

JAN ŚPIEWAK
Warszawa

RUCHY MIEJSKIE UCZĄ BIZNES NOWOCZESNOŚCI

Kapitalizm już od ponad dwustu lat jest dominującym systemem społeczno-gospodarczym, który przeniknął do niemal każdego kraju na świecie i przepełnia każdy aspekt ludzkiej działalności. Ani wojny, przewroty i rewolucje, ani sprzecznosci nie odebrały mu żywotności. Nawet ostatni wielki kryzys gospodarczy z 2008 roku, który kosztował stratę milionów miejsc pracy na obu półkulach, nie doprowadził do żadnej znaczącej zmiany w jego funkcjonowaniu. Stany Zjednoczone są obecnie na finiszu negocjacji z Unią Europejską i państwami basenu Oceanu Spokojnego dwóch wielkich umów gospodarczych, które mają jeszcze bardziej ułatwić wymianę towarów, ludzi i technologii¹. Kapitalizm wyjątkową żywotność zawdzięcza swojej zdolności do neutralizowania krytyki oraz przekuwania zjawisk i procesów, które wydają się zagrażać jego istnieniu, w siły go napędzające. Widać to również na przykładzie działalności przedsiębiorstw w Polsce.

W niniejszym artykule spróbuję wskazać, czego uczą się korporacje od ruchów miejskich. W proponowanej analizie odwołam się do koncepcji rekuperacji i ducha kapitalizmu Luca Boltanskiego i Ève Chiapello². Ponadto przywołam pracę tych autorów, którzy analizowali powstanie i działalność ruchów miejskich w kontekście krytyki kapitalizmu i systemu neoliberalnego.

Boltanski i Chiapello w *Nowym Duchu Kapitalizmu* zauważyli, że w logikę kapitalizmu wpisany jest absurd. Pracownicy przestali być właścicielami wytwarzanych przez siebie dóbr, muszą podporządkować się kieratowi organizacji. Właściciele środków produkcji natomiast zostali wciągnięci w „nieskończony i nie przynoszący nasycenia proces, całkowicie abstrakcyjny i oderwany od zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych, nawet tych luksusowych”. Taki model nie może operować bez istnienia ideologii, która motywuje wszystkie strony do uczestnictwa. Autorzy ideologię uzasadniającą zaangażowanie w kapitalizm nazywają właśnie duchem kapitalizmu. Stawia on pośrodku swoich rozważań kwestię prawomocności, podtrzymywania i uzasadniania praktyk społecznych. Boltanski i Chiapello wskazują, że możemy mó-

¹ Mowa o Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP) (Transatlantyczne Partnerstwo w dziedzinie Handlu i Inwestycji) – porozumienie handlowe, którego głównym celem jest utworzenie strefy wolnego handlu między Unią Europejską a Stanami Zjednoczonymi.

² L. Boltanski, È. Chiapello, *Nowy Duch Kapitalizmu*, „Kronos” 2015, nr 2(33)

wić o trzech okresach w historii kapitalizmu i trzech różnych strategiach legitymizujących jego działanie. Pierwszy duch kapitalizmu ofiarowywał wyzwolenie z życia na wsi. Spekulacja i postęp technologiczny były jego paliwem napędowym. Stabilizację systemu zapewniała burżuazyjna rodzina³. Drugi duch wywołany był kryzysem ekonomicznym lat dwudziestych. Konserwatywne wartości przestały wystarczać do tego, by uspokoić nastroje społeczne. Państwo wzięło na siebie rolę gwaranta ładu społecznego. Ingeruje w gospodarkę, tworzy miejsca pracy, nacjonalizuje gałęzie przemysłu. Rozwój osobisty i kariera jest ściśle związana z wielkimi hierarchicznymi organizacjami. Kryzys przychodzi pod koniec lat sześćdziesiątych. Wtedy na scenę wkracza trzeci i jak na razie ostatni duch kapitalizmu. Obiecuje on wyzwolenie od krępującej rozwój jednostki gorsetu organizacji, poprzez ulastycznienie zatrudnienia i walkę z biurokracją. Przedsiębiorstwa są przebudowywane zgodnie z modelem, który przypomina sieć. Umożliwia to skupienie działalności na obszarach, które przynoszą największy zysk. Dzięki tym zmianom pracownik ma stać się sam sobie sterem. Ma to wyzwolić jego kretywność i indywidualność. Bohaterem społecznej wyobraźni staje się menadżer, który zarządza stosunkowo niewielkimi zespołami pracowników. Wypełniają oni narzucone z góry cele. Jednak zamiast wyzwolenia kolejne zmiany przynoszą nowe formy ucisku. Możemy do nich zaliczyć prekaryzację ogromnej części siły roboczej, wykwit wszelkich niestabilnych form zatrudnienia, jak umowy na dzieło czy jednoosobowe działalności gospodarcze. Mechanizm nieprzerwanego wyzwalania i zniewalania wpisany jest w logikę systemu i pozwala mu na przetrwanie: „Kapitalizm przyciąga graczy zdających sobie sprawę, że doświadczali wcześniej ucisku, oferując im wyzwolenie, które zawiera w sobie nowe formy opresji. Można powiedzieć, że kapitalizm „rekuperuje” nadawaną przez siebie autonomię, wprowadzając kontrole w innej postaci”⁴. L. Boltanski pisze, rekuperacja przybiera postać „utowarowienia”, czyli „przekształcenia dóbr i praktyk, które – w jakimś innym stanie – znajdowały się wcześniej poza sferą handlu, w »produkty« opatrzone ceną, które można przez to wymieniać na rynku. Utowarowienia to najprostszy zabieg, za pomocą którego kapitalizm może uznać wymierzoną w siebie krytykę i uczynić ją swoją własną”⁵. Kapitalizm będzie szukał atrakcyjnych i najświeższych wytworów kultury, które powstawały niezależnie, a nawet często, był w niego wymierzone. Innymi słowy, żeby biznes mógł przetrwać i dalej się rozwijać, musi nieustająco podpatrywać zjawiska społeczne przekuwając je w swoje paliwo. Krytyka pozwala firmom odkryć nowe obszary, w których możliwa jest dalsza akumulacja kapitału.

Źródłem inspiracji dla biznesu zawsze były ruchy społeczne. Jednym z najsilniej promieniujących oddolnych zjawisk społecznych ostatnich lat w Polsce stała się działalność dziesiątek stowarzyszeń, grup nieformalnych, inicjatyw lokalnych, które w debacie publicznej funkcjonują jako ruchy miejskie. Pojęcie to zostało zaczerpnięte z ję-

³ W pamięci czytelników w Europie zapadły rodzinne sagi takie jak Buddenbrookowie Tomasza Manna.

⁴ L. Boltanski, È. Chiapello, *Nowy Duch Kapitalizmu...*, s. 55.

⁵ Tamże, s. 74.

zyka akademickiego i myśli Henri Lefebvre'a. Francuski socjolog próbował opisać falę buntu, które rozlała się po całym świecie w 1968 roku. Prawo mieszkańców do miasta miało być odpowiedzią na zwiększające się nierówności i konflikty społeczne. Do idei prawa do miasta wrócił David Harvey⁶, który zdefiniował je jako „prawo do zmiany i wynajdywania miasta na nowo takim, jakim go pragniemy. Jest też, co więcej, prawem bardziej kolektywnym niż indywidualnym, ponieważ wynajdywanie miasta na nowo w sposób nieunikniony zależy od sprawowania kolektywnej władzy nad procesami urbanizacji”⁷. Kapitalizm drugiej połowy XX wieku obiektem swoich oddziaływań czyni miejską przestrzeń. Zyski inwestowane są w nieruchomości i nowe projekty infrastrukturalne. Urbanizacja staje się głównym narzędziem rozwoju kapitalizmu. Wywołuje to szereg problemów i konfliktów w miejskiej przestrzeni.

„PLANOWA” CHAOTYZACJA PRZESTRZENI MIASTA

Procesy, które zachodziły na Zachodzie od lat pięćdziesiątych, w Polsce mogliśmy obserwować dopiero po upadku komunizmu. Przybrały one na tempie po akcesie Polski do Unii Europejskiej. Wtedy granice naszego kraju zostały szeroko otwarte na kapitał zagraniczny. Zbiegło się to z czasem deregulacji planowania przestrzennego, która ostatecznie nastąpiła za rządów Leszka Millera w 2003 roku. Pierwszym krokiem w tym kierunku była likwidacja Centralnego Urzędu Planowania, która miała miejsce w 1997 roku i została wprowadzona razem z reformą administracyjną rządu Jerzego Buzka. Tym samym Polska pozbyła się ostatniej instytucji, która mogłaby dbać o całościową i długoterminową wizję rozwoju kraju. Kolejnym krokiem było unieważnienie wszystkich opracowanych w poprzednim ustroju planów zagospodarowania przestrzennego. W celu ułatwienia inwestowania w nieruchomości wykorzystywano unikalne rozwiązanie wprowadzone do kodeksu postępowania administracyjnego „warunki zabudowy”. Dzięki temu samorządy mogły wydawać pozwolenia na budowę bez planów zagospodarowania. Warunki zabudowy doprowadziły do decentralizacji do absurdu. O wielkich inwestycjach decydują często gminni urzędnicy niskiego szczebla jedynie na podstawie zasady „dobrego sąsiedztwa”, które w praktyce oznaczają zgodę na chaos.

Mieszkańcy zupełnie utracili w ten sposób prawo do decydowania o losie swojego najbliższego otoczenia. Planowanie w perspektywie długoterminowej stało się niemożliwe. Wywołało to serię problemów. Wskażę zjawiska, które dosłownie i symbolicznie przyczyniły się do tego, że mieszkańcy zostali pozbawieni „prawa do miasta”. Fenomenem na skalę europejską jest liczba grodzonych osiedli i wysokie blokowiska na dalekich przedmieściach. Miasta zaczęły tracić mieszkańców na rzecz powiększających się ich kosztem przedmieść. Powstały monofunkcyjne obszary trudne do

⁶ D. Harvey, *Bunt miast. Prawo do miasta i miejska rewolucja*, tłum. A. Kowalczyk, W. Marzec, M. Mikulewicz, M. Szlinder, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa 2012.

⁷ Tamże, s. 22.

obsługi przez transport publiczny. Wedle raportu w Polsce pod zabudowę przeznaczono tyle ziemi, że można by zbudować domy dla 200 milionów osób⁸. W takich warunkach nie może być mowy o racjonalnej gospodarce przestrzennej. Głównym środkiem transportu stał się samochód, który podporządkował sobie publiczną przestrzeń. Do samej Warszawy – wykazały badania ruchu – codziennie wjeżdża 700 tys. aut⁹. To w przeważającej mierze mieszkańcy przedmieść pozbawionych komunikacji publicznej. Na Zachodzie komunikacja publiczna jest podstawą funkcjonowania obszarów zurbanizowanych. Korzysta z niej głównie klasa średnia. W Polsce obserwujemy inną tendencję. Obserwujemy podporządkowywanie przestrzeni publicznych funkcji komunikacyjnym i parkingowym. Znikają place i chodniki, które muszą ustąpić miejsca samochodom. Brak wystarczających regulacji w zakresie budowy sklepów wielkopowierzchniowych i dyskontów spowodowało wysyp tego typu miejsc. Dzisiaj Biedronka jest w każdej gminie w Polsce. Ogromne galerie handlowe powstają nawet w ścisłych centrach polskich miast. Uderza to w lokalny handel¹⁰ i jednocześnie jeszcze bardziej wzmacnia ruch samochodowy.

Chaotyczny rozwój i nieracjonalne gospodarowanie przestrzenią tworzy błędne koło coraz większych wydatków na drogi, coraz gorszego powietrza, coraz mniej atrakcyjnych centrów miast, degradacji przestrzeni publicznych i dalszego odpływu mieszkańców na przedmieścia. Podcina to bazę podatkową samorządów sprawiając, że muszą się one coraz bardziej zadłużać w celu dostarczenia usług publicznych, z których często korzystają mieszkańcy przedmieść. W dłuższej perspektywie, gdy wyschną fundusze unijne, dojdzie do spowolnienia gospodarczego, a populacja w miastach będzie się składać przede wszystkim z osób w wieku emerytalnym, nie da się wykluczyć bankructw niektórych samorządów. W Polsce nikt jednak o tym nie myśli. Degradacja przestrzeni miejskiej do niedawna była praktycznie niezauważana. Dopiero ostatnie kilka lat przyniosły w tej kwestii zmiany¹¹. W Polsce modernizacja odbywała się przy udziale pewnych kulturowych mitów. Utożsamienie rozwoju z rozwojem komunikacji samochodowej lub budowie wieżowców jest przykładem takich fantazji. Dużą rolę odgrywa w konstruowaniu tych mitów sposób budowania dystynkcji społecznych. W Polsce duża część klasy średniej utożsamia np. transport zbiorowy jako usługę publiczną dla klasy niższej, a fakt posiadania samochodu jako symbol społeczного statusu.

⁸ Zob. *Raport o ekonomicznych stratach i społecznych kosztach niekontrolowanej urbanizacji w Polsce*, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania, Warszawa 2013.

⁹ J. Ossowski, *Lawina samochodów zalewa Warszawę*, „Gazeta Stołeczna” 4.12.2015.

¹⁰ Zob. M. Michałowska, *Ekonomiczne i społeczne oddziaływanie sieci handlowych na konsumentów oraz małe i średnie przedsiębiorstwa w województwie lubuskim*, http://www.kpsw.edu.pl/pobierz/wydawnictwo/re5/misc_michalowska.pdf (dostęp: 8.03.2016).

¹¹ Na uwagę zasługują m.in. prace Filipa Springera, który jako jeden z pierwszych zwrócił uwagę na degradację polskiego krajobrazu.

NOWE IDEE TWORZĄ NOWY BIZNES

Na Zachodzie krytyka modernizmu w urbanistyce i architekturze doprowadziła do powstania nowej szkoły planowania. Nowy Urbanizm głosił powrót do idei miasta sprzed ery samochodu, którego kręgosłupem była ulica. To przede wszystkim właśnie ulicy broniła Jane Jacobs pisząc książkę *Śmierć i życie wielkich amerykańskich miast* (1969). Tradycyjne miasto było budowane jako gęsta siatka ulic. Było to rozwiązanie wygodne i oszczędne pod wieloma względami. Podwórka tworzyły przestrzenie półpubliczne, które pozwalały na budowę więzi między mieszkańcami. Partery domów zapewniały miejsca pracy i utrzymanie, a mieszane funkcje umożliwiały ruch pieszy przez większą część doby. Względnie wysoka intensywność zabudowy sprawiała, że infrastruktura techniczna (wodociągi, ciepło) i usługi publiczne (transport) można w tym modelu zapewnić w oszczędny i racjonalny sposób.

Po Nowy Urbanizm sięgnęli w ostatnich latach władarze polskich miast. Nowy Urbanizm stał się wygodną narracją władzy na lata chude¹². Po czasach wielkich inwestycji związanych z Euro przyszedł czas na mniej kosztowne projekty skupiające się na poprawie jakości życia. Dla włodarzy polskich miast, często trwających na swoich stanowiskach od ponad dekady, to sposób na odnowienie ich słabnącego społecznego mandatu. W duchu miejskiej odnowy znajduje się również partycypacja obywatelska, która ma dodać paliwa miejskiej demokracji. Markus Meissen twierdzi, że wszelkie formy partycypacji to sposób na bardziej sprawne zarządzanie wspólnotą¹³. Zaangażowanie obywateli w dialog z władzą uniemożliwia konflikt, wciąga w pertraktacje i negocjacje. W ten sposób samorząd może zapewnić sobie prawomocność i większą stabilność jednocześnie przerzucając część odpowiedzialności za wspólnotę na rzecz niezależnych aktorów.

Najgłośniejszymi krytykami polskiego kapitalizmu i proponowanej przez niego modernizacji są ruchy miejskie. Aktywiści stali się nowymi bohaterami publicznej wyobraźni. To oni patrzą na ręce władzom samorządowym, wypowiadają się w lokalnych mediach, narzucają swoją narrację, wrzucają do publicznej dyskusji nowe pomysły i idee. Aktywiści opierają się na podstawowej dla ruchów miejskich zasadzie prawa mieszkańców do miasta. Znalazła się ona jako pierwsza wśród 9 tez miejskich ogłoszonych na I Kongresie Ruchów Miejskich¹⁴. Jak bardzo ważna jest ta idea, widać chociażby w nazwach największych polskich ruchów miejskich, jak warszawskie „Miasto Jest Nasze” i poznańskie „Prawo do Miasta”. Tamą dla rwącej rzeki kapitalizmu może być tylko demokratyczna wspólnota, która negocjuje warunki zabudowy miasta. Ruchy miejskie odwołują się przy tym do idei zrównoważonego rozwoju, za którym stoi

¹² Zob. K. Pobłocki, *Prawo do odpowiedzialności*, w: M. Miessen, *Koszmar partycypacji*, tłum. A. Rasmus-Zgorzelska, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa 2013.

¹³ M. Miessen, *Koszmar partycypacji*, tłum. A. Rasmus-Zgorzelska, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa 2013.

¹⁴ Zob. *Tezy miejskie*, Kongres Ruchów Miejskich, Gorzów Wielkopolski 19.09.2015, <http://kongresruchowmiejskich.pl/tezy-miejskie/> (dostęp: 9.03.2016).

projekt zwartego miasta opartego na wysokiej jakości usługach publicznych, lokalnej przedsiębiorczości i silnej kulturalnej tożsamości. Model mieskiego organizmu powinien być samowystarczalny i możliwy do odtworzenia przez następne pokolenia. Dlatego w repertuarze ruchów miejskich ważne miejsce zajmują kwestie ekologii, recyklingu i odnawialnych źródeł energii.

Aktywiści pełnią w Polsce rolę tłumaczy nowoczesności. Rekrutują się w dużym stopniu z szeregów inteligencji¹⁵. Wśród aktywistów jest liczna reprezentacja pracowników naukowych, ekspertów, animatorów kultury i ludzi sztuki. Dyskurs aktywistyczny prowadzony jest w kontekście przeszczepiania do Polski światowych standardów i rozwiązań. Celem jest przełamanie półperyferyjnej kondycji i dołączenie do centrum systemu, którego serce bije na Zachodzie. To aktywiści przedstawiają nowe pomysły, koncepcje i innowacje społeczne. Działacze ruchów miejskich prezentują spójną i zbliżoną do nowego urbanizmu wizję miasta, która jest atrakcyjna dla dużej części inteligencji i wielkomiejskiej klasy średniej. Do tej ostatniej szczególnie silnie przemawiają kwestie związane ze zdrowiem i estetyką. Uporządkowana, wolna od wizualnego i środowiskowego zanieczyszczenia miejska przestrzeń, to marzenie każdego mieszczanina.

DEWELOPER OBYWATELEM

Jednym z najważniejszych aktorów działających w przestrzeni polskich miast stał się deweloper. Aktywiści prezentują ich jako pазernych i bezwzględnych przedsiębiorców, którzy za nic mają dobro wspólne. Przed nastaniem ery aktywistów budowa wieżowców i centrów handlowych była jednoznacznie utożsamiana z rozwojem i nowoczesnością. Inwestorzy nie musieli się starać, by tłumaczyć komukolwiek sensowność swoich działań. Popularny w mediach społecznościowych profil Nowa Warszawa¹⁶, publikuje właściwie jedynie zdjęcia wieżowców. Utrzymuje się z usług promocyjnych świadczonych dla deweloperów. Samo pojawienie się takiego serwisu świadczy o profesjonalizacji i potrzebie tworzenia pozytywnego wizerunku branży. Jedną z najbardziej przemysłowych kampanii reklamowych na stronach Nowej Warszawy prowadzi firma Ghelamco dla inwestycji *Warsaw Spire*, czyli Warszawskiej Włóczni¹⁷. Wysoki wieżowiec przy rondzie Daszyńskiego przypomina podobne realizacje z krajów Zatoki Perskiej albo miast dalekowschodniej Azji. *Warsaw Spire* sąsiaduje z monsturalnych rozmiarów świeżo oddanym do użytku rondem i nowymi wąskimi wyjściami z drugiej stacji metra. Wszystko tutaj przypomina o imitacyjnym modelu rozwoju polskich miast. Na drogich inwestycjach publicznych w komunikację skorzystają właściciele okolicznych działek, którzy zgodnie z warunkami zabudowy, bez obowiązującego planu, będą zabudowy-

¹⁵ Zob. J. Śpiewak, *Ruchy Miejskie. Czyli potyczki o władzę w polu inteligencji w kontekście przemian systemu neoliberalnego*, „Kultura Współczesna” 2015, nr 4.

¹⁶ Zob. *Nowa Warszawa*, <http://www.facebook.com/warszawaodnowa> (dostęp: 10.03.2016).

¹⁷ Nazwy inwestycji deweloperskich są w przeważającej mierze obcojęzyczne. Angielska nazwa ma podkreślać światowość i nowoczesność inwestycji.

wać teren biurcami, centrami handlowymi i wieżowcami, wyciskając z niego tyle, ile się da. Przy samym rondzie ma być więcej przestrzeni biurowych niż w całej Łodzi¹⁸. Właściciel *Warsaw Spire* przedstawia jednak inwestycje jako wartość dodaną dla całej miejskiej wspólnoty: „W naszej strategii wychodzimy poza standardy działalności deweloperskiej – chcemy nie tylko realizować biurowce i przyjazne miejsca do pracy, ale także uczestniczyć w procesie kształtowania tkanki miejskiej i tworzyć wartościową przestrzeń dla stolicy” – powiedział Jeroen van der Toolen, dyrektor Ghelamco¹⁹.

Deweloper przedstawia siebie jako członka miejskiej wspólnoty, który chce ją aktywnie współtworzyć. Taka postawa cechuje ostatni zwrot w stronę miejskości i ewolucję kapitalizmu. Zwycięstwo neoliberalizmu stało się na tyle znaczne, że kontynuator myśli Michela Foucaulta Nicolas Rose ukuł pojęcie *death of the social*, które miało oznaczać śmierć tego, co społeczne i wspólne²⁰. W latach osiemdziesiątych kapitalizm wzięt na swój cel nie tylko gospodarkę, ale samo społeczeństwo. W odróżnieniu od tradycyjnego liberalizmu, który głosił brak interwencji państwa w ekonomii, neoliberalizm postanowił urządzić państwo na podobieństwo rynku. Wyłoniła się nowa figura obywatela-przedsiębiorcy, który poprzez konsumpcje realizuje swoje prawa, działa w aktywny sposób w każdym niemalże aspekcie swojego życia. Rose pisze, zaawansowane demokracje liberalne polegają na aktywizacji sił jednostek, które w coraz większym stopniu mogą liczyć tylko na siebie. Podobny model przybiera działalność oświeconych „obywatelskich” przedsiębiorstw. Obywatel-deweloper tworzy przestrzeń publiczną, dba o nasze zdrowie i samopoczucie. Ghelamco zaprojektowało przed wieżowcem plac:

Projekt zakłada, że na placu pojawią się m.in. sztuczna rzeka, fontanna oraz miejskie meble, takie jak ławki, stacje rowerów i ogródki kawiarniane. Na Placu Europejskim będzie można zobaczyć też sztukę. I to niezłą. Dzieła artystów grafików, malarzy i rzeźbiarzy będziemy mogli podziwiać przez niemal cały rok, na specjalnym „pasażu artystycznym”, który pobiegnie wzdłuż ulicy Grzybowskiej. Założenie jest takie, aby plac był dostępny dla wszystkich i służył nie tylko pracownikom biurowca, lecz także mieszkańcom Warszawy. Ba, na placu ma znaleźć się także... amfiteatr!²¹

Plac ma realizować marzenie o miejskości. Deweloper operuje pojęciami bliskimi z tymi, które głosili zwolennicy nowego urbanizmu. Sztuka ma sąsiadować z rowerami i kawiarnianiami. Miejsce ma być otwarte dla wszystkich chcących podziwiać cuda dewelopera. Kultura wysoka i możliwość najwyższej jakości konsumpcji ma legitymizo-

¹⁸ M. Wojtczuk, *Wokół ronda Daszyńskiego wyrosną wieże z biurami*, „Gazeta Stołeczna” 1.12.2015.

¹⁹ T. Golonko, „Kocham Warszawę” nowym neonem stolicy, <http://natemat.pl/126581,kocham-warszawe-nowym-neonem-stolicy-tworcy-140-metrow-nad-ziemia-25-metrow-dlugosci> (dostęp: 20.01.2016).

²⁰ N. Rose, *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*, Cambridge University Press, Cambridge 1999.

²¹ T. Golonko, *Przebudowali ogrody Pałacu Elizejskiego. Teraz budują plac w Warszawie*, <http://natemat.pl/110077,przebudowali-ogrody-palacu-elizejskiego-teraz-buduja-plac-w-warszawie> (dostęp: 20.01.2016).

wać tę inwestycję w oczach odbiorcy. Nagromadzenie dziwów i atrakcji sprawia jednak, że opis przypomina bardziej pastisz niż prawdziwy miejski plac. Socjolog i aktywista Kacper Pobłocki twierdzi, że nowy urbanizm jest jedynie sztafażem i próbą sprzedania nam w nowym opakowaniu tego, co już dobrze znamy: „nowy urbanizm nie oferuje nam w zasadzie nowej wizji miasta, ale ten sam produkt, tyle że w wersji organicznej. Miasto neoliberalne, które jest czystsze, ładniejsze i bardziej »eko« – nie ma psich kup, są fontanny, ławeczki i rowerzyści”²². To miasto płacącej podatki klasy średniej, zadowolonych z siebie i dbających o swoje ciało konsumentów. Jest to miasto, którego estetyka ma łączyć sprzeczne wartości – otwartość i arystokratyczność, takie, które można sprzedać (w każdym tego słowa znaczeniu) klasie średniej.

REWITALIZACJA JAKO STYL I STRATEGIA ZAWŁASZCZANIA PRZESTRZENI PRZEZ BIZNES

Strategią uprawomocniającą działalność deweloperów jest obecność tego, co stanowi element stylu życia zamożnej klasy średniej – kultura wysoka i zdrowa żywność. Inwestorzy odwołują się do tych wartości szczególnie wtedy, gdy ich działalność wzbudza kontrowersje. Tak jest w przypadku Hali Koszyki i Fabryki Norblina na warszawskiej Woli. Zabytkowe obiekty z przełomu XIX i XX wieku przetrwały XX wiek bez szwanku. Jednak gdy przeszły w ręce prywatne, ich los był już przesądzony. Secesyjna Hala Koszyki została rozebrana, w Norblinie wyburzono część budynków, a nad tymi, które przetrwały powstanie wielka szklana nadbudowa. W miejscu Hali powstało dwukondygnacyjne centrum handlowe nawiązujące w formie do starego budynku. Dokoła hali powstają zaś biurowce. Wyburzenie zabytku i zlikwidowanie bazaru, na którym mieszkańcy mogli zrobić tanie zakupy, wywołało liczne protesty. Inwestor pozostawił dwie cegalne oficyny, których konserwator zabytków nie pozwolił mu rozebrać. Oczekując na zdobycie finansowania i wszystkich potrzebnych zgód do rozpoczęcia budowy, deweloper postanowił przekazać jedną z oficyn artystom, a drugą wynająć na bar i ekobazar. Na ruiny Hali Koszyki wprowadziła się skupiająca młodych fotografów galeria „Czułość”. Niezależność artystów i wolność artystyczna była również kluczowa w budowie wizerunku przez samego właściciela budynku. Deweloper założył fundację, która „wspiera śmiało projekty artystyczne i realizuje ambitne programy twórcze”. Artyści mają „ożywić” i „nadać nowy kontekst” nieruchomościom należącym do spółki. Deweloper tak opisywał charakter galerii Czułość: „niepokorna galeria”, „ukochany *enfant terrible warszawskiego mainstreamu* oraz *najbardziej warszawską galerią promującą nową fotografię*, realizuje wystawy prezentujące wrażliwość daleką od popularnych trendów” i jest „ogniskiem kultury niszowej”. To próba uprawomocnienia działań nastawionych na jak największy zysk podmiotu, który żeruje na istniejącej tkance miejskiej. Oficyny najprawdopodobniej stałyby puste. Deweloper musiał zdobyć finansowanie i wszystkie potrzebne zgody. To zajmuje sporo czasu. W ten sposób

²² Zob. K. Pobłocki, *Prawo do odpowiedzialności...*, s. 24.

miejsce żyło, zarabiało na siebie, a działalność dewelopera była w oczach opinii publicznej zalegitymizowana. Życzliwy dziennikarz prasy lokalnej pisał wręcz, że dzięki ekologicznemu bazarowi połączonemu z barem „udało się przywrócić secesyjnej hali jej pierwotną funkcję”²³ (sic!). Strategia przyniosła również sukces finansowy. Inwestorowi udało się uzyskać preferencyjny kredyt z państwowego Banku Gospodarstwa Krajowego. Odbudowa Hali Koszyki została zakwalifikowana przez urzędników jako rewitalizacja, co umożliwiło sięgnięcie po środki europejskie i publiczne. Wiceprezes Zarządu BGK Piotr Lasecki tłumaczył: „Powstanie nowoczesny obiekt wraz z funkcjonalnie zagospodarowaną przestrzenią miejską. Jest to też zasadniczy powód, dla którego podjęliśmy decyzję o finansowaniu inwestycji kredytem komercyjnym Banku, w ramach Programu Inwestycje Polskie”. Dalej można było przeczytać w komunikacie banku: „Wyjątkowa atmosfera hali sprawi, że będzie ona także atrakcyjnym miejscem spotkań oraz spędzania wolnego czasu. Na terenie kompleksu Koszyki znajdzie się również kilka ogólnodostępnych placów. Część odrestaurowanej powierzchni przeznaczona będzie dla organizacji non-profit”²⁴. Budowa centrum biznesowego z luksusową galerią handlową staje się działalnością prowadzoną w interesie publicznym, na którą można udzielać państwowych pożyczek. Fakt, że zniszczono oryginalną tkankę miejską, zdeorganizowano życie okolicznej wspólnoty, która była skupiona wokół hali, oraz zlikwidowano miejsce, gdzie można zrobić tanie zakupy, nie jest już brana przy podejmowaniu decyzji pod uwagę. Biznes w ten sposób przyczynia się do segregacji społecznej. Centrum miasta w tej wizji powinno być przestrzenią konsumpcji dla klasy średniej i wyższej. Starzy mieszkańcy, którzy nie mają wystarczających zasobów finansowych, stają się nieproszonymi gośćmi we własnej dzielnicy.

Podobną strategię realizuje deweloper przy budowie centrum handlowego Art Norblin. Inwestor od początku oparł cały swój przekaz na tym, że tworzy miejsce spotkań i kontemplacji sztuki. Hasłem przewodnim jest *make stories not stores* – róbmy historię, nie sklepy. W sumie ma powstać wielkopowierzchniowe centrum handlowe o wielkości ponad 20 000 metrów kwadratowych i ponad 40 000 metrów kwadratowych powierzchni biurowej. Budowa tego kompleksu również jest przedstawiana jako „rewitalizacja” i „powiew życia” w marte mury Norblina. Inwestycje ma wyróżniać hala targowa z 70 stanowiskami ze świeżymi produktami i BioBazar. Targ z ekologiczną żywnością funkcjonuje na terenie Norblina już od kilku lat. W 2014 roku otwarto tam również ogród warzywny w ramach inicjatywy „Miasto i Ogród”. W wielkich donicach mieszkańcy mogli chować swoje zioła i warzywa. Inicjatywa miała promować „najnowsze miejskie trendy” i służyć „spotkaniom międzypokoleniowym”. W 2015 roku „Miasto i Ogród” przeniósł się na Plac Defilad. Strategicznym sponsorem przedsięwzięcia jest „marka samochodów elektrycznych BMW”.

²³ M. Dubrowska, *Nowa moda opanowała miasto: targi z wiejskim jedzeniem*, „Gazeta Stołeczna” 25.05.2015.

²⁴ Zob. *BGK sfinansuje rewitalizację Hali Koszyki w Warszawie*, <https://www.bgk.pl/aktualnosci/bgk-sfinansuje-rewitalizacje-hali-koszyki-w-warszawie-879/> (dostęp: 20.01.2016).

Zaangażowanie się branży motoryzacyjnej w przedsięwzięcia miejskie nie powinno dziwić. Jak wcześniej pisałem, polskie miasta podporządkowały w dużym stopniu swoją przestrzeń i sposób myślenia o mieście potrzebom samochodów – nie ludzi. W 2013 roku Mercedes otworzył na warszawskim Powiślu własną klubokawiarnię. Miejsce było wybrane nieprzypadkowo. Stacja Mercedes została zbudowana tuż obok klubu Warszawa Powiśle usytuowanego w dawnym modernistycznym pawilonie kolejowych kas biletowych. Warszawa Powiśle początkowo realizowała bogaty program kulturalny stając się ulubionym miejscem wielkomiejskiej klasy średniej. Sami właściciele nazywali ją „kioskiem z wódką i kulturą”. Badacze zkwaliifikowali ją jako jedną z klubokawiarni obywatelskich, która tworzy nowy wzór miejskiego obywatelstwa i aktywizmu²⁵. To w nich wykuwał się nowy wzorzec miejskiego obywatelstwa. Styl estetyczny klasy średniej, na który składa się m.in. nostalgia za PRL-em, moda na modernizm, minimalizm, awansuje do roli stylu moralnego obywatela klasy średniej. Kultura jest kluczowa w tworzeniu dystynkcji społecznych i budowaniu nowych praktyk związanych z konsumpcją. Jest to szczególnie ważne w Polsce, gdzie posiadanie kapitału kulturowego wiąże się z awansem społecznym i jest źródłem prestiżu. Kultura uzasadnia picie wódki. Jak widać, również może uzasadniać kupno samochodu i budowę wieżowca.

Stacja Mercedes odwoływała się do tego dziedzictwa miała w zamierzeniach być miejscem, które „wzbogaci ofertę kulturalną Powiśla”. Do opracowania programu poproszono Fundację Bęc Zmiana znaną z realizowania artystycznych projektów Rajkowskiej w miejskiej przestrzeni, takich jak Dotleniacz czy Palma w Alejach Jerozolimskich. Decyzja Mercedesa była uwarunkowana tym, że dotychczas stosowane metody komunikacji stały się nie do zaakceptowania przez klasę średnią:

Sledząc krytyczną dyskusję o obecności reklam w przestrzeni publicznej Warszawy, doszliśmy do wniosku, że musimy znaleźć jakąś zupełnie inną formę komunikacji naszego produktu. Mam nadzieję, że Stacja Mercedes będzie taką właśnie nowatorską formą obecności marki i produktu w przestrzeni miejskiej Warszawy. (...) Tym bardziej że w jej powstanie zaangażowały się kreatywne środowiska Warszawy, za co im serdecznie dziękuję.

Warto zwrócić uwagę, że walka z chaosem reklamowym była prowadzona głównie przez ruchy miejskie. Wspólna kampania kilkudziesięciu organizacji zrzeszonych w inicjatywie Posprzatajmy Reklamy doprowadziła do uchwalenia pierwszego w Polsce prawa, które ma chronić krajobraz kraju przed degradacją²⁶.

²⁵ J. Kusiak, W. Kacperski, *Kioski z wódką i demokracją. Historia polityczna warszawskich „kawiarni obywatelskich” jako miejsc kształtowania się nowych ruchów miejskich i reprodukcji podziałów społecznych*, „Kultura i Społeczeństwo” 2013, nr 2.

²⁶ Zob. J. Zahorska, *Ustawa krajobrazowa – od teraz nowy ład reklamowy*, <http://wiadomosci.onet.pl/ustawa-krajobrazowa-od-teraz-nowy-lad-reklamowy/frgr0> (dostęp: 20.01.2016).

Przykładem długofalowego działania biznesu inspirowanego hasłami głoszonymi przez miejskich aktywistów jest również kampania Banku BPH *Make Life Fair*²⁷. BPH w swojej komunikacji z fanami w mediach społecznościowych występuje już nie jako bank, tylko jako inicjatywa społeczna. Jak możemy przeczytać w komunikacie: „to pomysł banku na włączenie się w życie miejskie, wspieranie lokalnych inicjatyw służących ulepszaniu miejskiej przestrzeni”²⁸. Bank BPH poszedł tak daleko, że w komunikacji na profilu społecznościowym podpisuje się również w rozmowach dotyczących *stricte* obsługi finansowej klientów jako *Make Life Fair*. Na profilu poruszane są kwestie związane z troską o dobro wspólne, ochronę przyrody, wzmacnianiem więzi sąsiedzkich, lokalną przedsiębiorczość. Pojawiają się również materiały na temat pomocy osobom społecznie wykluczonym, takim jak bezdomni. W 2014 roku bank ogłosił konkurs na wspieranie „rozwoju lokalnych przestrzeni publicznych”. W pierwszej edycji konkursu nagrodzono inicjatywę odnowienia neonu Kioskarz, który powstał w lat sześćdziesiątych. Rok później wygrał pomysł stworzenia spójnej zewnętrznej identyfikacji sklepów kilku lokalnych rzemieślników z Gdyni. Film z akcji wymiany szyldów wyświetlono w internecie ponad dwieście pięćdziesiąt tysięcy razy. Nostalgicę za minioną epoką i jego stylem estetycznym widać również w działaniu Ghelamco. W trakcie budowy *Warsaw Spire* właściciel zainstalował na ścianie wieżowca neon „Kocham Warszawę”. Inwestor sięgnął po neon, by podkreślić związki z kulturową spuścizną stolicy, w której neony zajmowały ważne miejsce.

Przedsiębiorstwa dostosowują model swojej działalności do zmieniających się warunków środowiskowych, gospodarczych i społecznych. Kapitalizm tworzy skomplikowany system, który potrafi wymierzoną w siebie krytykę przekuć w swoje paliwo. W Polsce tą krytyką zajmują się ruchy miejskie. Podejmują one wachlarz spraw i problemów wywoływanych przez niekontrolowany rozwój miast. Język ruchów miejskich w coraz większym stopniu przejmuje biznes, który w kryzysie miejskiej przestrzeni i tożsamości znajdzie swoją szansę. Zamiast modelu „domku pod miastem” proponuje życie „w dynamicznej miejskiej atmosferze”. Zamiast stania w korku, podróż rowerem. Zamiast taniego jedzenia z supermarketu, drogi biobazar z warzywami i owocami od ekologicznego rolnika. Zamiast masowego produktu z centrum handlowego, indywidualny przedmiot od rzemieślnika. W zniszczonych wcześniej przez siebie obszarach kapitalizm znajduje szansę dla nowych inwestycji. Podupadłe miejskie tereny kwalifikują się do rządowych i europejskich programów rewitalizacji. Korporacje przeistaczają się w aktywnych obywateli, którzy współtworzą miejską tkankę. Państwo w takiej sytuacji jest niepotrzebne, bo system sam wszystko wyreguluje. Krytyka zostaje zneutralizowana, a prawomocność systemu podtrzymana. Miejscy aktywiści stają się ofiarami własnego sukcesu.

²⁷ Nie jest przypadkiem, że nazwy projektów deweloperskich i akcji organizowanych przez korporację są często angielskojęzyczne. Ma to wskazywać na ich zachodni i nowoczesny rodowód.

²⁸ Zob. *Nowe oblicze ulicy Starowiejskiej w Gdyni dzięki wygranej w konkursie banku BPH*, http://www.bph.pl/repo/bph/PR/informacje_prasowe/2015/070715_Nowe_oblicze_Starowiejskiej_dzieki_Bankowi_BPH.pdf (dostęp: 20.01.2016).

BIBLIOGRAFIA

- Boltanski L., Chiapello È., *Nowy Duch Kapitalizmu*, „Kronos” 2015, nr 2(33).
- Dubrowska M., *Nowa moda opanowała miasto: targi z wiejskim jedzeniem*, „Gazeta Stołeczna” 25.05.2015.
- Harvey D., *Bunt miast. Prawo do miasta i miejska rewolucja*, tłum. A. Kowalczyk, W. Marzec, M. Mikulewicz, M. Szlinder, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa 2012.
- Kusiak J., Kacperski W., *Kioski z wódką i demokracją. Historia polityczna warszawskich „kawiarni obywatelskich” jako miejsc kształtowania się nowych ruchów miejskich i reprodukcji podziałów społecznych*, „Kultura i Społeczeństwo” 2013, nr 2.
- Miessen M., *Koszmar partycypacji*, tłum. A. Rasmus-Zgorzelska, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa 2013.
- Ossowski J., *Lawina samochodów zalewa Warszawę*, „Gazeta Stołeczna” 4.12.2015.
- Pobłocki K., *Prawo do odpowiedzialności*, w: M. Miessen, *Koszmar partycypacji*, tłum. A. Rasmus-Zgorzelska, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa 2013.
- Raport o ekonomicznych stratach i społecznych kosztach niekontrolowanej urbanizacji w Polsce*, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania, Warszawa 2013.
- Rose N., *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*, Cambridge University Press, Cambridge 1999.
- Śpiewak J., *Ruchy Miejskie. Czyli potyczki o władzę w polu inteligencji w kontekście przemian systemu neoliberalnego*, „Kultura Współczesna” 2015, nr 4.
- Wojtczuk M., *Wokół ronda Daszyńskiego wyrosną wieże z biurami*, „Gazeta Stołeczna” 1.12.2015.

Źródła internetowe

- BGK sfinansuje rewitalizację Hali Koszyki w Warszawie, <https://www.bgk.pl/aktualnosci/bgk-sfinansuje-rewitalizacje-hali-koszyki-w-warszawie-879/> (dostęp: 20.01.2016).
- Golonko T., „Kocham Warszawę” nowym neonem stolicy, <http://natemat.pl/126581,kocham-warszawe-nowym-neonem-stolicy-tworcy-140-metrow-nad-ziemia-25-metrow-dlugosci> (dostęp: 20.01.2016).
- Golonko T., *Przebudowali ogrody Pałacu Elizejskiego. Teraz budują plac w Warszawie*, <http://natemat.pl/110077,przebudowali-ogrody-palacu-elizejskiego-teraz-buduja-plac-w-warszawie> (dostęp: 20.01.2016).
- Michałowska M., *Ekonomiczne i społeczne oddziaływanie sieci handlowych na konsumentów oraz małe i średnie przedsiębiorstwa w województwie lubuskim*, http://www.kpsw.edu.pl/pobierz/wydawnictwo/re5/misc_michalowska.pdf (dostęp: 8.03.2016).
- Nowa Warszawa, <http://www.facebook.com/warszawaodnowa> (dostęp: 10.03.2016).
- Nowe oblicze ulicy Starowiejskiej w Gdyni dzięki wygranej w konkursie banku BPH, http://www.bph.pl/repo/bph/PR/informacje_prasowe/2015/070715_Nowe_oblicze_Starowiejskiej_dzieki_Bankowi_BPH.pdf (dostęp: 20.01.2016).
- Tezy miejskie, Kongres Ruchów Miejskich, Gorzów Wielkopolski 19.09.2015, <http://kongresruchowmiejskich.pl/tezy-miejskie/> (dostęp: 9.03.2016).
- Zahorska J., *Ustawa krajobrazowa – od teraz nowy ład reklamowy*, <http://wiadomosci.onet.pl/ustawa-krajobrazowa-od-teraz-nowy-lad-reklamowy/ffrgr0> (dostęp: 20.01.2016).

Jan Śpiewak: Ruchy miejskie uczą biznes nowoczesności

Streszczenie: W niniejszym artykule spróbuję wskazać, czego uczą się korporacje od ruchów miejskich. W proponowanej analizie odwołam się do koncepcji rekuperacji i ducha kapitalizmu Luca Boltanskiego i Ève Chiapello. Ponadto przywołam pracę tych autorów, którzy analizowali powstanie i działalność ruchów miejskich w kontekście krytyki kapitalizmu i systemu neoliberalnego.

Słowa kluczowe: ruchy miejskie, korporacje, kapitalizm, rekuperacja, neoliberalizm

Title: The urban social movements teaches business on how to be modern

Abstract: In this article I will try to describe the lesson learnt by the corporations from the grass root movements in the cities. In the proposed analysis I will refer to the conception of recuperation and a soul of capitalism – by Luc Boltanski and Ève Chiapello. Besides it I will refer to the works of these authors who analyse the beginnings and the activism of the city grass-root movements in a context of critique of capitalism and neoliberal system.

Keywords: city grass-root movements, corporations, capitalism, recuperation, neoliberalism