

## Znaczenie *genius loci* a modernizacja Bazaru Różyckiego

Alicja Kozarzewska

Katedra Urbanistyki i Gospodarki Przestrzennej, Wydział Architektury,

Politechnika Warszawska

ul. Koszykowa 55, 00-659 Warszawa, Polska

[01008036@pw.edu.pl](mailto:01008036@pw.edu.pl)

### Podziękowania

Autorka składa podziękowania Redakcji za okazaną pomoc techniczną oraz nieocenioną inspirację.

### Abstract

#### **The importance of *genius loci* and the modernisation of Różycki's Bazaar**

The aim of the study was to investigate how the state of the bazaar development and the condition of the neighbouring buildings affects the perception of space by buyers. The research was carried out on the basis of the case study of Różycki's Bazaar in Warsaw. This facility was selected due to the modernisation carried out in 2020, which covered a part of the bazaar. At present, a collision of two stages of development is visible in the bazaar: wooden pavilions, the form of which has not changed since post-war times, and new tin pavilions, accompanied by greenery. In the analysed market place, a questionnaire interview was conducted among buyers, the questions of which concerned the attitude to the market, the assessment of architectural solutions of the not modernised and modernised part, and the possible impact of renovation of the buildings adjacent to the analysed bazaar. The study has shown that changes made to the architecture of retail spaces should take into account and preserve the *genius loci*. Three out of four buyers replied that one reason for doing shopping at the analysed bazaar is their sentiment for this place. Every individual element of the modernised part of the bazaar was positively assessed by the respondents. Aesthetic architecture did not create an attractive urban space, however. The space with new pavilions is depopulated. Design work with public urban space requires multi-faceted recognition. The design should be preceded by historical and local analyses as well as recognition the target group. The managers of old marketplaces should take care of their technical condition so that there are no long-term negligence that would reduce the comfort of the buyers. It is particularly important, and not requiring financial outlays, to react quickly to emerging vacancies, as they negatively affect the perception of the space.

**Key words:** bazaar, Różycki's Bazaar, public space, trade, genius loci.

**Słowa kluczowe:** bazar, bazar Różyckiego, przestrzeń publiczna, handel, *genius loci*.

## 1. Wstęp

Handel jest jedną z najstarszych i najistotniejszych działalności gospodarczych wpływających na rozwój przestrzenny miast. Zwiększenie popularności szlaku handlowego powodowało powstawanie nowych osad, zmniejszenie popularności prowadziło natomiast do utraty znaczenia ośrodków miejskich i degradacji ich przestrzeni (Zuzańska-Żyśko, Sitek, 2011). Place targowe, na których organizowano targi i jarmarki, wpływały na rozwój urbanistyczny nie tylko najbliższego sąsiedztwa, ale również całego miasta, koncentrując publiczne, w tym polityczne, życie miejskie (Kulawiak 2020).

Targowiska są jedną z najstarszych form sprzedaży dóbr (Szromnik 2014; Malinowska 2016). Pomimo powstawania nowych obiektów komercyjnych oraz rosnącej popularności handlu elektronicznego bazyry są nieodłącznym elementem większości miast. Dane statystyczne pokazują, że od 2003 r. następuje zmniejszanie powierzchni bazarów przy jednoczesnym zwiększeniu przestrzeni sklepów wielkopowierzchniowych. Część badaczy twierdzi, że ta korelacja świadczy o narastającym kryzysie handlu targowiskowego i bazarowego (Zuzańska-Żyśko, Sitek, 2011; Bieszk-Stolorz, Felsztyńska, 2018). Inni autorzy są zdania, że popularność targowisk i bazarów rośnie. Mariusz Hamulczuk (2016) i Mirosława Malinowska (2016) wskazują, że niektóre bazyry prowadzące wcześniej sprzedaż w wybrane dni tygodnia działają obecnie codziennie, a sprzedawany asortyment jest bardziej różnorodny (2016).

Stan zagospodarowania wielu bazarów odbiega od standardu nowo powstających przestrzeni handlowych (Jajszczyk 2007). Poprawa stanu technicznego wymaga nie tylko zgromadzenia środków finansowych, ale również prawidłowego wydatkowania pozyskanego kapitału. Miasta rzadko inwestują w lokalne bazyry ze względu na ograniczony budżet. Stowarzyszenia, które często pełnią rolę zarządców, nie mają natomiast rezerw finansowych pozwalających na modernizację.

Zgodnie z definicją *Słownika Języka Polskiego PWN*, bazar to „plac lub pomieszczenie ze straganami, budkami, gdzie sprzedaje się towary” (Bralczyk 2005a), targowisko zdefiniowano natomiast jako miejsce, gdzie odbywają się targi (Bralczyk

2005b). Historycznie wyraz *targ* oznaczał plac handlowy, na którym dokonywano wymiany towarowej w określone dni tygodnia (Zuzańska-Żyśko, Sitek, 2011). Obecnie wyrazy *bazar*, *targ* oraz *targowisko* są używane zamiennie, chociaż bynajmniej nie są one synonimami.

## 2. Cel oraz metoda badań

Celem pracy było zbadanie, czy zmiany dokonywane w architekturze przestrzeni handlowych powinny uwzględniać i zachowywać *genius loci*. Według *Słownika Psychologii Architektury* (Lenartowicz 2010), *genius loci* to zespół cech, które nadają określonej części środowiska człowieka unikatową jakość. Inspiracją dla przeprowadzenia badań była Andrzej Suliborskiego (2001) koncepcja funkcji miejsca, opisująca istnienie korelacji stosunku ludzi do danego miejsca (i związaną z tym wartość) z formą architektoniczną. Koncepcja ta znajduje również odbicie w słowach Pawła Rybickiego (1979), który twierdzi, że przestrzeń społeczna miasta jest skorelowana ze znaczeniem, jakie nadała jej określona zbiorowość.

Osoba poruszająca się pieszo dokonuje oceny przestrzeni dzięki bezpośredniemu kontaktowi z nią. Tworzy w swojej świadomości mapę powstającą dzięki analizie danego miejsca. Każdy użytkownik postrzega przestrzeń osobiście – negatywnie lub pozytywnie (Orchowska 2014; Bierwiazzonek 2016). Kazimierz Sowa (2001) twierdzi, że miasta istnieją, ponieważ są podobnie postrzegane przez mieszkańców. Przytoczona myśl zainspirowała autorkę niniejszego artykułu do zbadania roli historii i *genius loci* w kształtowaniu architektury obiektów handlowych. W niniejszej pracy autorka rozważa, czy przestrzeń handlowa powinna odwzorowywać wcześniej istniejącą zabudowę oraz czy poprawnie zaprojektowana przestrzeń handlowa będzie zawsze uważana za atrakcyjną. Przeprowadzone badanie ankietowe miało na celu odpowiedź na pytanie, czy historia obiektu handlowego jest wartością, która powinna być uwidoczniiona we współczesnym projekcie architektonicznym.

Jako przedmiot badań wybrano Bazar Różyckiego zlokalizowany na warszawskiej Pradze. Obiekt ten wybrano ze względu na przeprowadzoną w 2020 r. modernizację jego fragmentu. Obecnie bazar jest przestrzenią handlową o bardzo małym znaczeniu. Zmiana, która nastąpiła od lat 90. XX wieku, polegająca na

zmniejszeniu zasięgu oddziaływania tego obiektu handlowego, była motywacją do podjęcia badań. Miasto stołeczne Warszawa w swoich dokumentach strategicznych podkreśla rolę dziedzictwa niematerialnego. Władze miejskie podejmują działania polegające na remontach, modernizacjach i rewitalizacjach najważniejszych przestrzeni miejskich. Bazar Różyckiego jest najstarszym ośrodkiem handlowym znajdującym się w granicach miasta. Przeprowadzona modernizacja miała przywrócić bazarowi jego dawną popularność.

Na bazarze przeprowadzono dokumentowane oględziny w latach 2014, 2019 i 2021. Obecny stan bazaru przedstawiono na rycinach 1-4.

Postrzeżenie przestrzeni bazaru przez jej użytkowników zbadano za pomocą ankiety papierowej, która była wypełniana przez ankietera czytającego pytania i zaznaczającego odpowiedzi. Była ona przeprowadzona w ciągu trzech dni roboczych 02-04.09.2021 na terenie Bazaru Różyckiego. Zawierała pytania zamknięte jednokrotnego wyboru oraz jedno pytanie otwarte pozwalające na uzupełnienie odpowiedzi. Przeprowadzono 91 ankiet. Respondentami byli klienci bazaru (powyżej 18 roku życia). Najszerzej reprezentowaną grupą były osoby z przedziału wiekowego 55-70 lat (66%), o wykształceniu średnim (45%) lub zasadniczym zawodowym (30%).

### **3. Proces powstawania Bazaru Różyckiego w kontekście historii Pragi**

Ogromne zniszczenia na terenie Pragi spowodowane wojnami napoleońskimi oraz powstaniem listopadowym wywołały migrację ludności poszukującej miejsca zamieszkania nienarażonego na częste działania wojenne (Sołtan 2006). Władze miejskie starały się zatrzymać proces wyludniania Pragi oraz nakłonić mieszkańców do odbudowy budynków przez przyznawanie odszkodowań za utracone mienie, pożyczek oraz zwolnienia z płacenia podatków (Drozdowski, Zahorski, 1975).

W pierwszej połowie XIX wieku Pragę zamieszkiwała w przeważającej mierze ludność uboga. Handlarze ze względu na wysokie czynsze mieszkali w budkach zbudowanych przy kramach (Mórwaski 2006). Po powstaniu listopadowym władze Królestwa Polskiego podjęły prace porządkujące przestrzeń Pragi. Zniszczona sieć uliczna została ukształtowana na nowo, a główne trakty wybrukowano i uregulowano (Sołtan 2006). W 1839 r. prace porządkowe objęły targowiska i bazyry, które zosta-

ły podzielone wedle rodzaju sprzedawanego asortymentu. Sprzedaż żywności odbywała się codziennie, handel innymi dobrami był natomiast możliwy dwa razy w tygodniu. Targowisko przy ul. Targowej, w wyniku reorganizacji, stało się jednym z głównych ośrodków handlowych zaopatrujących Warszawę w żywność. Szeroko zakrojone prace porządkowe polegające między innymi na usunięciu z terenu targowisk i bazarów ubogiej zabudowy mieszkalnej, podjęto dopiero w 1863 r. (Mórawski 2006).

W latach 60. XIX wieku poprawiono dostępność komunikacyjną Pragi dzięki zbudowaniu mostu łączącego Pragę z lewobrzeżną Warszawą oraz dwóch linii kolejowych. Linie kolejowe łączyły Warszawę z Petersburgiem i Moskwą. W 1875 r. oddano do użytkowania most kolejowy (Drozdowski, Zahorski, 1975). Powiązanie magistral kolejowych znajdujących się po obu stronach Wisły spowodowało, że Praga stała się punktem tranzytowym w wymianie towarowej pomiędzy Europą Zachodnią a Rosją (Morawski 2006). Konkurencyjne ceny praskich nieruchomości oraz bliskość dworców kolejowych wpłynęły na powstawanie nowych zakładów przemysłowych (Wójtowicz 1934; Faryna-Paszkiwicz 2008).

Nowa infrastruktura komunikacyjna spowodowała zwiększenie natężenia ruchu osobowego i rozwój przestrzeni handlowej znajdującej się w rejonie zbiegu ul. Wołowej (południowej części obecnej Targowej) i ul. Sprzeczej (Handke 2006). W piątki odbywały się tam targi końskie i bydłce (Sołtan 2006). Badacze uważają, że funkcjonowanie targu trzody zapoczątkowało późniejsze powstanie Bazaru Różyckiego (Kulesza 2004). Potwierdza to odkrycie pracowników Muzeum Historycznego z 2002 r., którzy ustalili na podstawie zdjęć archiwalnych, że stałe targowisko od ok. 1870 r. było zlokalizowane na późniejszym terenie Bazaru Różyckiego.

Założycielem opisywanego bazaru był aptekarz i filantrop Julian Różycki (Siodorek 2009). Zgodnie z hipotezą Jerzego Kasprzyckiego (1998), po upadku powstania listopadowego rodzina Różyckich utraciła swoje nieruchomości znajdujące się na terenie Żoliborza, którego fragment został zajęty pod budowę Cytadeli. Różyccy zainwestowali otrzymane odszkodowanie w nieruchomość położoną przy ul. Brukowej na Pradze. Zakupiona nieruchomość sąsiadowała z Salą Ochrony dla Sierot. W latach 70. XIX wieku Julian Różycki został opiekunem ochronki. J. Różycki nabywał na-

stępne nieruchomości gruntowe zlokalizowane pomiędzy ul. Targową a Brzeską. Planował zabudowanie nowo nabytych gruntów kamienicami czynszowymi. Na powstanie bazaru miał wpływ Manas Ryba, przedsiębiorca żydowskiego pochodzenia, który namówił J. Różyckiego do oficjalnego założenia bazaru. Otwarcie nastąpiło w 1901 r. (Kasprzycki 1998). Według badaczy (Kulesza 2004, Sidorek 2009, Miller 2019), Bazar Różyckiego był zabudowany drewnianymi budkami. Teren zabudowywano stopniowo od bram wejściowych oraz wzdłuż głównych alej w kierunku jego centrum. W pierwszych latach XX wieku uporządkowano ul. Targową, likwidując kramy znajdujące się przy ulicy i urządzając skwery (Sołtan 2006).

W 1915 r. wycofujące się oddziały rosyjskie wysadziły mosty na Wiśle oraz spaliły dworce Petersburski oraz Brzeski (Terespolski), pogarszając dostępność komunikacyjną Pragi (Drozdowski, Zahorski, 1975).

Po pierwszej wojnie światowej przy głównej bramie Bazaru Różyckiego zbudowano pawilon w kształcie syfonu (Sidorek 2009). W 1919 r. zmarł założyciel bazaru, a w 1923 r. jego spadkobiercy rozpoczęli zbywanie nieruchomości gruntowych (Kasprzycki 1998). W dwudziestoleciu międzywojennym w kwartale położonym naprzeciwko głównej bramy bazaru znajdowały się jatki, w których handlowano mięsem końskim. Parterowe pawilony były rozmieszczone półkolistie (Elsztein 2008).

Działania wojenne prowadzone od 1939 r. spowodowały częściowe zniszczenia bazarów, a wprowadzone ograniczenia sprzedaży doprowadziły do czasowego zaniechania działalności bazarów. W 1943 r. wprowadzono zarządzenie pozwalające na prowadzenie działalności handlowej jedynie na Bazarze Różyckiego i pl. Szembeka (Mórawski 2006). W 1945 r. na Bazarze Różyckiego było czynnych około 200 sklepów murowanych i 500 budek drewnianych; było to największe praskie centrum handlowe (Drozdowski, Zahorski, 1975).

W czasie drugiej wojny światowej Praga została zniszczona w mniejszym stopniu niż lewobrzeżne dzielnice Warszawy. W okresie powojennym starano się szybko przywrócić dzielnicy jej dawną funkcjonalność. Wznowiono funkcjonowanie dworców, sklepów oraz obiektów kultury i uruchomiono połączenia tramwajowe. W 1946 r. odbudowano most Poniatowskiego, a w 1949 r. na fundamentach mostu Kierbedzia wzniesiono most Śląsko-Dąbrowski. Zbudowanie mostów poprawiło do-



stępność komunikacyjną Pragi i umożliwiło łatwiejszy dostęp do Bazaru Różyckiego mieszkańcom lewobrzeżnych dzielnic Warszawy.

W czasie Polski Ludowej Bazar Różyckiego stał się jednym z najważniejszych ponadlokalnych punktów handlowych. Upaństwowienie bazaru nastąpiło w 1950 r. Wobec kupców stosowano represje, które miały na celu zniechęcenie ich do prowadzenia handlu. W latach 70. XX wieku, dzięki złagodzeniu polityki wyjazdowej, asortyment sprzedawanych na bazarze dóbr został poszerzony o towary pochodzące z Europy Zachodniej. W tamtym okresie Bazar Różyckiego przyciągał kupców z całej Polski (Faryna-Paszkiewicz 2008; Sidorek 2009).

W latach 90. XX wieku zmniejszyła się popularność Bazaru Różyckiego. Początkowo było to spowodowane powstaniem Jarmarku Europa, który działał na Stadionie Dziesięciolecia. Bliskość nowo powstałego ośrodka, różnorodność oferowanych tam produktów i konkurencyjność cen doprowadziły do zmniejszenia obrotów na Bazarze Różyckiego. Powstawanie hipermarketów wzmocniło to zjawisko przez zmianę przyzwyczajęń społecznych prowadzących do spadku częstotliwości dokonywania zakupów żywnościowych (Kozarzewska 2019).

#### **4. Stan zagospodarowania Bazaru Różyckiego**

Zły stan techniczny Bazaru Różyckiego jest wynikiem licznych zaniedbań. Przeważająca część przestrzeni sprzedaży, położonej na nieruchomościach gruntowych należących do spadkobierców Juliana Różyckiego, nie podlegała modernizacjom ani remontom. Główna brama bazaru jest zlokalizowana przy ul. Targowej. Bramę okalają murowane, otynkowane pawilony. Pozostały teren jest zabudowany zespołami drewnianych, zielonych straganów oraz zadaszeń wykonanych z blachy falistej. Nawierzchnię stanowią płyty betonowe. Układ głównych alejek jest zbliżony do linearnego (ryc. 1 i 2).

Podczas przeprowadzonych oględzin stwierdzono zły stan techniczny zabudowy sąsiedniej. Zlokalizowanie w pobliskich budynkach wielorodzinnych wielu lokali socjalnych wpłynęło negatywnie na sytuację finansową wspólnot mieszkaniowych. Degradacja zabudowy spowodowała zwiększenie liczby zjawisk patologicznych i wzrost przestępczości w sąsiedztwie.



Rycina 1. Część Bazaru Rózyckiego zlokalizowana przy głównej bramie

Źródło: zdjęcie własne autorki, 03.2021



Rycina 2. Opuszczona przez kupców część Bazaru Rózyckiego

Źródło: zdjęcie własne autorki, 03.2021

W 2019 r. władze Warszawy zleciły opracowanie projektu modernizacji części bazaru położonej na miejskiej nieruchomości gruntowej. Wiosną 2020 r. rozpoczęto prace, które zostały zakończone w grudniu 2020 r. (Ludwiniak 2021). W ramach projektu wzniesiono 44 pawilony o elewacjach z zielonej blachy falistej (Sarniewicz 2020; Czeredys 2021). Alejki wyłożono nowymi, szaro-zielonymi płytami betonowymi (ryc. 3). W ramach drugiego etapu realizacji projektu wykonano zieleniec wraz z placem zabaw dla dzieci (ryc. 4).





Rycina 3. Zmodernizowana część Bazaru Różyckiego – nowe blaszane pawilony

Źródło: zdjęcie własne autorki, 09.2021



Rycina 4. Zmodernizowana część Bazaru Różyckiego – zieleniec oraz plac zabaw

Źródło: zdjęcie własne autorki, 09.2021

## 5. Wyniki badania ankietowego

W celu znalezienia odpowiedzi na postawione pytania badawcze przeprowadzono ankietę wśród klientów bazaru. Zastosowano technikę wywiadu kwestionariuszowego ze względu na chęć porównania dwóch przestrzeni: części bazaru, która nie uległa przekształceniom, oraz części, która została odnowiona. Ankieta zawierała pytania zamknięte oraz jedno pytanie otwarte. Pytania podzielono na cztery grupy. Pierwsza część zawierała trzy pytania na temat analizowanego bazaru. Ich celem by-

ło zbadanie opinii ankietowanych o bazarze. Część druga i trzecia dotyczyły odpowiednio niezmodernizowanej (trzy pytania) i zmodernizowanej (sześć pytań) przestrzeni bazaru. Poprzez odpowiedzi badani wyrażali swoje opinie co do obecnie istniejącej zabudowy oraz możliwych przekształceń. Ostatnie pytanie ankiety odnosiło się do sąsiedztwa bazaru.

Respondenci często wspominali ruch panujący na bazarze za czasów PRL. Niejednokrotnie pytali również, czy są plany ostatecznego zamknięcia bazaru. Kilka osób podkreśliło swój osobisty związek z tą przestrzenią miejską poprzez, na przykład, krewnego prowadzącego w przeszłości stragan. Prowadzone badania skłoniły sprzedawców, którzy obserwowali pracującego ankietera, do podjęcia rozmowy. Sprzedawcy stwierdzili, że modernizacja nie przyniosła oczekiwanego skutku oraz że odczuwają brak stabilizacji ze względu na brak informacji co do przyszłych losów bazaru.

Przeprowadzone badanie wykazało, że obawy klientów co do likwidacji bazaru wynikają z ich sympatii do tej przestrzeni miejskiej. Ponad 90% ankietowanych na pytanie „Jak określi Pan(i) swój stosunek do bazaru?” wskazało odpowiedź „zdecydowanie pozytywny” (27%) lub „raczej pozytywny” (66%). Jedna osoba odpowiedziała, że „nie ma zdania”. Żaden z respondentów nie wybrał odpowiedzi „zdecydowanie negatywny”. Jedynie co osiemnasty ankietowany określił swój stosunek do badanej przestrzeni jako „raczej negatywny”. Otrzymane wyniki zaprezentowano na rycinie 5.

Pytanie „Czy kiedykolwiek interesował(a) się Pan(i) historią bazaru?” ujawniło, że sympatia kupujących nie przekłada się na zainteresowanie jego przeszłością. Jedynie siedem ankietowanych osób (8%) wskazało odpowiedzi „zdecydowanie tak” albo „raczej tak”.

Powody dokonywania zakupów na bazarze zbadano w krótkim sondażu, którego wyniki przedstawiono w tabeli 1. Analiza wyników wykazała, że więcej osób przyznało, iż jednym z powodów dokonywania na bazarze zakupów jest „sentymen do bazaru”, niż że interesowało się jego historią.



Rycina 5. Stosunek kupujących do Bazaru Różyckiego

Źródło: opracowanie własne

Tabela 1. Powód dokonywania zakupów na Bazarze Różyckiego (%)

Wybiera Pan(i) dokonywanie zakupów na bazarze ze względu na?	Tak	Nie	Nie wiem
dogodną lokalizację	64	29	8
niskie ceny	54	41	5
szeroki asortyment	44	41	15
zaufanego sprzedawcę	55	42	3
sentyment do bazaru	74	13	13

Źródło: opracowanie własne

Tematem pytań z części drugiej był fragment Bazaru Różyckiego, który nie został odnowiony. Na pytanie „Jak Pan(i) ocenia czytelność układu pawilonów na bazarze w części niezmodyfikowanej?” niemal połowa ankietowanych odpowiedziała, że uważa układ za „raczej czytelny” (45%). Następną szeroko reprezentowaną grupą były osoby, których zdaniem układ był „zdecydowanie czytelny”. Takiej odpowiedzi udzieliła co czwarta pytana osoba. Zaskakująco wielu badanych stwierdziło, że „nie ma zdania”. Zrobił to niemal co dziesiąty ankietowany. Dwóch respondentów wskazało, że układ jest „raczej nieczytelny”. Co siódmy ankietowany

odpowiedział, że układ pawilonów jest „zdecydowanie nieczytelny”. Kilka osób spośród tej grupy stwierdziło, że pierwszy raz robi zakupy na bazarze.

Bardzo dużą zgodność respondentów odnotowano w pytaniu dotyczącym wpływu zamkniętych pawilonów handlowych na atmosferę bazaru. Zdecydowana większość odpowiadających wskazała, że mają one wpływ „raczej negatywny” (51%) oraz „zdecydowanie negatywny” (34%). Odpowiedź „nie mam zdania” wskazał co siódmy ankietowany.

Aby zbadać, które elementy bazaru powinny być najpilniej odnowione, przeprowadzono wśród ankietowanych sondaż. Jego wyniki przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Przekształcenia przestrzeni zwiększające komfort kupujących (%)

Co poprawiłoby Pana(i) komfort podczas robienia zakupów?	Tak	Nie	Nie wiem
remont posadzki	69	23	8
wprowadzenie zadaszeń nad alejkami	64	19	18
odnowa straganów	66	32	2
zmiana układu alejek	22	78	0

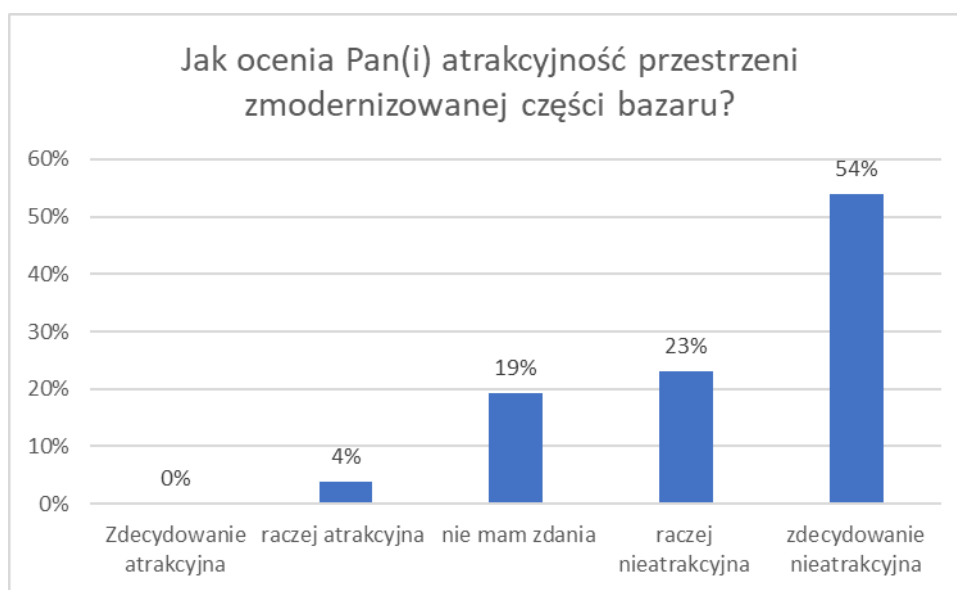
Źródło: opracowanie własne

Przekształceniami, które wskazało najwięcej respondentów, były „remont posadzki”, „odnowa straganów” oraz „wprowadzenie zadaszeń nad alejkami”. Część ankietowanych uważała, że nawet remont któregośkolwiek z elementów nie poprawi komfortu robienia zakupów.

Pytania części trzeciej, dotyczącej zmodernizowanego fragmentu bazaru, częściowo odpowiadały pytaniom z części wcześniejszej. Powtórzenie pytań miało na celu porównanie, jak użytkownicy postrzegają obie przestrzenie. Cel ten nie został w pełni zrealizowany, ponieważ aż 43% ankietowanych nigdy nie była w zmodernizowanej części bazaru. Bardzo wielu badanych wyrażało zdziwienie, że jest ona już otwarta, oraz pytało, gdzie znajduje się wejście. Na pytania części trzeciej udzieliło odpowiedzi jedynie 52 ankietowanych.

Niemal wszyscy respondenci ocenili, że układ pawilonów jest „zdecydowanie czytelny” (88%) albo „raczej czytelny” (8%). Podczas rozmowy wiele osób podkreślało, że alejki są szerokie i dzięki temu poruszanie się jest bardzo komfortowe. Odpowiedzi respondentów wskazują, że przestrzeń piesza została ukształtowana prawidłowo.

Z przychylną oceną spotkała się estetyka nowo powstałych pawilonów. Przeważająca część respondentów określiła, że ocenia je „zdecydowanie pozytywnie” (58%) albo „raczej pozytywnie” (15%). Negatywnie wygląd stoisk ocenił co czwarty badany, odpowiedź „raczej negatywnie” wybrało osiem osób, a „zdecydowanie negatywnie” wskazało czworo ankietowanych. Wprowadzenie na teren bazaru zieleni zostało ocenione pozytywnie przez 83% badanych. Pozostali respondenci nie mieli zdania.



Rycina 6. Atrakcyjność przestrzeni zmodernizowanej części Bazaru Różyckiego

Źródło: opracowanie własne

Respondenci pozytywnie ocenili układ alejek, estetykę pawilonów oraz wprowadzenie zieleni. Mimo to przestrzeń zmodernizowanej części bazaru, ich zdaniem, była nieatrakcyjna. Dla ponad połowy badanych przestrzeń bazaru była „zdecydowanie nieatrakcyjna” (54%). Odpowiedź „raczej nieatrakcyjna” wybrało 28 ankietowanych. Jedynie dwie osoby uważały przestrzeń za „raczej atrakcyjną” (ryc. 6).



Wyniki ankiety potwierdzają spostrzeżenie Williama H. Whyte'a (1959), który stwierdził, że zaprojektowanie przestrzeni publicznej, która nie przyciągnie ludzi, jest zdumiewająco częste.

W celu dania możliwości uzupełnienia odpowiedzi zadano respondentom pytanie otwarte: „Jakie elementy Pana/Pani zdaniem powinny ulec zmianie?”. Tylko nieliczni ankietowani udzielili odpowiedzi spójnych. Zdaniem respondentów, architektura pawilonów powinna być efektowna. Wyrazili oni również zdziwienie, że modernizacja nie zapewniła nowych miejsc postojowych. Zdaniem jednej osoby pawilon w kształcie syfonu powinien zostać zrekonstruowany. Odpowiedzią mało precyzyjną, ale często padającą, było dodanie elementu „wprowadzającego życie do bazaru”. Nieliczne odpowiedzi na zadane pytanie otwarte potwierdzają stwierdzenie przez badaczy (Martyka, Wantuch-Matla, 2020) niski poziom edukacji architektonicznej całego polskiego społeczeństwa.

Respondentów, którzy odpowiedzieli twierdząco na pytanie, czy interesowali się kiedyś historią analizowanego bazaru, zapytano, czy – ich zdaniem – nowa forma architektoniczna bazaru powinna odwoływać się do przeszłości Bazaru Różyckiego. Wszyscy ankietowani odpowiedzieli twierdząco („zdecydowanie tak” 29%, „raczej tak” 71%).

Podczas odpowiedzi na ostatnie pytanie ankiety, „Czy przeprowadzenie remontu sąsiadującej zabudowy skłoniłoby Pana/Panią do częstszych zakupów na bazarze?”, większość respondentów wyraziła swój entuzjazm co do możliwości przeprowadzenia remontu. Reakcja ankietowanych koreluje z odpowiedzią na pytanie z części pierwszej, gdzie badani wskazali, że dokonują zakupów na bazarze ze względu na jego dogodną lokalizację. Prawdopodobnie większość osób biorących udział w ankiecie mieszka w najbliższym sąsiedztwie bazaru. Ponad połowa badanych wskazała paradoksalnie odpowiedź „zdecydowanie nie” (54%). Odpowiedź „raczej nie” wskazał co szósty ankietowany (16%). Respondenci prezentowali dwa stanowiska: robienie codziennych zakupów, na których częstotliwość nie wpływa stan otoczenia, oraz dokonywanie jednorazowego zakupu (np. zakup sukni ślubnej).

## 6. Zakończenie

Wyniki przeprowadzonego badania ankietowego potwierdziły założoną hipotezę badawczą, zgodnie z którą zmiany dokonywane w architekturze przestrzeni handlowych powinny uwzględniać i zachowywać *genius loci*. Modernizacja przeprowadzona w części Bazaru Różyckiego nie przyniosła oczekiwanych skutków. Przestrzeń, w której znajdują się nowe, blaszane pawilony, jest wyludniona. Przeważająca część straganów nie jest obecnie wynajęta. Wszystkie pojedyncze elementy zmodernizowanej części Bazaru Różyckiego zostały ocenione przez respondentów pozytywnie, jednak estetyczna zabudowa nie utworzyła atrakcyjnej przestrzeni miejskiej. Wszyscy respondenci, którzy interesowali się historią Bazaru Różyckiego, uważali, że zaproponowana nowa forma architektoniczna powinna się odwoływać do historii miejsca. Trzech na czterech ankietowanych odpowiedziało, że jednym z powodów dokonywania zakupów na bazarze jest sentyment do tej przestrzeni handlowej. W czasie prowadzonych wywiadów większość respondentów wspominała czasy świetności bazaru. Wynika więc z tego, że praca projektowa z publiczną przestrzenią miejską wymaga wieloaspektowego rozpoznania. Projektowanie powinno być poprzedzone sporządzeniem analiz historycznych i lokalizacyjnych oraz określeniem grupy docelowej.

Zarządcy starych bazarów powinni dbać o ich stan techniczny, aby nie doszło do wieloletnich zaniedbań, które obniżają komfort osób kupujących. Szczególnie istotne, a niewymagające nakładów finansowych, jest szybkie reagowanie na powstające pustostany, wpływają one bowiem na negatywne postrzeganie przestrzeni. Modernizowane oraz nowo powstające targowiska i bazyry powinny być oddawane do użytkowania etapami. Pozwoliłoby to na dostosowanie kolejno oddawanych etapów do zapotrzebowania społeczności lokalnej na punkty usługowe oraz do poziomu aktywności lokalnych przedsiębiorców.

Pełne wykorzystanie zalet handlu bazarowego wymaga zapewnienia nie tylko atrakcyjnej formy przestrzennej, ale również sprzyjającego środowiska makro- i mikroekonomicznego (konkurencyjności małych punktów handlowych). Formą realizacji tych postulatów mogą być zintegrowane działania samorządowe.

## 7. Literatura

- Bralczyk J., 2005a: *Bazar*; w: J. Bralczyk (red.): *Słownik Języka Polskiego*; <https://sjp.pwn.pl/sjp/bazar;2551865.html>.
- Bralczyk J., 2005b: *Targowisko*; w: J. Bralczyk (red.): *Słownik Języka Polskiego*; <https://sjp.pwn.pl/sjp/targowisko;2528829.html>.
- Bierwiaczonek K., 2016: *Spółeczne znaczenie miejskich przestrzeni publicznych*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Bieszk-Stolorz B., Felsztyńska I., 2018: *Analiza atrakcyjności dużych miast pod względem rozwoju handlu targowiskowego*. „Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego”, 54, 3, 408-419.
- Czeredys M., 2021: *Modernizacja bazaru Różyckiego*. „Architektura Murator”, 30.07.2021; [https://architektura.muratorplus.pl/realizacje/modernizacja-bazaru-rozyckiego\\_11296.html](https://architektura.muratorplus.pl/realizacje/modernizacja-bazaru-rozyckiego_11296.html).
- Dąbrowska-Prokopowska E., Pyłko M., 2019: *Analiza relacji społecznych sprzedawców na targowisku miejskim przy ul. Kawaleryjskiej w Białymstoku*; w: M. Zemło (red.): *Małe miasta: codzienność*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 165-191.
- Drozdowski M., Zahorski A., 1975: *Historia Warszawy*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Elsztein P., 2008: *Warszawska Praga znana i nieznana*. „Konteksty. Polska Sztuka Ludowa”, 282-283, 3-4, 212-236.
- Faryna-Paszkiewicz H., 2008: *Praski Pejzaż*. „Konteksty. Polska Sztuka Ludowa”, 282-283, 3-4, 203-211.
- Hamulczuk M., 2016: *Terytorialne zróżnicowanie handlu targowiskowego w Polsce i jego uwarunkowania*. „Handel Wewnętrzny”, 369, 92-102.
- Handke K., 2006: *Warstwy chronologiczne w nazewnictwie obszaru Pragi*; w: A. Sołtan (red.): *Warszawskiej Pragi dzieje dawne i nowsze*. Warszawa: Wydawnictwo Jeden Świat; 29-42.
- Jajszyk A., 2007: *Place targowe Krakowa – czas na zmiany?*. „Gazeta.pl Kraków”, 07.12.2007; <http://miasta.gazeta.pl/krakow/1,35812,4740286.html>.

- Jeleński T., Kosiński W., 2009: *Jak przetworzyć Miejsce. Podręcznik kreowania udanych przestrzeni publicznych*. Kraków: BROS s.c.
- Kasprzycki J., 1998: *Korzenie miasta. Warszawskie pożegnania.*; t. III. Warszawa: Wydawnictwo Veda.
- Kozarzewska A., 2019: *Rewitalizacja targowisk w dobie e-handlu*; w: B. Gronostajska (red.): *Miasto dla ludzi – miasto jutra*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej; 177-188.
- Kulawiak A., 2020: *Rola i znaczenie placów targowych w dużym mieście. Przykład Łodzi*. „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, 34, 3, 86-101.
- Kulesza P., 2004: *Niebieski Syfon. Z dziejów bazaru Różyckiego*. Warszawa: Wydawnictwo Książka i Wiedza.
- Lenartowicz J., 2010: *Słownik psychologii architektury*. Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej.
- Ludwiniak K., 2021: *Modernizacja bazaru Różyckiego zakończona w grudniu 2020 r*. Zarząd Praskich Terenów Publicznych, 01.03.2021; [https://www.zptp.waw.pl/galerie-21-modernizacja\\_bazar\\_rozyckiego.html](https://www.zptp.waw.pl/galerie-21-modernizacja_bazar_rozyckiego.html).
- Malinowska M., 2016: *Targowiska w Polsce – schyłek czy rozkwit?* „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, 302, 109-122.
- Martyka D., Wantuch-Matla A., 2020: *Powszechna edukacja architektoniczna. Ewolucja idei i doświadczenia zagraniczne*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Miller M., 2019: *Co dzień świeży pieniądz czyli dzieje bazaru Różyckiego*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Morawski R., 2006: *Kolej i przemysł na Pradze do 1914 roku*; w: A. Sołtan (red.): *Warszawskiej Pragi dzieje dawne i nowsze*. Warszawa: Wydawnictwo Jeden Świat; 111-131.
- Mórawski K., 2006: *Od Targowego do „Jarmarku Europa”*; w: A. Sołtan (red.): *Warszawskiej Pragi dzieje dawne i nowsze*. Warszawa: Wydawnictwo Jeden Świat; 89-90.

- Orchowska A., 2014: *Człowiek jako użytkownik i obserwator przestrzeni miasta*. „Środowisko Mieszkaniowe”, 13, 180-185.
- Rybicki P., 1979: *Struktura społecznego świata. Studia z teorii społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo PWN.
- Sarniewicz M., 2020: *Bazar Różyckiego. Tak zmieni się dawne warszawskie targowisko. Niebawem otwarcie nowego Bazaru Różyckiego*. „Murator Plus”, 14.08.2020; <https://www.muratorplus.pl/inwestycje/inwestycje-publiczne/bazar-rozyckiego-aa-Mhyn-7gf2-kbtm.html>.
- Sidorek D., 2009: *Bazar Różyckiego. Mit targowiska w ujęciu antropologicznym*. „Konteksty. Polska Sztuka Ludowa”, 282-283, 1-2, 106-129.
- Sołtan A., 2006: *Praga w ciągu wieków*; w: A. Sołtan (red.): *Warszawskiej Pragi dzieje dawne i nowsze*. Warszawa: Wydawnictwo Jeden Świat; 13-28.
- Sowa K., 2001: *Środowisko społeczne mieszkańców dużego miasta*; w: M. Malikowski, S. Solecki (red.): *Socjologia miasta. Wybór tekstów*. Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej.
- Suliborski A., 2001: *Funkcje i struktura funkcjonalna miast: studia empiryczno-teoretyczne: komentarz do zbioru monotematycznych publikacji stanowiących rozprawę habilitacyjną*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Szromnik A., 2014: *Targi jako rynek – próba syntezy zakresu pojęciowego i cech wyróżniających*; w: A. Szromnik (red.): *Targi w gospodarce rynkowej*. Kraków-Legionowo: edu-Libri; 15-24.
- Sztuka Architektury, 2020: *Nowy pomysł na Bazar Różyckiego w Warszawie*. „Sztuka Architektury”, 26.08.2020; <https://sztuka-architektury.pl/article/13947/nowy-pomysl-na-bazar-rozyckiego-w-warszawie>.
- Szwankowski E., 1952: *Warszawa. Rozwój urbanistyczny i architektoniczny*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwa Techniczne.
- Whyte W., 1959: *Securing Open Spaces for Urban America: Conservation Easements*. Washington: Urban Land Institute.
- Wójtowicz W., 1934: *Dzieje Pragi warszawskiej od czasów najdawniejszych do obecnych*. Warszawa: Głos Pragi.



Zuzańska-Żyśko E., Sitek S., 2011: *Rola handlu targowiskowego w rozwoju miast*; w: M. Soja, A. Zborowski (red.): *Człowiek w przestrzeni zurbanizowanej*. Kraków: IGiGP UJ; 271-281.

Wpłynęło/received 09.10.2021; poprawiono/revised 30.11.2021