzięć.

Przedsięwzięcia te stanowią kolejny etap rozwoju nowoczesnych form handlu, w tym – wielkopowierzchniowego. W Polsce termin ten kojarzy się bardzo negatywnie – głównie z dużymi sklepami samoobsługowymi o podmiejskiej lokalizacji, bardzo uproszczonej architekturze i opierających swe istnienie na dojazdach klientów indywidualnymi środkami transportu. Mimo że często program tych centrów jest wzbogacony o drobne formy handlu, a często także różnego rodzaju usługi, to jednak dominują w nich wielkopowierzchniowe sklepy samoobsługowe, często o skali przekraczającej możliwość odnalezienia żadanego towaru na półce. Obecnie realizowane założenia są jednak nieco odmienne, i podzielić je można na wiele kategorii, związanych z różnymi ich cechami:

a) ze względu na program funkcjonalny centra:

- *stricte* handlowe;
- wielofunkcyjne, z dominacją handlu i udziałem innych usług, jak np. kina wielosalowe (multiplexy), centra medyczne czy kompleksy biurowe;
- o dominującej funkcji usługowej, jak kina wielosalowe realizowane z towarzyszeniem usług o charakterze „pomocniczym” (gastronomia, wyspecjalizowany handel)

b) ze względu na powiązanie z otoczeniem centra:

- stanowiące naturalną kontynuację struktury miejskiej, jej przedłużenie – w tym w odniesieniu do układów przestrzeni publicznych;
- odizolowane od otoczenia, stanowiące zamknięte funkcjonalnie i wizualnie enklawy;

c) ze względu na wykorzystanie istniejących elementów dziedzictwa centra:

- stanowiące nowe kreacje „na surowym korzeniu”, nie nawiązujące do tradycji miejsca lub czyniące to w sposób bardzo oglądny;
- budujące swój *image* na wykorzystaniu i recydingu istniejących elementów, jak np. starych hal przemysłowych.

Powyższa lista nie może być traktowana jako zamknięta – współczesne centra usługowe można opisywać na wiele różnych sposobów, w zależności od cech przyjętych jako podstawa analizy. Z powyższej listy wynika jednak, że – poza programem funkcjonalnym – także inne cechy są istotne dla oceny sposobu funkcjonowania centrów handlowych. Z punktu widzenia pracy szczególne znaczenie mają opisane

powyżej relacje do dziedzictwa kulturowego oraz sposób powiązania z układem przestrzeni publicznych miasta. To właśnie te cechy mogą stanowić podstawę do rozważań o „miastotwórczym” charakterze centrów usługowych oraz o ich zdolności do bycia fragmentem układu przestrzeni publicznej miasta. Tym samym, cechy te decydują o możliwości kształtowania, przez nowo realizowane centra, tożsamości danego miasta. O tym, jak ważny jest to element – także dla operatorów i właścicieli tych centrów – niech świadczy przykład Quincy Market w Bostonie – centrum o swobodnej strukturze, stanowiącym – w sensie formalnym – fragment tradycyjnej przestrzeni publicznej miasta, o architekturze i detalach nawiązujących do morskich tradycji miasta.

3. Przestrzenie publiczne jako integralny element założeń urbanistycznych o charakterze śródmiejskim

Z powyższego skrótowego omówienia typologii przedsięwzięć urbanistycznych o charakterze śródmiejskim wynika, że jedną z najbardziej istotnych cech decydujących o ich charakterze jest sposób powiązania ich układu przestrzennego z siecią przestrzeni publicznych miasta. Charakter przestrzeni publicznej w dużej mierze określany jest nie tylko przez jej „pozytyw” (czyli sam sposób jej urządzenia) ale przez jej „negatyw” (czyli – otaczające i współtworzące tę przestrzeń budynki i budowle), a także – przez przekrój grup społecznych korzystających z możliwości realizacji własnych potrzeb w obszarze tej przestrzeni.

Przestrzeń publiczna miast pełni funkcje miejsca handlu, spotkań, a także – zgromadzeń czy też swobodnej ekspresji poglądów różnych grup społecznych. Jest to także przestrzeń, gdzie mogą się ujawniać rozmaite sprzeczności. Obecnie jednak ta tradycyjna swoboda skutkuje postępującymi zagrożeniami bezpieczeństwa publicznego w klasycznych przestrzeniach społecznych, jakimi są ulice. Naturalne są więc pewne reakcje obronne, w tym – proces sanacji społecznej i „majątkowej” ulicy, tak aby stanowiła ona miejsce względnie bezpieczne¹. Jednocześnie proces sanacji ulicy dokonuje się – zdaniem wielu autorytetów – na ruinach tradycyjnej, otwartej przestrzeni publicznej miasta. Najbardziej jaskrawym tego przykładem bywają wznoszone „...obronne cytadele wielkich korporacji,

¹ Proces ten – zwany w literaturze anglojęzycznej *gentrification* – oznacza sanację danego obszaru połączoną z podniesieniem jego atrakcyjności dla grupy bardziej zamożnych mieszkańców, w tym – tzw. klasy średniej. W jęz. polskim brakuje dobrego odpowiednika tego terminu.

odseparowanych od otaczających je biednych dzielnic...". Niezależnie od kwestii sanacji społecznej, transformacji ulegają także inne elementy składające się na tradycyjnie pojmowane życie społeczne. Wiele aktywności – dawniej dokonywanych publicznie – obecnie zamyka się w zaciszu domowego ogniska. Wielu przedstawicieli najróżniejszych grup społecznych uważa ulicę za przestrzeń niegościnną, nieobliczalną, a nawet – straszną. Ci, którzy mogą sobie na to pozwolić, starają się więc chronić przed tymi zagrożeniami, w tym – ucieczkę do enklaw przestrzeni bezpiecznych, przyjaznych, choć już nie tak publicznych, jak tradycyjna ulica.

Jako reakcje na te zjawiska możemy obserwować obecnie rozwój całej typologii nowych przestrzeni publicznych lub określanych jako publiczne. Tymi bezpiecznymi przestrzeniami coraz częściej stają się przestrzenie „publiczne” kontrolowane przez prywatnego właściciela – m.in. przez operatorów centrów handlowych. Tak więc – „w imię bezpieczeństwa” – rozwijają się nowe formy przestrzeni publicznych, powiązane często ze znacznymi koncentracjami programu handlowo-usługowego – czyli wielkoskalowymi przedsięwzięciami urbanistycznymi. Nierzadko ich publiczny charakter wynika tylko z powszechnej dostępności, a nie z publicznej – czyli miejskiej – własności.

4. Forma przestrzeni publicznej – tożsamość kontra autentyzm

Nie bez znaczenia jest także forma nowych przestrzeni miejskich – określanych jako publiczne. Ważność tego zagadnienia wynika z tego, że wiele tych założeń powstaje nie w wyniku tradycyjnie pojmowanego planowania przestrzennego, ale działań developerskich – w tym prowadzonych przez władze miast lub z ich udziałem. Wynika z tego nowe podejście do kształtowania przestrzeni publicznej – zarzucony zostaje model tradycyjny, w którym za „negatyw” i „pozytyw” przestrzeni publicznej odpowiedzialne były zupełnie inne podmioty. Przestrzenie publiczne, integralnie związane z wielkoskalowymi przedsięwzięciami o charakterze śródmiejskim, są kształtowane jako skończona całość, i jako takie mają stanowić nie tylko przestrzeń społeczną – ale przede wszystkim wspomagać realizację celów komercyjnych operatorów powiązanych z nimi centrów komercyjnych.

Tak więc, budując nowe elementy układu przestrzeni publicznej miasta, kształtujemy nie tylko jej „pozytyw” ale i „negatyw”, tworzące razem całość. Przeważnie mamy przy tym do wyboru dwie drogi – sta-

ramy się wytworzyć pewną „nową jakość” w ich architekturze lub też zupełnie świadomie wykorzystujemy motywy dobrze znane potencjalnym klientom tej przestrzeni – a więc kupującym w sklepach stanowiących jej integralną część. Możemy jednocześnie wykorzystywać najrozmaitsze wątki – w tym związane z historią i tradycją miasta, odniesieniami historyczno-kulturowymi (często do dalekiej przeszłości) czy też do określonego motywu o charakterze fikcyjnym. Zjawisko to nazywamy tematyzacją przestrzeni publicznej.

Tak opisany proces wykorzystania określonego „tematu” przy budowie lub przebudowie określonej przestrzeni publicznej rodzi jednak pewien dylemat, wart rozważenia: kiedy mamy do czynienia z tematyzacją przestrzeni, a kiedy – po prostu z jej tworzeniem? Odpowiedź na to pytanie opierać się powinna na zestawie kryteriów, wynikających z cech autentyzmu danej przestrzeni miejskiej. Tak więc, pytanie o tematyczność danej przestrzeni w gruncie rzeczy jest pytaniem o jej autentyzm (a raczej o jego brak). Czym więc jest przestrzeń publiczna uznana za „autentyczną”? Wydaje się, że „autentyzm” przestrzeni publicznej oznacza jej powstanie w określonym okresie historycznym, i nadanie jej form architektonicznych (zarówno „negatywów”, jak i „pozytywów”) charakterystycznych dla okresu powstania. Tak więc, za autentyczną uznamy zarówno przestrzeń krakowskiego Rynku Głównego, jak i modernistyczną w swej genezie ul. Świętojańską w Gdyni czy socrealistyczny Plac Konstytucji w Warszawie. Za autentyczne warto także uznać i te przestrzenie, których obecny obraz został ukształtowany przez kolejne nawarstwienia i przekształcenia – gdyż mimo niejednorodności każdy z elementów je tworzących jest produktem swojej własnej epoki.

5. Tematykacja przestrzeni publicznej – cel czy środek do celu?

Tematykacja przestrzeni publicznej oznacza powiązanie sposobu jej urządzenia (zarówno jej „negatywu” jak i „pozytywu”) z określonym tematem. Cóż jednak może być „tematem”? Przez pojęcie tematu należy rozumieć świadome i intencjonalne nawiązanie do określonego czasu lub miejsca, w tym – do minionych okresów historycznych, odległych w przestrzeni miejsc czy wręcz określonych historii lub fantazji. Tak więc, tematem może być zarówno starożytny Rzym, jak i współcześnie istniejące stare tokańskie miasteczko, czy wręcz historia opowiedziana na kartach powieści. Tematem może być także i przy-

szłość – w tym wynikająca z fantazji literackich i naukowych przewidywań czy przepowiedni.

Przestrzeniami tematycznymi są więc te elementy struktury miejskiej, które – mimo braku powiązań historycznych – starają się naśladować minione okresy lub odległe miejsca, nawiązywać do historii i wariacji na jej temat, a więc przestrzenie tematyczne to takie założenia, których formy nie spełniają kryterium „jedności czasu i miejsca powstania”. Niezależnie od powodów przyświecających decyzji o nadaniu określonej przestrzeni danego charakteru – czy to przez odbudowę zniszczonych w trakcie jakiegoś kataklizmu fragmentu autentycznej struktury, czy też w drodze świadomego i intencjonalnego nawiązywania do określonego stylu powodowanego chęcią maksymalizacji zysku z danego przedsięwzięcia – należy ją uznać za nieautentyczną w pełnym tego słowa znaczeniu.

Opisane zjawisko tematyzacji przestrzeni może odnosić się także do wielu kompleksów miejskich, podnoszonych z ruin po zniszczeniach wojennych lub luźno nawiązujących do pierwotnej struktury tych obszarów. Jednak obecnie obserwujemy zjawisko dużo groźniejsze – całkowite oderwanie nowo projektowanych kompleksów przestrzeni tematycznych od czasu i miejsca powstania pierwowzoru. Są to m.in. budowane „na surowym korzeniu” zespoły komercyjne, jak parki rozrywki czy centra handlowe, a także rozbudowywane struktury istniejące – jak np. kompleks „Nowe Mikołajki”. W tych przypadkach nie ma mowy o uzasadnieniach konserwatorskich czy chęci przywrócenia do stanu pierwotnego zniszczonych struktur miejskich – są to budowane od zera „parki tematyczne”, których jedyną funkcją jest przyciąganie klientów dysponujących większą gotówką.

Koncentracje tego typu realizacji prowadzą do powstawania nowego typu przestrzeni publicznej miasta, pretendującej do bycia „*bardziej miejską niż autentyczne miasto*”. Co interesujące, polskie miasta szybko ulegają tej tendencji, co wynika z obserwowanego kryzysu tradycyjnej przestrzeni publicznej. Tak więc, budowanie przestrzeni tematycznych wiąże się z tendencją do szybkiego osiągania docelowego efektu w przestrzeni, swoistą „drogą na skróty” w procesie wytwarzania przestrzeni publicznej miasta. Wiąże się to także z niewiarą części projektantów i władz miejskich w atrakcyjność współczesnych rozwiązań projektowych – co prowadzi do przywoływania sprawdzonych, „skutecznych” chwytów projektowych.

Tematyzacja przestrzeni publicznej miasta jest pochodną jej komercjalizacji. Komercjalizacja zaś – wynika z postępującej globalizacji i wszechobecności określonego modelu życia. Wyzwania te stawiają

przed miastami nowe dylematy – w jaki sposób – wobec postępującej globalizacji (i postępującej w ślad za nią uniformizacji struktur miejskich) zachować swą kulturową tożsamość i odrębność, a tym samym – wyróżnić się ze zbioru wielu podobnych ośrodków. Ośrodków, oferujących inwestorom, mieszkańcom i turystom coś unikalnego, co zadecyduje o wyborze tego właśnie, a nie innego miasta jako miejsca wakacji, zamieszkania lub ulokowania inwestycji.

Tak więc globalizacja – i związane z nią wszelkie dobrodziejstwa w postaci wolnego przepływu kapitału, ludzi, *know-how*, wzorców kulturowych itd. – paradoksalnie oznacza dla miast konieczność walki o własną unikalną tożsamość. Tożsamość ta może być budowana przez:

- umiejętne podtrzymywanie i rozwijanie lokalnych tradycji, kultury, odnowę historycznej struktury miasta itp.;
- swoistą „drogę na skróty”, a więc tworzenie „bytów zastępczych”, mających za zadanie stworzyć obraz miasta szczególnego, wyjątkowego, którego przestrzenie publiczne będą jednoznacznie służyć budowie określonego mitu o historyczności danej struktury.

Uwagi końcowe

Miasta poszukują swego indywidualnego charakteru, tożsamości kulturowej, a w przypadku gdy brakuje autentyków – buduje się ich namiastki, kopie. Co interesujące, w tych poszukiwaniach zasadniczo brak jest nurtu przeciwnego – czyli prób tworzenia nowoczesnej architektury i przestrzeni publicznych, wywierających swe piętno na obrazie danego miasta. Dlaczego tak się dzieje? Wydaje się, że odpowiedź na to pytanie jest złożona: projektantom, władzom miast i opinii publicznej brakuje wiary w atrakcyjność tych rozwiązań. Do tego dochodzi czynnik globalizacji, jeśli odwiedzimy wiele miast europejskich i porównamy formy architektoniczne ich nowoczesnych w charakterze przestrzeni publicznych to okaże się, że tak naprawdę odróżnić je można tylko przez nazwisko projektanta – z reguły sławy współczesnej architektury. Natomiast z reguły nie wyróżniają się one jakąś wyjątkową cechą, możliwą do odczytania jako „lokalny rys” w danym zespole. W efekcie miasta i ich nowoczesne kompleksy publiczne upodabniają się do siebie w szybkim tempie, zarówno pod względem programowym, jak i architektonicznym. Oglądając więc albumy ze zdjęciami nowych realizacji architektonicznych, częstokroć bez przeczytania podpisu nie jesteśmy nawet w przybliżeniu zdefiniować, w jakim mieście dany obiekt został zrealizowany.

Natomiast z dużo większym prawdopodobieństwem moglibyśmy określić nazwisko projektanta. Niestety, informacja ta nie jest nam na wiele przydatna – wielcy współczesnej architektury mogą pochwalić się przecież realizacjami rozsianymi po całym świecie. Przykładowo, przeobrażające się w ogromnym tempie wielkie miasta chińskie pełne są nowych realizacji autorstwa Normana Fostera czy Richarda Meyera.

Miasta i ich przestrzenie publiczne starają się więc obecnie wytworzyć swój pozytywny *image*, a architektura i urbanistyka są temu celowi podporządkowane. W efekcie często powtarza się chwytły sprawdzony, gwarantujący powodzenie. Jednym z nich jest szybkie wytworzenie wielu spektakularnych, wyjątkowych w swym charakterze przestrzeni urbanistycznych – gwarantuje to przyciągnięcie kapitału i publiczności (najlepiej – wywodzącej się z zamożnej klasy średniej). Aby jednak efekt ten osiągnąć, stosuje się różne środki – najprostszym jest wprowadzanie zabiegów scenograficznych polegających na mieszanii stylów, cytatów historycznych, ornamentacji i nastroju przestrzeni. Jednym ze szczytowych osiągnięć jest *Piazza d'Italia* w Nowym Orleanie, zaprojektowana przez Charles'a Moore'a. Jednocześnie zawód współczesnego projektanta-planisty bazuje głównie na „reprodukcjach” urbanistycznych – jak *Main Street USA* czy *Quincy Market*. Próby odkurzenia dawnych wartości przestrzeni miejskiej powodują, że wartości te – właśnie przez próbę ich „odkurzania” – są uśmiercane.

Nowo tworzone przestrzenie publiczne są jednak bardzo witalne – potrafią nie tylko rozwijać się niezależnie od tradycyjnych scen „miejskości”, ale także asymilują je i zamieniają na zwykłe skrzyżowania globalnej sieci, dla której pojęcia czasu i miejsca są zwyczajnie przestarzałe. Natomiast przestrzenie tematyczne stanowią atrakcyjną dla nich propozycję – przez ich ageograficzność, nadzór i kontrolę, a także symulację rzeczywistości. Stanowią obraz „szczęśliwości regulowanej”, wizję przyjemności jako substytutu demokratycznej przestrzeni publicznej – gdzie nie ma biedy, bezdomności, przestępstwa, brudu. Nie ma tam jednak także wolności słowa – nikt przecież nie udaje się do *Disneylandu*, aby przeciw czemuś lub komuś protestować.

Zjawisko tematyizacji przestrzeni nie dotyczy tylko pojedynczych obiektów architektonicznych – zaczyna być zauważalne także i w odniesieniu do całych układów miejskich – przestrzeni publicznych, kompleksów urbanistycznych czy wręcz dzielnic, a nawet – całych miast. Obecne śródmieścia – niezależnie od dobrej woli architektów, planistów i władz miast – zaczynają przypominać starannie przemyślaną scenografię dla spektaklu „życia miejskiego”, skąd już tylko krok do tworze-

nia „wariacji na temat parku tematycznego”. „Przestrzenie tematyczne” stanowią wyidealizowane wyobrażenia przestrzeni publicznych – przykładem najbardziej jaskrawym jest kompleks *City Walk* w Los Angeles, które wyrosło z potrzeby scharakteryzowanej przez jednego z developerów w sposób następujący: „...Potrzebne jest nam nowe, lepsze Los Angeles – świat realny stał się bowiem zbyt groźny...”.

Niezależnie więc od „ulepszania” istniejących struktur miejskich budowane są nowe centra miast, nowe kompleksy rozrywkowe i handlowe – które zapewniają określony standard bezpieczeństwa, czystości, jak i „hiper-realność doznania bycia w mieście”. Przecież wielkie galerie handlowe są budowane na wzór małych miasteczek – z rynkami, uliczkami handlowymi, a nawet stylizowanymi frontonami poszczególnych sklepów. Idąc tam, podświadomie doświadczamy „bycia w mieście”. Kupujemy więc nie tylko określony produkt, ale także i doznanie – którego często nie możemy przeżyć w zdegradowanych przestrzeniach publicznych autentycznych centrów miast.

Pytanie, które warto jest sobie zadać, brzmi: czy tematyzacja przestrzeni publicznej jest zjawiskiem niekorzystnym, pozytywnym czy obojętnym? Wydaje się, że jednak – mimo wszystkich argumentów wysuwanych przez developerów – nie należy uważać go za wielkie dobrodziejstwo. Istotne jest, aby przy docenieniu tradycyjnej roli ulicy (jako przestrzeni publicznej w pełni tego słowa znaczeniu) nie przeceniać jej romantycznego charakteru, a nowym obiektom – ze względów komercyjnych – nie nadawać „pseudohistorycznego” charakteru. Może być to bardzo trudne, gdyż współczesne społeczeństwo z wielu względów darzy wielkim uwielbieniem alegorię miasta jako takiego – przejawia się to nie tylko w architekturze, ale także w literaturze czy malarstwie, o twórczości filmowej nie wspominając.

Tymczasem tematyzacja niesie określone, dostrzegalne zagrożenia dla autentyczności struktury miejskiej, które można wyrazić jako zaburzenie poczucia jedności czasu i miejsca. Przestrzenie i obiekty określane jako „tematyczne” tworzą także wrażenie hiper-realności przestrzeni, w postaci nowych, sztucznych światów naśladowujących niedoskonałe pierwowzory. To wyidealizowane wrażenie „autentycznego, czasami historycznego miasta” zdaje się być bliskie ideału, a jednocześnie – gdy uwzględnimy kontekst jego powstania – okazuje się odbiegać od tego ideału na tyle daleko, na ile jest uzasadnione chęcią zaspokojenia potrzeb szerokiej publiczności – czyli klientów poszukujących nowych wrażeń.