

Politechnika Gdańska
Wydział Architektury
Katedra Projektowania Środowiskowego

Rozprawa doktorska

**ARCHITEKTURA MIESZKANIOWA W KONTEKŚCIE
SPOŁECZEŃSTWA KONSUMPCYJNEGO;
wybory mieszkaniowe konsumentów
a zrównoważony rozwój**

autor: Monika Arczyńska
promotor: prof. dr hab. inż. arch. Andrzej Baranowski

Gdańsk, 2012



Wydrukowano na papierze wyprodukowanym w 100% z makulatury.

Spis treści

1.	Wstęp.....	5
1.1.	Wprowadzenie.....	5
1.2.	Tezy, cele i struktura pracy.....	7
1.3.	Stan badań.....	11
1.4.	Zakres badań i metody badawcze.....	17
2.	Konsumpcjonizm a zrównoważony rozwój – kontekst mieszkaniowy.....	23
2.1.	Społeczeństwo konsumpcyjne.....	23
2.2.	Potrzeby w społeczeństwie dobrobytu.....	30
2.3.	Negatywne konsekwencje konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych.....	38
2.4.	Odpowiedzialność konsumentów.....	50
2.4.1.	Wymiar ekonomiczny decyzji mieszkaniowych.....	53
2.4.2.	Zachowania konsumenckie.....	64
2.4.3.	Styl życia i komfort.....	76
2.4.4.	Status i prestiż.....	87
2.4.5.	Moda i marka.....	103
2.5.	Odpowiedzialność producentów.....	117
2.6.	Podsumowanie.....	135
3.	Strategie przeciwdziałania konsumpcyjnym wyborom mieszkaniowym.....	137
3.1.	Refleksyjność w dokonywaniu wyborów mieszkaniowych.....	137
3.2.	Grupy docelowe „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych.....	148
3.2.1.	Kategoria A – konsumenci o wysokim poziomie refleksyjności.....	155

3.2.2.	Kategoria B - konsumenci o średnim poziomie refleksyjności.....	169
3.2.3.	Kategoria C - konsumenci wykluczeni.....	183
3.3.	Rola architekta	194
4.	Studia przypadków.....	206
4.1.	Skala osiedla - BedZED, Londyn	207
4.2.	Skala dzielnicy – prosumpcja w Tübingen-Südstadt	215
4.3.	Skala miasta - Fryburg Bryzgowijski i „zielony” branding	222
4.4.	Zestawienie studiów przypadków.....	227
5.	Podsumowanie.....	230
5.1.	Wnioski.....	230
6.	Literatura i abstrakt.	237
6.1.	Źródła literaturowe	237
6.2.	Spis ilustracji i tabel.....	253
6.3.	Abstrakt.....	258

1. Wstęp

Domy są dla nas ważne z powodów innych niż samo schronienie. Na przykład są symbolami statusu, strukturalizują nasze stosunki społeczne, dostarczają miejsca do wykonywania rozmaitych czynności [...], są ośrodkami powtarzalnych i przewidywalnych zdarzeń i wyzwalają wspomnienia ważnych wydarzeń z przeszłości...

(Bell, Greene, Fisher, & Baum, 2004)

1.1. Wprowadzenie

Zasoby mieszkaniowe zaspokajają ludzkie potrzeby na wszystkich poziomach, od schronienia po samorealizację. Powszechna Deklaracja Praw Człowieka uznaje godne miejsce zamieszkania za jedną z podstawowych potrzeb, do której spełnienia każdy ma prawo¹, a rządy niektórych krajów przyjęły na siebie obowiązek zapewnienia go potrzebującym obywatelom². Nieruchomość mieszkaniowa to także szczególny towar. Stanowi podstawowe dobro konsumpcyjne podlegające popytowi i podaży, ale jest niezmienna przestrzennie, konieczna dla ludzkiego życia, relatywnie trwała w porównaniu do innych towarów oraz podlegająca ulepszeniom (Savage, i inni, 2003 str. 49). Jej elastyczność oraz długi cykl życiowy pozwalają na korzystanie z niej kilku pokoleniom użytkowników. Jednocześnie posiada ogromne znaczenie symboliczne, które umożliwia usytuowanie jej użytkownika w strukturze społecznej (Duncan, 1985 str. 135). Dla większości osób spełnienie potrzeb mieszkaniowych stanowi największy w ich życiu wydatek³, a nieruchomość, jako jedyny oprócz dzieł sztuki, przedmiotów kolekcjonerskich i niektórych dóbr luksusowych towar użytkowy, pozwala na akumulację kapitału (Saunders, 1984 str. 97).

Zabudowa mieszkaniowa stanowi znaczną część tkanki miejskiej, a jej tworzenie i użytkowanie wiąże się z konsekwencjami ekonomicznymi, społecznymi i środowiskowymi, które stanowią kluczowe kwestie dla zrównoważonego rozwoju⁴. Ponad połowa globalnej populacji żyje w miastach, odpowiedzialnych obecnie za emisję około 80% gazów cieplarnianych (Watson, 2008)⁵.

¹ Dokument przyjęty i proklamowany przez Organizację Narodów Zjednoczonych w 1948 roku.

² Obowiązek taki przyjęły m.in. Szkocja, Francja i Wenezuela (Golay & Özden, 2007). Konstytucja RP określa priorytety polityki mieszkaniowej, jednak nie nakłada obowiązku zapewnienia mieszkań wszystkim potrzebującym obywatelom (Art. 75: *Władze publiczne prowadzą politykę sprzyjającą zaspokojeniu potrzeb mieszkaniowych obywateli, w szczególności przeciwdziałając bezdomności, wspierają rozwój budownictwa socjalnego oraz popierają działania obywateli zmierzające do uzyskania własnego mieszkania*).

³ Np. w USA w latach 50. do 70. XX wieku domy zastąpiły jedzenie jako największy wydatek w przeciętnym gospodarstwie domowym (James, 2007).

⁴ Definicja zrównoważonego rozwoju oraz analiza jego relacji z konsumpcjonizmem zawarte są w rozdziale 2.3. *Negatywne konsekwencje konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych*.

⁵ Ponad 70% populacji Europy zamieszkuje miasta, a do 2020 roku wskaźnik ten ma osiągnąć 80-90%. Dane WHO (2008).

Wzrost zamożności społeczeństw (nigdy dotychczas ludzkość nie żyła w takim dobrobycie) oraz coraz wyższe wymagania odnośnie komfortu i jakości życia determinują rozwiązania mieszkaniowe zwiększające zużycie energii, kapitału i powierzchni. Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju oddziaływanie struktur mieszkaniowych wiąże się z mechanizmami wyborów i zachowań użytkowników. Przyczyniają się do nich między innymi indywidualne decyzje, uwarunkowane konsumpcyjną postawą nabywców⁶, koncentrujące się na komforcie i eksponowaniu statusu oraz związana z nimi podaż, która odpowiada na rynkowe zapotrzebowanie lub kreuje nowe produkty. Rosnące materialistyczne aspiracje, bezrefleksyjny sposób użytkowania zasobów oraz dostępność narzędzi finansowych umożliwiających przeprowadzenie inwestycji prowadzą do nieosiągalnej wcześniej wolności wyboru. Kombinacja tych czynników przekłada się na zjawiska wpływające na przestrzeń miejską, sferę społeczną, mikro- i makroekonomiczną oraz środowisko i zasoby naturalne. Poziom wiedzy na temat zrównoważonego rozwoju jest jednak coraz wyższy, nowe tendencje obejmują zdrowy i ekologiczny styl życia, a dbałość o środowisko i zaangażowanie w sprawy lokalnej społeczności wpływają na podniesienie prestiżu osobistego. Dlaczego więc w niewielkim stopniu przekłada się to na wybory mieszkaniowe? Jako wyjaśnienie ograniczonego zasięgu „zrównoważonych” działań w mieszkalnictwie przytaczany jest często argument finansowy – proekologiczne rozwiązania techniczne i budowlane, pomimo długoterminowych oszczędności eksploatacyjnych, są kosztowniejsze od standardowych odpowiedników. Problematyka zagadnienia wykracza jednak poza aspekty technologiczne, a siła nabywcza konsumentów stanowi istotny, lecz nie jedyny czynnik decydujący o ich możliwościach wyboru. Pomimo iż polaryzacja społeczno-gospodarcza w tzw. *społeczeństwach klepsydrowych*⁷ powoduje coraz większe rozbieżności pomiędzy osobami najzamożniejszymi a wykluczonymi z konsumpcji, pomiędzy tymi dwoma biegunami znajduje się ogromna grupa konsumentów, którzy mogą pozwolić sobie na samodzielne zapewnienie schronienia.

Jednym z głównych celów rozprawy jest ustalenie strategii przeciwdziałania wyborom mieszkaniowym o negatywnych konsekwencjach dla zrównoważonego rozwoju, przy czym uwzględnione muszą zostać dwa aspekty działań konsumentów. Pierwszy odnosi się do decyzji o przyjęciu określonych wzorców mieszkaniowych, drugi do sposobu użytkowania zasobów. Strategie

⁶ Definicja i geneza konsumpcjonizmu umieszczone są w rozdziale 2.1. *Społeczeństwo konsumpcyjne*.

⁷ Społeczeństwo kontrastów i rosnącej polaryzacji społecznej. Zarówno w skali globalnej między poszczególnymi częściami świata, jak i wewnątrz społeczeństw zachodnich, następuje coraz większe rozwarstwianie się klasy średniej, której uprzywilejowani członkowie pną się wyżej w społecznej hierarchii dzięki swoim zasobom (finansowym oraz związanym z kwalifikacjami i wykształceniem), a reszta zbliża się do klasy niższej (Glans & Laurin, 2008). Obecnie 60% światowych wydatków konsumpcyjnych jest kontrolowanych przez zaledwie 11,5% (www.worldwatch.org)

zapobiegania negatywnym konsekwencjom konsumpcyjnych decyzji muszą być oparte na zrozumieniu motywacji indywidualnych wyborów i dopasowaniu środków działania oraz oferty „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych do charakterystyki poszczególnych grup konsumentów.

1.2. Tezy, cele i struktura pracy

Tezy pracy

Przyjęte zostały następujące tezy, obejmujące zagadnienia związane z relacjami pomiędzy indywidualnymi wyborami mieszkaniowymi, konsumpcjonizmem oraz założeniami zrównoważonego rozwoju:

Teza 1: Konsumpcjonizm wpływa na wybory mieszkaniowe o negatywnych konsekwencjach dla zrównoważonego rozwoju.

Teza 2: Strategie przeciwdziałania konsumpcyjnym wyborom mieszkaniowym o konsekwencjach negatywnych dla zrównoważonego rozwoju wymagają uwzględnienia różnicowania adresatów pod względem poziomu siły nabywczej i refleksyjności.

Cele pracy i pytania badawcze

Do głównych celów pracy należy zidentyfikowanie negatywnych skutków konsumpcyjnych decyzji mieszkaniowych oraz określenie strategii im przeciwdziałania, przy jednoczesnym określeniu roli architekta w tym procesie. Z uwagi na złożoność i interdyscyplinarność mechanizmów regulujących ekonomiczne i pozaekonomiczne czynniki wyborów mieszkaniowych, zagadnienie zostało rozłożone na następujące, zgrupowane tematycznie, pytania:

Proces podejmowania decyzji

- Jak przebiega proces podejmowania decyzji?
- Jakie motywacje konsumentów wpływają na ich wybory mieszkaniowe?
- Czy wybory konsumenckie podlegają manipulacji przez producentów?
- Czy wybory mieszkaniowe różnią się od innych wyborów konsumenckich?

- Jak kształtują się preferencje konsumentów, gdy ich sytuacja społeczno-ekonomiczna ulega zmianom?

Konsumpcyjne wybory mieszkaniowe

- Jakie są społeczne, ekonomiczne i środowiskowe konsekwencje konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych?
- Czy możliwe jest jednoznaczne określenie form zamieszkania zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju?
- Czy konsumpcjonizm w kontekście mieszkaniowym odnosi się do wszystkich nabywców, czy tylko do najzamożniejszych?
- Jak potrzeba komfortu użytkowania wpływa na wybory mieszkaniowe?
- Czy brak wiedzy na temat zrównoważonego rozwoju przyczynia się do wyborów o negatywnych dla niego konsekwencjach?
- W jaki sposób konsumpcyjne wzorce mieszkaniowe podlegają powielaniu i naśladownictwu?
- Czy w Polsce funkcjonuje konsumpcjonizm w kontekście mieszkaniowym, biorąc pod uwagę niedobory zasobów i niską zamożność społeczeństwa?

Strategie przeciwdziałania konsumpcyjnym wyborom

- Jak można zapobiegać negatywnym konsekwencjom wyborów mieszkaniowych?
- W jaki sposób można wspierać refleksyjność⁸ konsumentów związaną z odpowiedzialnością i świadomością konsekwencji własnych działań i wyborów konsumenckich?
- Czy zastosowane strategie muszą być odgórne, czy również oddolne działania mogą przynieść skuteczne rozwiązania?
- W jaki sposób należy finansować przyjęte strategie działania?
- Jakie są sposoby zapewnienia odpowiedniej podaży „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych?

Rola architekta

- Czy konsumpcjonizm przyczynia się do marginalizacji zawodu architekta?
- Czy kryzys stanowi szansę na wzrost znaczenia profesji architekta, czy spowoduje jej wykluczenie?

⁸ Definicja refleksyjności – patrz rozdział 3.1. *Refleksyjność w dokonywaniu wyborów mieszkaniowych.*

- W jakich dziedzinach i zakresie architekt może wpływać na wybory mieszkaniowe konsumentów?
- Jaka jest rola projektu architektonicznego w kontekście mieszkaniowego konsumpcjonizmu?

Struktura pracy

Część wstępna rozprawy obejmuje rozważania na temat konsumpcjonizmu i analizę motywacji, którymi kierują się konsumenci w procesie podejmowania decyzji o wyborze określonych produktów, definiujących ich styl życia. Wnioski zawarte zostały w rozdziale 2.4. *Odpowiedzialność konsumentów*. Dalsza część pracy koncentruje się na wyróżnieniu i zrozumieniu przyczyn negatywnych, z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju, konsekwencji konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych i umieszcza je w kontekście środowiskowym, społecznym oraz ekonomicznym. Wprowadzenie definicji refleksyjności⁹ pozwala na stworzenie klasyfikacji konsumentów o różnych poziomach świadomości skutków własnych działań oraz o zdywersyfikowanej sile nabywczej. Zestawienie obu tych wartości umożliwia ustalenie rynkowej segmentacji, która obejmuje wszystkie grupy konsumentów. Studia przypadków o różnej skali, od niewielkiego zespołu mieszkaniowego do dużego ośrodka miejskiego, potwierdzają słuszność zapewniania „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych zróżnicowanym grupom odbiorców.

Przyjęto następujący układ pracy:

Rozdział 1 zawiera wprowadzenie do problematyki badawczej, opis stanu dotychczasowych badań oraz tezy i metodologię pracy.

Rozdział 2 podejmuje tematykę konsumpcjonizmu i zrównoważonego rozwoju w kontekście mieszkaniowym. Zawiera analizę motywacji wyborów konsumenckich oraz opisuje metody stosowane przez producentów w celu dotarcia do odpowiednich segmentów rynkowych i zwiększenia sprzedaży.

Rozdział 3 koncentruje się na zagadnieniu refleksyjności w dokonywaniu wyborów konsumenckich oraz obejmuje klasyfikację konsumentów pod względem ich poziomu refleksyjności i siły nabywczej. Zawiera przykłady możliwych strategii, które przeciwdziałają konsumpcyjnym

⁹ Pojęcie oznacza świadomość skutków własnych decyzji i działań oraz odpowiedzialność za ich podejmowanie i aktywne przeciwdziałanie ich negatywnym konsekwencjom. Patrz definicja w rozdziale 3.1. *Refleksyjność w dokonywaniu wyborów mieszkaniowych*.

wyborom mieszkaniowym, skierowanych do poszczególnych kategorii konsumentów oraz opisuje rolę architekta w podejmowaniu tych działań.

Rozdział 4 zawiera studia przypadków o różnej skali, od osiedlowej do miejskiej, wraz z analizą, do których kategorii konsumentów skierowane są poszczególne rozwiązania. Rozdział obejmuje porównanie przykładów z uwagi na opłacalność, konkurencyjność i sposób realizacji zastosowanych koncepcji.

Rozdział 5 podsumowuje rozważania i wskazuje sugerowane kierunki dalszych badań.

Rozdział 6 zawiera spis literatury i ilustracji oraz abstrakt w polskiej i angielskiej wersji językowej.

1.3. Stan badań

Pomimo iż kultura konsumpcjonizmu została szeroko opisana w literaturze socjologicznej i ekonomicznej, a pojęcie domu i zamieszkiwania przeanalizowane przez psychologów i antropologów, opracowania rzadko odnoszą się do architektury i zasobów mieszkaniowych. Zagadnienia środowiskowe koncentrują się głównie na kwestiach energooszczędności w budownictwie, a aspekty ekonomiczne rozpatrywane są przede wszystkim w kontekście rynku nieruchomości oraz dostępności finansowej mieszkań. Dwutorowość badań to efekt braku dialogu między ekonomistami a humanistami, którzy zajmują się zbliżonymi problemami, jednak używają różnych metod analitycznych i języka pojęć. Do poruszanych w pracy zagadnień inaczej podchodzi antropolog analizując symboliczne znaczenie zamieszkania, a inaczej ekonomista doszukujący się związków przyczynowo-skutkowych w gospodarce. Dla zrozumienia tak złożonych, uwarunkowanych ekonomicznie zagadnień, jak dostępne finansowo zasoby mieszkaniowe, konieczna jest interdyscyplinarność badań. Wszelkie zmiany paradygmatów kulturowych i społecznych najszybciej wyrażają się za pośrednictwem architektury z uwagi na jej korelację z ekonomią (Jameson, 1993, str. 2&5). Żaden aspekt zagadnienia nie powinien zostać pominięty, co wymaga stworzenia nowego systemu myślenia o problematyce mieszkaniowej (Salama, 2011). Architekt, balansując pomiędzy dziedzinami humanistycznymi a technicznymi oraz pracując w kontekście uwarunkowań rynkowych, potrafi dostrzec aspekty kulturowe, ekonomiczne i społeczne. Nie można postawić definitywnej granicy pomiędzy kwestiami współpracy inwestorów, projektantów a użytkowników, problematyką zrównoważonego rozwoju, gospodarki przestrzennej czy ekonomią projektowania, które składają się na pole działania i badań w zakresie architektury.

Zagadnienia odnoszące się do poszczególnych kwestii związanych ze społeczeństwem konsumpcyjnym są obecne w pracach wielu autorów. W 1776 roku Adam Smith w *Badaniach nad naturą i przyczynami bogactwa narodów* określił konsumpcję jako cel produkcji, jednak w rozumieniu wyłącznie ekonomicznym, pozbawionym znaczenia kulturowego. Relacje pomiędzy ekonomią a społecznymi i kulturowymi aspektami konsumpcji dostrzeżono dopiero na przełomie XIX i XX wieku. Za pierwszy tekst dotyczący ściśle zagadnienia konsumpcjonizmu uznawana jest opublikowana w 1899 roku *Teoria klasy próżniaczej* Thorsteina Veblena, w której użył on określenia „ostentacyjnej konsumpcji”¹⁰ (Veblen, 1994). Według Maksa Webera to etyka protestancka

¹⁰ Patrz także (Veblen, 2005).

przyczyniła się do rozwijania przedsiębiorczości¹¹, racjonalizacji życia i zmian stosunków społecznych (Weber, 2001), podczas gdy Marks za podstawę kapitalizmu uznawał relacje ekonomiczne (Marks, 1951). W okresie powojennym problematyką konsumpcjonizmu, rozwijającego się wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa, postfordystowską produkcją i ekspansywną suburbanizacją, zajmowali się głównie amerykańscy badacze. John Kenneth Galbraith, analizując panujący w zachodnich społeczeństwach dobrobyt, koncentrował się na konkurencji między producentami w związku z nadmiarem produkowanych towarów, zwiększeniu znaczenia usług prywatnych wobec publicznych, nieograniczonym wzroście popytu na nowe produkty oraz roli reklamy w manipulowaniu wyborami (Galbraith, 1963). O zagadnieniach dotyczących symbolicznego znaczenia konsumpcji pisali przede wszystkim francuscy humaniści Jean Baudrillard i Pierre Bourdieu. Baudrillard uważał konsumpcję za język umożliwiający wysyłanie komunikatów na temat pozycji i aspiracji jednostki. Stwierdzał, że do kupowania nowych produktów skłaniają ludzka ciekawość oraz manipulacja za pośrednictwem reklamy i rozpowszechnianych przez media wzorców oraz koncentracja na chwilowych pragnieniach. *...konsumpcja [...] jest postrzegana nie jako zabawa czy przyjemność, ale coś zinstytucjonalizowanego przymusowego, obowiązku* (Baudrillard, 2005a str. 4). Odwoływał się do stanowiska Durkheima na temat zjawiska przymusu społecznego na jednostkę¹². Baudrillard uznawał konsumpcję za zaprzeczenie solidarności społecznej, ponieważ prowadzi ona do rozróżnienia i zindywidualizowania jednostek, czyli oddala od kolektywnego ideału. Pisząc o nadmiernej i marnotrawczej konsumpcji na pokaz przytaczał poglądy Veblena, uważającego ją za wyznacznik pozycji społecznej: *...gdy klasa średnia angażuje się w konsumpcję na pokaz, elity mogą zaangażować się w konsumpcję nie na pokaz, aby stworzyć nowe i bardziej subtelne różnice między nimi a resztą społeczeństwa* (Baudrillard, 2005a str. 6). Pierre Bourdieu, na podstawie rozległych badań dotyczących preferencji osób o różnym kapitale kulturowym¹³, ekonomicznym i

¹¹ Campbell postawił tezę, że konsumpcjonizm wykształcił się z etyki protestanckiej, uznanej przez Webera za podstawę kapitalizmu, współlistniejącej z przeciwstawną jej etyką romantyczną (Campbell, 1987).

¹² Durkheim uważał, że społeczeństwo ma pierwszeństwo przed jednostką i że ono właśnie ogranicza wybory i działania, zgodnie z graną w nim rolą oraz na podstawie zasad ustalonych niezależnie od jednostki (Giddens, 2005 strony 686-687). Obejmuje to również kontekst zamieszkania: *W problematyce mieszkania kryje się [...] ta sama dwoistość, która charakteryzuje fakt społeczny w Durkheimowskiej definicji. [...] Od radosnej twórczości po mękę wyborów, od szansy na kreowanie i ukazywanie siebie innym po lęk przed ujawnieniem konwencjonalności własnego „ja” – bieguny te wyznaczają kontinuum doświadczenia zamieszkiwania, które stało się w ogromnym stopniu refleksyjne i problematyczne* (Woroniecka, 2007 str. 15).

¹³ Do trzech postaci kapitału kulturowego, oprócz inkorporowanej (nazywanej też wcieloną lub zinternalizowaną, czyli wiedzy tworzącej kompetencje jednostki i zinstytucjonalizowanej), należy także postać zobiektywizowana, czyli posiadane dziedzictwo kulturowe w postaci materialnej – dzieła sztuki, książki. Należą do nich także domy lub mieszkania o wysokiej wartości kulturowej (Matuchniak-Krasuska, 2010).

technicznym oraz wywodzących się ze środowisk o różnym *habitusie*¹⁴ potwierdził, że wybory kulturowe i konsumenckie utwierdzają jednostki w przynależności do poszczególnych grup, pomiędzy którymi możliwe jest przemieszczanie się (zarówno wspinanie się po społecznej drabinie, jak i degradacja). Skierowana ku poszczególnym segmentom odbiorców oferta rynkowa i ograniczenia finansowe redukują liczbę możliwych wyborów. Bourdieu podkreśla znaczenie polityki mieszkaniowej państwa oraz jej wpływ na produkcję i dostępność zasobów mieszkaniowych, ale także na naciski wywierane przez producentów i banki (Bourdieu, 2010, strony 16, 89). Niektórych aspektów konsumpcjonizmu dotyczą także opracowania próbujące zdefiniować społeczeństwo ponowoczesne (postindustrialne, postmodernistyczne, informacyjne), m.in. Daniela Bella (Bell D. , 1996) i Frederika Jamesona (Jameson, 1993). Wypowiedzi brytyjskich badaczy Petera Saundersa i Jamesa Duncana dotyczą powiązań między sytuacją mieszkaniową a pozycją społeczną jednostki (Saunders, 1984). Od lat 70. Saunders, inicjator dyskusji na temat konsumpcji i mieszkalnictwa, zajmował się kulturowym znaczeniem posiadania nieruchomości mieszkaniowej, do której dostęp w klasyfikacji społecznej uznał za następstwo marksistowskiej koncepcji dostępu do środków produkcji. Jego zdaniem właściwym celem badań współczesnej miejskiej socjologii powinna być konsumpcja we wszystkich swoich formach, pozbawiona odniesień przestrzennych (Savage, Warde, & Ward, 2003). Mike Featherstone podkreślał istnienie sprzężenia zwrotnego pomiędzy konsumpcjonizmem a kulturą codziennego życia: *...generalna ekspansja sfery kulturowej we współczesnych zachodnich społeczeństwach wskazuje nie tylko na rozszerzenie rynku na towary kulturalne i informacyjne, ale także na sposób, w jaki nabywanie i konsumpcja tych towarów, działania rzekomo materialne, jest coraz bardziej nasycana rozproszonymi obrazami kulturowymi [...] w których konsumpcja znaków lub symbolicznej strony produktów staje się głównym źródłem satysfakcji* (Featherstone, 1991, str. 96). Granice między sztuką a codziennością oraz kulturą wysoką a masową zacierają się i nie można znaleźć pomiędzy nimi wyraźnego rozróżnienia. Jest to istotne nie tylko ze względu na podlegającą przemianom ocenę masowej popkultury, ale także ważne dla zrozumienia istoty postmodernizmu. Prowadzi do niej logika kapitalistycznego konsumpcjonistycznego społeczeństwa (Jameson postrzega kulturę postmodernizmu jako kulturę konsumpcjonizmu) (Featherstone, 1991, strony 7-15).

W latach 50. publikacje Vance'a Packarda opisywały m.in. wpływ reklamy na amerykańskie społeczeństwo, spirale kupowania na pokaz i zadłużania się. Inspirowały zarówno badaczy tych

¹⁴ Stworzone przez P.Bourdieu pojęcie określające środowisko kulturowe, ekonomiczne i społeczne, w jakim funkcjonuje jednostka i które determinuje jej wybory – *względność w kontekście społecznym, [...] w której schematy percepcji i aprecjacji (system upodobań, gust) są produktem zbiorowe i indywidualnej historii* (Bourdieu, 2010, str. 211).

zjawisk, jak i samych bohaterów nowych trendów – powojenne pokolenie Amerykanów. Podobną rolę spełniały także opracowania Alvina Tofflera, który próbował przewidzieć kierunki zmian następujących we współczesnym społeczeństwie. Lata 60. ubiegłego wieku, czas kontrkultury i rewolucji 1968 roku, to początek zainspirowanych w 1962 roku publikacją „Cichej wiosny” Rachel Carson (Carson, 2002) ruchów ekologicznych, obejmujących tendencje pacyfistyczne, ruchy hippisowskie i krytykę konsumpcjonizmu. Tendencja odrzucenia materialistycznych wartości obecna jest w niektórych religiach i filozofiach, m.in. epikureizmie, franciszkanizmie i gandyzmie. Nabrała nowego znaczenia w okresie powojennego ekonomicznego boomu, zwłaszcza w latach 70. i 80., a za jej kulminację, wraz z ruchami ekologicznymi, uznawane jest powołanie Klubu Rzymskiego w 1972 roku. W tym samym okresie środowiska akademickie zaczęły wskazywać na potrzebę zmiany naukowego paradygmatu i odstąpienia od idealizowania „twardej” technologii, jako podejścia nieadekwatnego do nowoczesnych potrzeb i ekologii, na co zwracał uwagę między innymi Fritjof Capra. Kryzys naukowy i ekonomiczny wymagał jego zdaniem ustalenia nowych relacji między sposobem życia, wartościami i stosunkami społecznymi. Zwracał uwagę na nieetyczne konsekwencje finansowej i społecznej polaryzacji i przewidywał konieczność zrewidowania ekonomicznych pojęć oceny zjawisk gospodarczych z perspektywy ekologicznej oraz wygenerowania zmian w całym systemie wartości: *...spór między działaczami zaangażowanymi w ochronę środowiska a ekonomistami wskazuje wyraźnie, że samo sedno współczesnej myśli ekonomicznej jest nieekologiczne* (Capra, 1987, str. 307). Poglądy te przekładały się na rozpowszechnianie się stylów życia zrywających z konsumpcjonizmem i materializmem. Nowe tendencje obejmowały między innymi koncepcje *downshiftingu*¹⁵, dobrowolnej prostoty¹⁶ czy *co-housingu*¹⁷. W 2001 roku, podczas spotkania w Porto Alegre, Światowe Forum Społeczne, zrzeszające organizacje obywatelskie i społeczne, przyjęło motto „Inny świat jest możliwy”. W sprzeczności wobec skutków globalizacji zaproponowano alternatywną wizję, która koncentruje się na ochronie środowiska naturalnego, równowadze społecznej i ekonomicznej, sprawiedliwym handlu oraz przestrzeganiu praw człowieka. Podkreślane jest znaczenie lokalnych społeczności, przeciwstawione masowemu konsumpcjonizmowi, a konsekwencjom ekologicznym, związanym ze zmianami klimatycznymi, nadano priorytetowe znaczenie¹⁸. Współcześnie podobną problematykę podejmują znajdujące

¹⁵ Trend polegający na rezygnacji z materialistycznych aspiracji i tzw. *wyścigu szczurów*, poszukiwaniu równowagi pomiędzy życiem osobistym a zawodowym oraz ograniczaniu konsumpcji.

¹⁶ Patrz rozdział 3.2.1. *Kategoria A – konsumenci o wysokim poziomie refleksyjności*.

¹⁷ Koncepcja stworzona w Danii w latach 60. XX wieku, polegająca na połączeniu samodzielnych lokali mieszkaniowych z przestrzeniami i funkcjami wspólnymi, dzielonymi i zarządzanymi z innymi użytkownikami.

¹⁸ Dane Światowego Forum Społecznego (www.forumsocialmundial.org.br)

szeroki odbiór publikacje George'a Ritzera opisującego *makdonaldyzację*¹⁹ zglobalizowanego świata (Ritzer, 2004) (Ritzer, 2005), Benjamina Barbera piszącego m.in. o infantylności konsumpcji (Barber, 2005), (Barber, 2007) czy Naomi Klein, przeciwstawiającej się korporacyjnemu, nieetycznemu wyzyskowi w celu taniej, masowej produkcji (Klein, 2004). Zagadnieniem relacji pomiędzy konsumpcyjnym apetytem współczesnego społeczeństwa a globalnym ociepleniem zajmuje się m.in. Juliet Schor. Wyniki jej badań podważają popularną opinię, że nowoczesne, energooszczędne technologie mogą stać się remedium na problemy środowiskowe. Schor udowadnia, że niższe zużycie energii lub zasobów wiąże się m.in. z obniżeniem kosztów, a w konsekwencji zwiększeniem konsumpcji (Schor, 1999) (Schor, 2010). Na ciągłą zmienność, która nie sprzyja dalekowzrocznemu planowaniu, inwestowaniu czy magazynowaniu, zwraca uwagę Zygmunt Bauman, określając nowoczesność mianem „płynnej”. Wskazuje na społeczne konsekwencje i globalny zasięg rosnącej polaryzacji społecznej oraz ustalającego pozycję jednostki konsumpcjonizmu, który wyparł dawne struktury klasowe. Wykluczenie z konsumpcji Bauman uznaje za współczesny rodzaj ostracyzmu. Wyrażanie statusu za pośrednictwem posiadanych dóbr prowadzi do kupowania na wyrost i na pokaz oraz do zatracenia rozróżnienia między pragnieniami a potrzebami i do bezrefleksyjnego podejścia do życia (Bauman, 2007).

W Polsce zagadnienia mieszkalnictwa w kontekście konsumpcjonizmu poruszane są głównie częściowo i analizowane z punktu widzenia dziedzin zajmujących się nimi badaczy. Zjawiska związane z zamieszkaniem jako świadectwem stylu życia i statusu są dobrze rozpoznane przez socjologów i antropologów (badania m.in. Grażyny Woronieckiej). Henryk Domański zajmował się zagadnieniami prestiżu oraz charakterystyką klasy średniej po transformacji ustrojowej (Domański, 1999) (Domański, 2002). Bohdan Jung ze Szkoły Głównej Handlowej jest autorem opracowań dotyczących ponowoczesnych wzorów konsumpcji, stylu życia i społeczeństwa informacyjnego (Jung, 2005). W ostatnich latach powstały także rozprawy doktorskie analizujące zagadnienia związane z transformacją polskiego rynku nieruchomości oraz zmieniających się wzorców mieszkaniowych. Kwestie prestiżu w architekturze mieszkaniowej opisała socjolog Barbara Rożałowska, posiłkując się badaniami katowickich osiedli domów jednorodzinnych przeprowadzonymi przy współpracy z Wydziałem Architektury Politechniki Śląskiej (Rożałowska, 2008). Socjolog Jacek Gądecki zajmował się problematyką osiedli grodzonych oraz aspektami konsumpcyjnego stylu życia i związków między konsumpcją a przestrzenią. Socjolog Marcin Jewdokimow prowadził badania modeli mieszkaniowych

¹⁹ Rozpowszechnienie zasad działania barów szybkiej obsługi – m.in. przewidywalności, efektywności, uniformizacji i szybkości – wśród innych dziedzin usług i życia (Ritzer, 2005).

Polaków (Jewdokimow, 2008), a Marta Skowrońska zajęła się wymiarami komfortu we wnętrzach mieszkań (Skowrońska, 2011). Geograf Maja Grabkowska badała problematykę oddolnej rewitalizacji obszarów śródmiejskich, podpierając swoje badania analizą współczesnych procesów społecznych i demograficznych w krajach byłego bloku wschodniego (Grabkowska, 2010). Zagadnienia mieszkalnictwa w kontekście zarówno zasobów, jak i sposobu ich użytkowania, porusza także obszerne opracowanie *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce* (Kronenberg & Bergier, 2010).

Niniejsza praca ma na celu określenie powiązań pomiędzy indywidualnymi wyborami mieszkaniowymi a postawą odpowiedzialności wobec zrównoważonego rozwoju w kontekście społeczeństwa konsumpcyjnego. Rozważania mają interdyscyplinarny charakter, lecz prowadzone są z punktu widzenia architekta jako uczestnika procesu tworzenia zasobów mieszkaniowych. Dalsze kierunki bardziej szczegółowych badań zasugerowane są w rozdziale 5.0. *Podsumowanie*.

1.4. Zakres badań i metody badawcze

Zakres geograficzny i czasowy

Zakres geograficzny pracy obejmuje Stany Zjednoczone i Europę, przy czym szczególny nacisk został położony na kontekst Polski jako kraju byłego bloku wschodniego, który przeszedł transformację ustrojową i gospodarczą. USA, kolebka społeczeństwa konsumpcyjnego, to kraj o jednym z najbardziej materialistycznych oraz najbardziej zadłużonych społeczeństw, miejsce, z którego tendencje i wzorce konsumenckie przenoszą się na cały świat. Jednocześnie zmagają się on z ogromnymi, spowodowanymi intensywnym i niekontrolowanym wzrostem gospodarczym, problemami środowiskowymi, w tym najwyższymi na świecie emisjami gazów cieplarnianych²⁰ i ogromną produkcją odpadów²¹ oraz kryzysem gospodarczym spowodowanym pęknięciem bańki kredytowej. Europejskie kraje anglosaskie przejęły amerykańskie wzorce konsumenckie. Zliberalizowana polityka mieszkaniowa, jednak przy zaostrzonych regulacjach planistycznych i coraz bardziej restrykcyjnych normatywach regulujących kwestie związane z energochłonnością budownictwa, prowadzona jest w Wielkiej Brytanii. Standard *zero carbon*²² wymagany będzie dla wszystkich domów realizowanych po 2016 roku²³. Wielka Brytania, gdzie najbardziej pożądaną formą zamieszkania jest dom jednorodzinny, koncentruje się na działaniach mających zapewnić poprawę istniejącej tkanki mieszkaniowej i ograniczenie zapotrzebowania na energię w nowo realizowanych budynkach. Na szczególną uwagę zasługuje także Irlandia, gdzie podobnie jak w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, duży odsetek zasobów mieszkaniowych stanowią domy jednorodzinne na przedmieściach. Budownictwo mieszkaniowe, do niedawna podstawa gospodarki tego kraju²⁴, uległo recesji wkrótce po pęknięciu bańki spekulacyjnej w Stanach Zjednoczonych. Przykład Irlandii ilustruje zmianę wzorców konsumenckich związaną z gwałtownym pogorszeniem się sytuacji gospodarczej. W czasie gospodarczego boomeru Irlandia posiadała najwyższy wśród krajów rozwiniętych poziom konsumpcji zasobów materialnych *per capita*²⁵. Po dobrobycie ery „Celtyckiego

²⁰ Związane z energią amerykańskie emisje CO₂ na osobę dwukrotnie przekraczają emisje w Europie i niemal pięciokrotnie światową średnią. Dane European Environment Agency (www.eea.europa.eu).

²¹ Amerykanie produkują niemal 40% więcej odpadów niż Europejczycy (dane *per capita* Eurostatu i US Environmental Protection Agency z 2009 roku).

²² Ograniczenie do zera emisji gazów cieplarnianych przy poprzez redukcję zużycia energii i wykorzystaniu źródeł odnawialnych.

²³ UK Low Carbon Transition Plan ustanowiony w *Housing Green Paper* (Goodier & Pan, 2010)

²⁴ Ok. 13% produktu krajowego brutto w 2006 roku. W 2008 roku w związku z kryzysem ekonomicznym wskaźnik ten zmalał do 6% (*Annual Housing Statistics Bulletin 2006, Environment, Heritage and Local Government* opublikowane na stronie internetowej www.environ.ie)

²⁵ Poza wodą i powietrzem. Dane Eurostatu z 2007 roku.

Tygrysa²⁶ nastąpił kryzys, który pozbawił pracy tysiące osób zatrudnionych w sektorze budowlanym oraz przyczynił się do spadku cen nieruchomości i pozostawienia tysięcy nieukończonych domów.

Kraje północno- i zachodnioeuropejskie prowadzą politykę mieszkaniową odmienną od brytyjskiej i irlandzkiej. Dąży się tam do realizacji idei miasta kompaktowego w celu zredukowania energochłonności budownictwa, infrastruktury i transportu. Różnice w charakterze istniejących zasobów mieszkaniowych oraz w preferencjach odnośnie form zamieszkania, przekładają się na odmienne strategie działań w skali regionalnej, urbanistycznej i architektonicznej. Na szczególną uwagę zasługują Niemcy, Austria, Szwajcaria i kraje skandynawskie, które charakteryzują się wysokim poziomem ochrony społecznej państwa oraz standardami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju. Duży nacisk położony jest tam na zapewnienie schronienia mniej zamożnym obywatelom, jakość projektów architektonicznych i wykonawstwa oraz energooszczędność rozwiązań budowlanych, których stosowanie ułatwia wysoka dostępność państwowych dotacji. Holandię charakteryzuje wysoka intensywność zabudowy, eksperymentowanie w projektowaniu i różnorodność zasobów mieszkaniowych oraz ich wysoka wymiennność. Wobec powyższych przykładów Polska sytuuje się jako kraj, w którym społeczeństwo konsumpcyjne kształtuje się dopiero od transformacji ustrojowej w 1989 roku oraz przemiany socjalistycznej gospodarki w kapitalistyczną. Polskie społeczeństwo imitacyjne²⁷ wybiórczo i chaotycznie wybiera wzorce, przy jednoczesnym niewielkim kapitale, który nie pozwala na osiągnięcie przez wszystkich zachodniego standardu życia. Zaburzony jest balans pomiędzy konsumpcyjnymi aspiracjami, opartymi na nieosiągalnych modelach, a faktyczną siłą nabywczą. Proces ewolucji od postaw materialistycznych do postmaterialistycznych (Inglehart, 1990) (Kasser, 2002), który w krajach zamożniejszych następuje od lat, w Polsce jeszcze się nie rozwinął, dlatego interesujące wyniki przynoszą badania komparatystyczne nie pomiędzy Polską a Zachodem, ale innymi krajami, w których proces transformacji następuje w analogicznej sekwencji. Pomimo akcesji Polski do Unii Europejskiej i dążenia do osiągnięcia poziomu gospodarczego porównywalnego do krajów zachodnich, tempo procesów wolnorynkowych wpływa na społeczne przemiany podobnie jak w Chinach, Indiach czy krajach Południowej Ameryki²⁸. Wykształcenie się klasy średniej, przejęcie konsumpcyjnych wzorców i aspiracji rosnących wraz ze wzrostem zamożności w zestawieniu

²⁶ Okres wyjątkowo szybkiego wzrostu gospodarczego w Irlandii w latach 1995-2007, który przekształcił ją z jednego z najbiedniejszych krajów w Europie w jeden z najbogatszych.

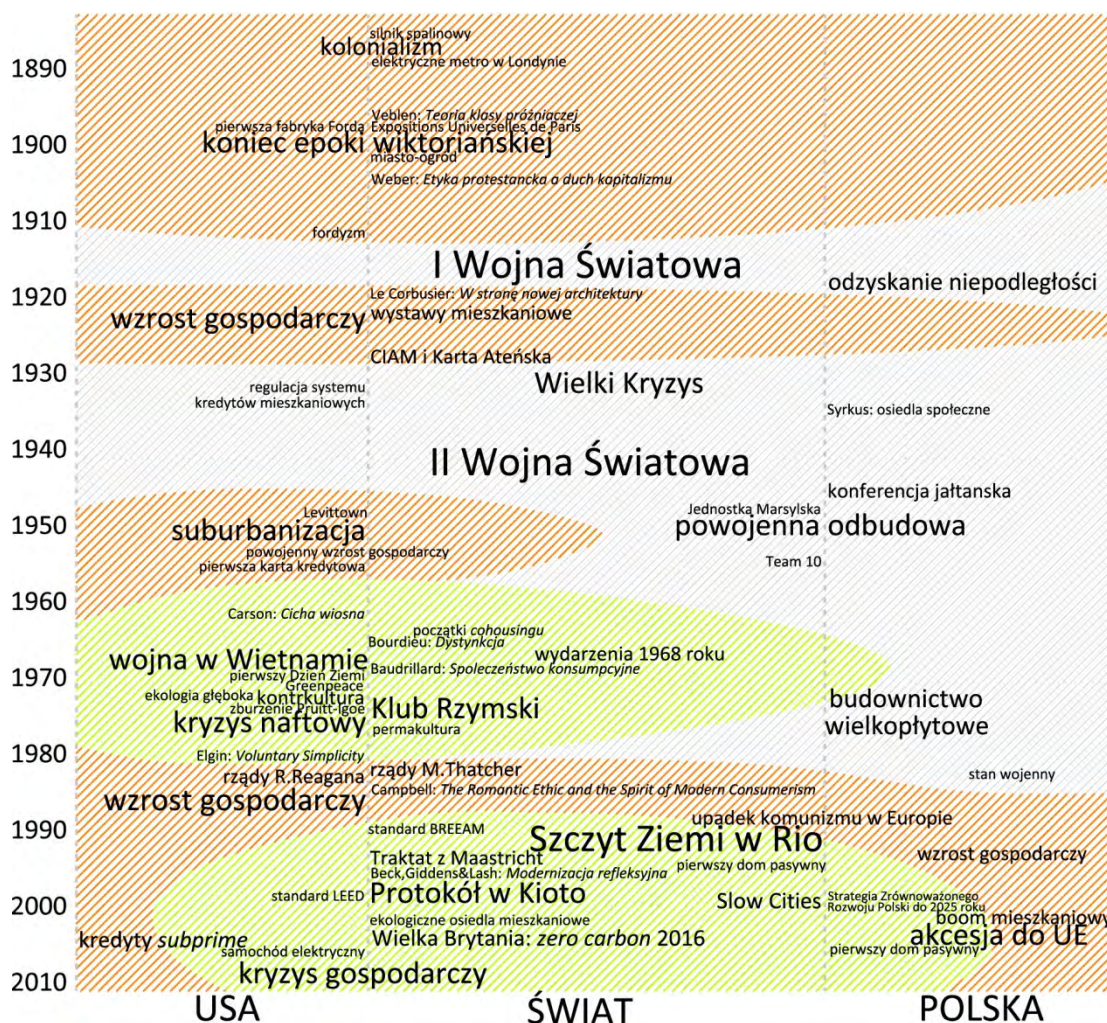
²⁷ Określenie używane przez M. Ziółkowskiego (Ziółkowski, 1999).

²⁸ O zjawisku tym w kontekście procesów miejskich i globalnej skali patrz m.in. (Robinson, 2002).

z niedoborami mieszkaniowymi i ubóstwem jako pozostałościami po poprzednim systemie, przekładają się na analogie między zjawiskami i problemami na rynkach nieruchomości mieszkaniowych w tych krajach.

Zasięg czasowy badań rozciąga się od wprowadzenia do genezy konsumpcjonizmu (XVIII-XIXw.), aż do czasów współczesnych. Trzy etapy XX w. są szczególnie istotne w kontekście poruszanego zagadnienia. Pierwszy to okres powojenny, zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych, kiedy szybko rosnąca zamożność amerykańskiego społeczeństwa wpłynęła na wykształcenie nowych, szeroko spopularyzowanych wzorców konsumenckich i stylu życia. Drugi etap to koniec lat 60. i krytyka konsumpcjonizmu oraz wydarzenia 1968 roku, które zapoczątkowały przemiany polityczne i społeczne w całej Europie. Był to także początek wykształcania się koncepcji zrównoważonego rozwoju, którą w następnych dekadach stopniowo włączano do polityk kolejnych krajów. Trzeci istotny moment, zwłaszcza w kontekście Polski, to 1989 rok, intensywny rozwój gospodarczy oraz przejście, wraz z ustrojem kapitalistycznym, zachodnich wzorców i wzrost indywidualnych aspiracji obywateli. Zarysowane zostały także wydarzenia ostatniej dekady – przyjęcie do Unii Europejskiej nowych krajów członkowskich, w tym Polski i następującym w konsekwencji intensywnym wzrostem gospodarczym oraz rozpoczętym w 2008 roku i trwającym nadal kryzysem. Etapy te, wraz z przełomowymi wydarzeniami oraz publikacjami, zostały przedstawione w postaci diagramu (ryc.1).

ARCHITEKTURA MIESZKANIOWA W KONTEKŚCIE SPOŁECZEŃSTWA KONSUMPCYJNEGO
 wybory mieszkaniowe konsumentów a zrównoważony rozwój



Ryc. 1. Konsumpcjonizm a zrównoważony rozwój – zakres czasowy. Opr. własne.

Na pomarańczowo oznaczono wydarzenia i okresy najintensywniejszego rozwoju konsumpcjonizmu i społeczeństwa konsumpcyjnego; na zielono związane z powstaniem i rozpowszechnianiem się idei zrównoważonego rozwoju. Najważniejsze publikacje oznaczone są kursywą.

Metody badawcze

Część teoretyczna, obejmująca rozważania na temat zjawiska konsumpcjonizmu w odniesieniu do architektury mieszkaniowej, opiera się głównie na badaniach literaturowych. Interdyscyplinarny charakter poruszanych zagadnień wymagał posłużenia się źródłami z kilku dziedzin. Wykorzystane zostały głównie opracowania z zakresu socjologii (kwestie pozycji jednostki, konsumpcjonizmu, współczesnych stylów życia), urbanistyki (zagadnienia zrównoważonego rozwoju, koncepcje „zielonych”²⁹ miast) i ekonomii (głównie w zakresie rynku nieruchomości i kredytów

²⁹ Potoczne określenie rozwiązań, technologii i działań proekologicznych, najczęściej używane w kontekście rynku, marketingu i stylu życia. W rozprawie używane jest zamiennie z pojęciami "zrównoważony" lub "ekologiczny".

oraz marketingu i teorii konsumenta). Badacze zajmujący się pokrewną tematyką, m.in. społecznym i antropologicznym znaczeniem domu i schronienia, wskazują na trudności związane z traktowaniem domu jako miejsca „domyślnego”, transparentnego, o prywatnym charakterze, uniemożliwiającym zdystansowane dostrzeżenie jego cech (Skowrońska, 2011). W kontekście badań dotyczących życiowych postaw podkreślają również trudności w uzyskiwaniu danych na podstawie kwestionariuszy i wywiadów, ponieważ nie ma gwarancji, że odpowiedzi respondentów reprezentują ich prawdziwe motywacje (Kasser, 2002, str. 37).

Do sformułowania wniosków posłużyły także dane statystyczne, wyniki badań rynkowych, analizy artykułów prasowych oraz informacji pochodzących z serwisów internetowych. Przydatnym źródłem były raporty wykonane zarówno przez ośrodki badawcze (publikacje książkowe i wydawnictwa pokonferencyjne), jak i przez instytuty badania opinii społecznej³⁰ i badań rynkowych oraz firm audytorsko-doradczych³¹, instytucje rządowe³², organizacje pozarządowe i fundacje³³, firmy wprowadzające energooszczędne rozwiązania w przemyśle i biznesie³⁴ oraz agencje pośrednictwa nieruchomości. Dla porównania tendencji i skali poszczególnych zjawisk w kontekście europejskim użyto danych Eurostatu, a dla przypadków amerykańskich - spisów powszechnych.

Studia przypadków zilustrowały analizowane zjawiska oraz posłużyły do próby oceny działań zgodnych z poszczególnymi koncepcjami zrównoważonego rozwoju z naciskiem na ekonomiczną stronę inwestycji. Pozwoliły zweryfikować tezę o konieczności adresowania strategii przeciwdziałania konsumpcyjnym wyborom mieszkaniowym do odbiorców o różnym poziomie zamożności i refleksyjności, potwierdzając jej słuszność w różnych skalach inwestycji, od pojedynczego, homogenicznego architektonicznie osiedla, do całego miasta. Studia zostały wykonane na podstawie wyjazdów studialnych do Niemiec i Wielkiej Brytanii, rozmów z uczestnikami procesu inwestycyjnego (projektantów, menedżerów projektu, inwestorów) oraz użytkownikami, a także analizy źródeł literaturowych. Oprócz głównych studiów przypadków przedstawionych w rozdziale 4. *Studia przypadków* w pracy przytoczone zostały także poboczne, mniej szczegółowo opisane przykłady służące do zilustrowania strategii i narzędzi wykorzystanych w specyficznych kontekstach lub względem konkretnej grupy odbiorców.

³⁰ M.in. CBOS.

³¹ M.in. REAS, CB Richard Ellis, KPMG.

³² M.in. CABE

³³ M.in. Joseph Rowntree Foundation, The Centre for a New American Dream, TED i Cultivate.

³⁴ M.in. Siemens.

Część rozważań została opublikowana w formie artykułów naukowych i prasowych oraz zaprezentowana podczas wystąpień konferencyjnych. Praca ma charakter wprowadzający do zagadnień poruszanych dotychczas fragmentarycznie, a sugestie dalszych, bardziej szczegółowych badań o charakterze empirycznym, zostały opisane w rozdziale 5.1. *Wnioski*. Ryc.2 przedstawia przyjętą sekwencję i tematyczny zakres analiz, które doprowadziły do opracowania klasyfikacji konsumentów z uwagi na ich siłę nabywczą i poziom refleksyjności oraz zaproponowania strategii przeciwdziałania konsumpcyjnym wyborom mieszkaniowym.



Ryc. 2. Diagram przedstawiający metodologię pracy. Opr.własne.

2. Konsumpcjonizm a zrównoważony rozwój – kontekst mieszkaniowy

Prawdziwym powodem naszego oddawania się w niewolę [stylu życia i przynależności do danej grupy społecznej], szczególnie w warunkach coraz intensywniejszego różnicowania się społeczeństwa, jest przede wszystkim fakt, że wybór określonego modelu to dla nas przyjęcie rozstrzygającej strategii w naszej prywatnej wojnie z nacierającym zewsząd nadmiarem wyboru.

(Toffler, 1999 str. 305)

2.1. Społeczeństwo konsumpcyjne

Teza pierwsza³⁵ wymaga zdefiniowania, w jaki sposób konsumpcjonizm wpływa na wybory mieszkaniowe negatywnie oddziałujące w kontekście zrównoważonego rozwoju. Istotne jest przeanalizowanie, czy oddziaływanie to ma wyłącznie charakter środowiskowy, czy dotyka także kwestii ekonomicznych oraz społecznych. Rozdział obejmuje genezę społeczeństwa konsumpcyjnego z uwzględnieniem kwestii mieszkaniowych, od okresu rewolucji przemysłowej do współczesności. Określa różnice w charakterze i skali konsumpcjonizmu w kapitalistycznych krajach, w których zaczęły się już wykształcać postawy postmaterialistyczne (Inglehart, 1990) a Polską, która dopiero dwie dekady temu przeszła transformację ustrojową. W dalszych częściach rozdziału przedstawiono konsekwencje konsumpcyjnych wyborów. Poszukiwana jest także odpowiedź na pytanie, czy wybory mieszkaniowe determinowane są wyłącznie potrzebami i ograniczeniami (zwłaszcza finansowymi) konsumentów, czy przyczyniają się do nich czynniki wynikające z wpływu otoczenia i bezrefleksyjnego przyjęcia stylu życia zgodnego z ustalonymi społecznie wzorcami konsumpcji.

Geneza społeczeństwa konsumpcyjnego

Badacze nie są zgodni w kwestii początku społeczeństwa konsumpcyjnego i wskazują na różne przyczyny jego powstania, wszyscy podkreślają jednak jego związek z kapitalizmem. Arrighi wyróżnia trzy jego rodzaje: holenderski kapitalizm komercyjny, brytyjski kapitalizm przemysłowy oraz amerykański kapitalizm konsumpcyjny, który stał się wzorcem dla współczesnego świata (Arrighi, 2003). Przejście od modernizmu do postmodernizmu było równoległe z przejściem od produkcji do konsumpcji jako głównej aktywności społeczeństw - *od homo faber*³⁶ do *homo consumens* (Clarke, Doel, & Housiaux, 2003). Bauman określa początek społeczeństwa konsumpcyjnego na późne lata 20. XX wieku (Bauman, 2007), lecz niektórzy badacze twierdzą,

³⁵ Konsumpcjonizm wpływa na wybory mieszkaniowe o negatywnych konsekwencjach dla zrównoważonego rozwoju.

³⁶ Określenie stworzone przez Giovanniego Pico della Mirandola, filozofa renesansowego neoplatonizmu.

że początki „rewolucji konsumpcyjnej” nastąpiły jeszcze przed rewolucją przemysłową i stworzyły dla niej podwaliny. Fascynacja nowościami, sprowadzanie oryginalnych wyrobów i wymiana przedmiotów codziennego użytku zdominowały ówczesny styl życia (McKendrick, 2003). Nie ulega jednak wątpliwości, że początek masowej produkcji umożliwił masową konsumpcję, która była główną siłą napędową gospodarki krajów uprzemysłowionych³⁷. Dzięki unowocześnieniu metod upraw i podwyższeniu ich wydajności w osiemnastym wieku zwiększyła się także znacznie produkcja rolna (Botton, 2004). Rozwój przemysłu i handlu, budowa nowych fabryk, stoczni i portów wymagała zapewnienia tysiącom robotników mieszkań oraz taniego masowego transportu między miejscem pracy a zamieszkania. Właśnie wtedy w największych metropoliach, zwłaszcza w Londynie, nastąpił najbardziej intensywny rozwój przedmieść oraz sieci transportu publicznego. Wprowadzono metro, linie tramwajowe (najpierw konne, później elektryczne) oraz kolej miejską. Zostały zdefiniowane preferencje mieszkaniowe zarówno w zakresie typu mieszkania (przewaga domu nad mieszkaniem w budynku wielorodzinnym), jak i lokalizacji. Koszt transportu stał się podstawowym czynnikiem różnicującym poszczególne dzielnice i osiedla, ponieważ na dojazdy pociągiem było stać tylko wykwalifikowaną siłę roboczą lub urzędników (Inwood, 2006). W Stanach Zjednoczonych boom gospodarczy po II wojnie światowej był siłą napędową konsumpcjonizmu. Amerykanie kupowali i gromadzili więcej towarów niż jakiegokolwiek inne społeczeństwo. W latach 60. XX wieku dobra luksusowe albo substytuty³⁸ stanowiły dwie piąte kupowanych produktów. Ekonomisci zachęcali do coraz intensywniejszej konsumpcji – bez niej gospodarka kraju nie tylko nie mogłaby utrzymać stałego tempa rozwoju, ale osłabiłaby się znacznie (Packard, 1963). Amerykanie stali się społeczeństwem złożonym z *homo consumens* - *totalnego konsumenta, którego jedynym celem jest coraz więcej posiadać i coraz więcej używać* (Fromm, 1996, str. 63).

Pojęcie konsumpcji posiada łacińską etymologię i pochodzi od słowa **consumere** oznaczającego zniszczenie czegoś lub całkowite zużycie. W niektórych językach konsumpcję opisuje się określeniem wywodzącym się z łacińskiego **consumare**, czyli podsumować, sfinalizować. Konsumpcja oznacza więc jednocześnie akt destrukcji i kreacji. Ten semantyczny dualizm nie odpowiada przekonaniu ekonomistów, że konsumpcja jest przeciwieństwem produkcji, tak jak popyt - podaży. Ponieważ te przeciwstawne znaczenia są zintegrowane w jednym pojęciu (zarówno w kontekście ekonomicznym, jak i społecznym, kulturowym czy politycznym), stało się ono

³⁷ Np. wewnętrzna konsumpcja, a nie handel zagraniczny, przyczyniły się do ekspansji produkcyjnej Anglii w XVIII wieku (Appleby, 2003).

³⁸ *Dwa dobra są substytutami, jeżeli zmiana ceny (wzrost, spadek) na jeden z produktów przy niezminionej cenie drugiego, przesuwa popyt konsumentów w kierunku dobra tańszego* (Rekowski, 1993).

przedmiotem dyskusji w wielu dziedzinach (Clarke, Doel, & Housiaux, 2003). Angielski termin **consumerism** dotyczy nieuzasadnionej rzeczywistości potrzebami konsumpcji oraz uznawaniu jej za wyznacznik jakości życia (Clarke, Doel, & Housiaux, 2003). W języku polskim najczęściej określa się to zjawisko jako **konsumpcjonizm**, rzadziej – **konsumizm**. Niekiedy badacze posługują się przeniesionym bezpośrednio z języka angielskiego pojęciem **konsumeryzmu**³⁹.

Konsumpcjonizm współcześnie

Na przełomie lat 60. i 70. Toffler polemizował z popularnym wówczas poglądem, że nauka i technologia sprzyjają standaryzacji, która ograniczy wolność wyboru. Jego zdaniem to nadmiar możliwości, a nie ich niedobór, miał stać się w przyszłości poważniejszym dylematem (Toffler, 1999). Wolność konsumenckich wyborów nie jest równoznaczna z wolnością wobec niematerialnych aspektów życia. Została ona częściowo zatracona, ponieważ nie ma dla niej żadnej atrakcyjnej alternatywy, a rezygnacja z konsumpcji oznaczałaby praktycznie wyłączenie się ze społeczeństwa. Osoby wykluczone z konsumpcji, przede wszystkim z przyczyn materialnych, stają się automatycznie postrzegane jako obywatele drugiej kategorii⁴⁰ (Clarke, Doel, & Housiaux, 2003). Konsumowanie określonych przedmiotów pozwala określić swoją tożsamość i społeczne usytuowanie, prowadzić wygodne, ale i pełne wrażeń życie oraz bezkrytycznie postrzegać swoją wartość i pozycję na tle otoczenia (James, 2007). Nie jest to jednak prosta i pozbawiona problemów zależność. W Stanach Zjednoczonych od lat 70. drastycznie zwiększa się dysproporcja w dystrybucji zasobów w społeczeństwie⁴¹ - Schor określa to zjawisko **nowym konsumpcjonizmem** (Schor, 1999). Modele konsumpcji na pokaz i styl życia najbardziej majątnych jednostek rozpowszechniane są za pośrednictwem mediów i oddziałują masowo na wyobraźnię mniej zamożnych osób, a detradycjonalizacja powoduje zacieranie się różnic między elitarną kulturą wysoką a masową niską (Jung, 2005). Konsumować pragną niemal wszyscy i to w skali, na którą tylko nieliczna grupa może sobie pozwolić – zjawisko to nazywane jest **hiperkonsumpcją** (Turow, 1997) (Ritzer, 2004 str. 73). *Motywy, który leży u korzeni własności, jest dorównywanie innym [...] posiadanie dóbr nadaje honor, jest wywołującym zazdrość wyróżnieniem. [...] Własność posiada wciąż naturę trofeum, ale wraz z postępem kulturowym staje się coraz bardziej trofeum sukcesów zdobytych w grze posiadania prowadzonej między członkami grupy* (Veblen, 1994, strony 17-18). Schor określa to

³⁹ **konsumpcjonizm, konsumizm** - nadmierne przywiązywanie wagi do zdobywania dóbr materialnych.

konsumeryzm - ruch społeczny mający na celu ochronę interesów konsumentów (Słownik języka polskiego, Wydawnictwo Naukowe PWN SA, wersja online www.pwn.pl, 5 maja 2008) Pojęcie niekiedy używane zamiennie z konsumpcjonizmem, jako bezpośrednie spolszczenie angielskiego słowa *consumerism*, np. przez Szlendaka i Pietrowicza (Szlendak & Pietrowicz, 2004)

mianem **konsumpcjonizmu konkurencyjnego** (Schor, 1999). Członkowie każdego szczebla społecznej drabiny przyjmują jako swój ideał następny poziom i wkładają mnóstwo energii w jego osiągnięcie.

Zdaniem Baudrillarda wszystko może stać się przedmiotem konsumpcji, a pojęcie to bywa rozciągane na całą kulturę (Baudrillard, 2005a). Potwierdza to Matthews używając określenia *supermarketu kultury*, czyli ogólnej dostępności zglobalizowanych kulturowych tożsamości, spośród których możemy wybierać to, co najbardziej nam odpowiada, pomijając takie kwestie jak kontekst czy lokalność (Mathews, 2005). Współczesna konsumpcja ulega także infantylicyzacji – konsumenci chcą zdobywać wszystko natychmiast i bezproblemowo. Pokolenie *kidults*⁴², które nie ma ochoty dorastać, podejmuje szybkie, nieprzemyślane decyzje. Masowa skala lekkostrawnego konsumpcjonizmu wypiera wyższe wartości lub jakość, która wymaga umiejętności bardziej wysublimowanego odbioru (Barber, 2007). Prawo głosu posiada *konsumariat*⁴³ – nowa globalna klasa rządząca, złożona z klientów, którym biznes musi się podporządkować, ponieważ to oni stanowią większość (Žižek, 2008). Ritzer przewidywalność, fordystowską powtarzalność, skrajnie biurokratyczną racjonalizację, łatwy i szybki dostęp do ujednoliconych produktów i usług nazywa *makdonaldyzacją*, od nazwy popularnej amerykańskiej sieci barów szybkiej obsługi. W kontekście mieszkaniowym odpowiednikiem niewyrafinowanego, niezdrowego i taniego jedzenia są dla niego masowo powielane podmiejskie domy⁴⁴ (Ritzer, 2005). Paradoksalnie konsekwencje powojennego amerykańskiego konsumpcjonizmu, czyli między innymi ogromny popyt na tanie własnościowe domy na przedmieściach, zbliżone są do wyników realizacji socjalistycznej gospodarki planowej, odpowiadającej na ogromne niedobory mieszkaniowe. Masowa realizacja powtarzalnych jednostek o niewysokim standardzie przyniosła szybką odpowiedź na zapotrzebowanie (w socjalizmie) i pragnienia (w kapitalistycznym konsumpcjonizmie) użytkowników, ale również podobne problemy po kilkudziesięciu latach użytkowania. Niska funkcjonalna elastyczność i jakość zasobów oraz brak infrastruktury, jak w przypadku podmiejskich osiedli domów, wymagają obecnie ekstensywnych działań rewitalizacyjnych.

⁴⁰ Patrz także rozdział 2.4.2. *Zachowania konsumenckie* oraz 3.2.3. *Kategoria C – konsumenci wykluczeni*.

⁴¹ Np. w 1997 roku w Stanach Zjednoczonych 20% najbogatszych osób w kraju posiadało 84,3% ogólnego majątku (Schor, 1999). M.in. ta dysproporcja w 2011 roku przyczyniła się do rozpoczętych na Wall Street protestów ruchu „Occupy” przeciwko braku kontroli nad rynkiem usług finansowych i rosnącą polaryzacją społeczną.

⁴² Zestawienie słów *kid* (dzieciak) i *adult* (dorosły) określające współczesnych egoistycznych, impulsywnych i infantylnych dorosłych nastawionych na beztroską zabawę i przyjemność.

⁴³ Termin stworzony przez Alexandra Barda i Jana Soderqvista w „Netokracja: Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie” (Warszawa, 2006).

⁴⁴ Np. osiedla Levitta opisane w rozdziale 3.2.2. *Kategoria B – konsumenci o średnim poziomie refleksyjności*.

Należy pamiętać, że konsumpcjonizm osiągnął różny poziom w poszczególnych częściach świata. Najbardziej skrajną postać przyjął w Stanach Zjednoczonych – pomimo podobnej efektywności pracy Amerykanina i Europejczyka, pierwszy wydaje o jedną trzecią więcej (Whybrow, 2006, str. xix). W krajach protestanckich z hedonistycznym konsumpcjonizmem wygrał z kolei tradycyjnie etos pracy i prostota życia. Westernizacja stylów życia i dążenie do naśladowania wzorców znanych z mediów rozciąga się na większość krajów rozwijających się gospodarczo, także Polski, gdzie dominująca nowo wykształcona klasa średnia bezrefleksyjnie aspiruje do zachodniego poziomu konsumpcji.

Konsumpcjonizm w Polsce

Obywatelom krajów byłego bloku wschodniego zależało nie tylko na wolności i demokracji, ale także na dostępie do zachodnich towarów (Whybrow, 2006 str. 198). Po 1989 roku nastąpiła tam przyspieszona ewolucja modeli konsumpcji. Niektórzy socjologowie twierdzą, że ponieważ polskie społeczeństwo jest mało zamożne, a kapitalizm „bez kapitału”, młody i „nieprawdziwy” (Szlendak & Pietrowicz, 2004), w przeciwieństwie do zachodnich społeczeństw dobrobytu w Polsce nie ma jeszcze *affluency*⁴⁵, nadmiernego konsumowania ani uzależnienia od kupowania na kredyt (Szlendak, i inni, 2004). Mówienie o konsumpcjonizmie w kwestii mieszkaniowej w Polsce może wydawać się kontrowersyjne. *...we współczesnej polskiej rzeczywistości brak jest praktycznie miejsca i pieniędzy, aby zacząć zamieszkiwać zgodnie z tendencjami, jakie wytyczają nam standardy Unii Europejskiej* (Ryńska, 2006 str. 25). Duża część istniejących zasobów, np. mieszkań komunalnych, które były wydzielane z dużych mieszkań w kamienicach, to lokalne niesamodzielne. Popyt nie jest efektywny, tzn. w kontekście głodu mieszkaniowego głównie zaspokajane są niedobory – na początku minionej dekady brakowało ok. 1,5 miliona mieszkań. Pod względem jakości zamieszkania i zasobów mieszkaniowych Polska znajduje się na przedostatnim miejscu w Europie, przed Rumunią⁴⁶. Własnościowa nieruchomości jest nadal niedostępnym marzeniem dla wielu rodzin⁴⁷ i coraz mniej buduje się lokali spółdzielczych. W latach 90. przeciętnego Polaka za miesięczną pensję było stać

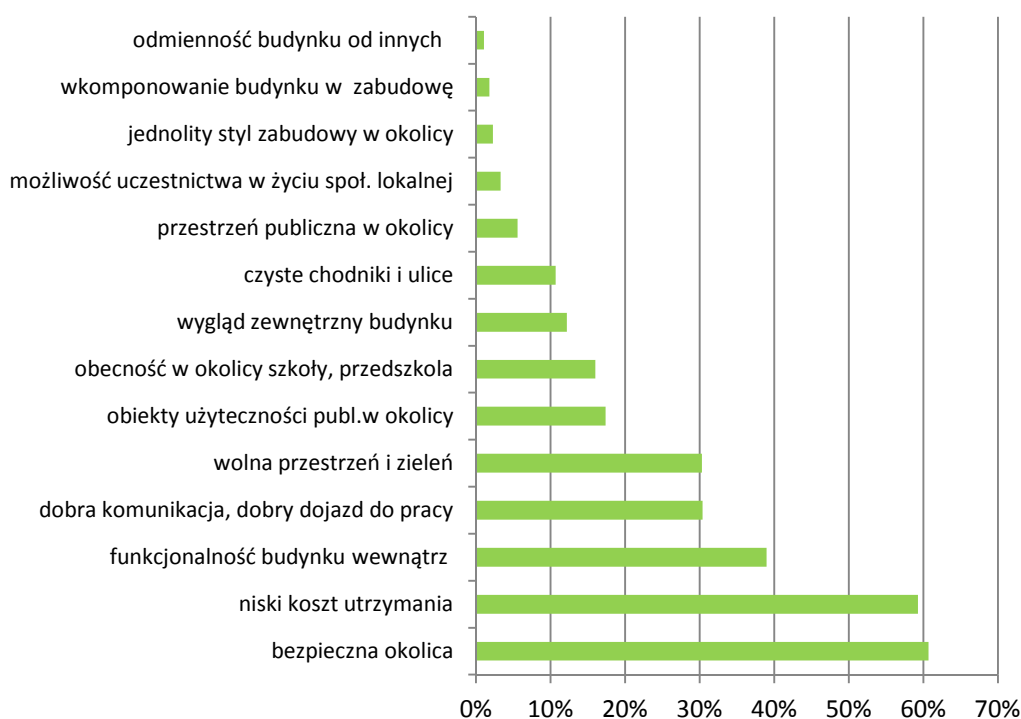
⁴⁵ Opisane przez de Graafa, Wanna i Naylora zjawisko cywilizacyjne wiążące się z negatywnymi efektami współczesnego konsumpcjonizmu: nadmiernymi oczekiwaniami konsumenckimi, brakiem satysfakcji z przedmiotów, które mają tę satysfakcję przynosić, osłabionymi stosunkami międzyludzkimi etc. Pojęcie stworzono poprzez połączenie słów *affluence* (zamożność, nadmiar) i *influenza* (grypa) (de Graaf, Wann, & Naylor, 2001).

⁴⁶ Dane Eurostatu z 2007 roku. W Polsce ok. 26% populacji żyje w przeludnionych mieszkaniach, w których jednocześnie występuje przynajmniej jeden z następujących problemów: nieszczelny dach, brak łazienki i toalety, niedostateczne doświetlenie. Średnia dla całej Unii Europejskiej wynosi ok. 7%, a spośród krajów Piętnastki z najgorszymi warunkami boryka się Grecja – ok.8%.

⁴⁷ Mimo to uwagę zwraca stosunkowo niewielkie zainteresowanie w Polsce programami typu „Habitat for Humanity”, które umożliwiają zdobycie własnego mieszkania osobom o niskich dochodach bazując na wolontariacie członków z różnych krajów oraz pracy własnej przyszłych mieszkańców.

na zakup 0,8m² powierzchni mieszkalnej, a dekadę później wskaźnik ten podniósł się zaledwie o 0,1m² (Ryńska, 2006). Badania przeprowadzone wśród Polaków potwierdziły, że najważniejsze role zabudowy mieszkaniowej związane są z jej podstawowymi funkcjami użytkowymi – bezpieczną i wygodną lokalizacją oraz niewysokim kosztem utrzymania (wykres 3). Zapytani o zadania współczesnej architektury mieszkaniowej, podkreślali funkcjonalność i wygodę użytkowania (31%), niskie koszty eksploatacji (21%) oraz trwałość (14%). Cechy estetyczne, oryginalność czy dopasowanie budynków do kontekstu zdecydowanie przegrywają z wartościami użytkowymi (CBOS, 2005). W latach 2006 – 2008 Polska zanotowała jednak najwyższy w Europie, o blisko jedną trzecią, przyrost liczby ludzi najbogatszych (KPMG, 2010), a ciągły wzrost produktu krajowego brutto kontrastuje z ekonomicznymi wynikami wielu pogrążonych w recesji europejskich państw. Podobnie jak w innych krajach byłego bloku wschodniego, odbywa się tu przyspieszony proces adaptowania wyrywkowo wybranych zachodnich modeli stylu życia. Utrwalają się negatywne, bezrefleksyjne wzorce konsumpcji - wybory „na pokaz” i ponad miarę własnych możliwości: *Z jednej skrajności centralistycznego zarządzania [...] wpadliśmy w skrajność drugą: graniczącego z leseferyzmem liberalizmu, w której jedyną cechą przestrzeni jest jej wartość ekonomiczna, a prawo własności usprawiedliwia choćby najbardziej marnotrawne lub szkodliwe dla środowiska jej użytkowanie* (Baranowski, 1998 str. 28). Aspiracje mieszkaniowe Polaków sukcesywnie się podnoszą i także na tym polu starają się oni doścignąć zamożniejsze społeczeństwa. Mieszkanie lub dom stał się jednym z najważniejszych symboli statusu nowej polskiej klasy średniej. Budownictwo mieszkaniowe rozwija się przede wszystkim dzięki inwestorom indywidualnym, a profil własności zmienia się – powstaje coraz więcej mieszkań i domów prywatnych przy coraz mniejszych zasobach czynszowych lokali spółdzielczych, które w założeniu miały być odpowiedzią na potrzeby mieszkaniowe mniej zamożnych obywateli. Masowa prywatyzacja komunalnych zasobów mieszkaniowych, zarówno w Polsce, jak i w innych krajach byłego bloku wschodniego, umożliwiła wykup mieszkań za część ich rynkowej wartości. Większość takich nieruchomości jest własnością prywatną i to nieobciążoną długami, co może być dobrą podstawą dla wymiany mieszkań, np. przez młode rodziny poszukujące większej powierzchni. Kredyty hipoteczne otworzyły drogę do posiadania własnego lokalu osobom, które jeszcze kilkanaście lat temu nie mogłyby sobie na to pozwolić, a rosnące zasoby mieszkaniowe sprawiły, że własne mieszkanie jest coraz bardziej dostępne. Jednocześnie zamożni klienci mogą swobodnie wybierać w ofercie mieszkaniowej, a ich wymagania znacznie wykraczają ponad standardowe potrzeby. Do nich skierowana jest oferta nieruchomości luksusowych, w najbardziej prestiżowych lokalizacjach, wyróżniających się standardem wykończenia czy pakietem dodatkowych

usług i funkcji. Pomędzy tymi dwoma biegunami mieści się grupa, którą pomimo pewnych ograniczeń finansowych stać na własny dom lub mieszkanie spełniające nie tylko podstawową potrzebę schronienia, ale także dopasowane do wybranego stylu życia i wyrażające upodobania i aspiracje. W kontekście obecnych przemian społecznych i gospodarczych prowadzących do coraz większej polaryzacji warunków życia oraz przywiązania do materialnych symboli statusu, konieczne jest skierowanie się ku postmaterialistycznym wartościom. Proces ten, podobnie jak w społeczeństwach zachodnich, następuje wraz ze wzrostem zamożności (Inglehart, 1990), jednak wymaga również umiejętności rozróżnienia prawdziwych potrzeb od wykreowanych lub narzuconych społecznie pragnień, na czym koncentrują się kolejne rozdziały.



Wykres 3: Najważniejsze cechy brane przez Polaków pod uwagę przy wyborze nowego mieszkania (CBOS, 2005).

2.2. Potrzeby w społeczeństwie dobrobytu.

...marzenia, a nie materialna rzeczywistość, mają podstawowe znaczenie dla zrozumienia współczesnego konsumpcjonizmu, ponieważ nigdy nie mogą się spełnić i bezustannie wytwarzają nowe „potrzeby”...

(Ritzer, 2004, str. 124)

Ekonomia klasyfikuje potrzeby na bazie użyteczności, psychologia wskazuje na motywację, a socjologia na wymiar społeczno-kulturowy: konkurencję, wolność, dynamizm społeczny i dotrzymywanie kroku innym, zawsze określające jednostkę w kontekście grupowym⁴⁸. Różne są także uwarunkowania powstawania i kształtowania się potrzeb. Marshall uważa je za niezależne i racjonalne, Galbraith za wymuszony wynik społecznego kontekstu, podczas gdy Gervasi uznaje je raczej za konsekwencję procesu uczenia się konsumpcji niż racjonalnej kalkulacji (Baudrillard, 2005a str. 69). Fromm, w rozważaniach o badaniach natury ludzkiej, wskazuje na brak zainteresowania nauki problematyką potrzeb, podczas gdy to one właśnie warunkują motywację, od których zależy sukces wprowadzanych zmian i reform (Fromm, 1995). Klasyczna, wielokontekstowa struktura potrzeb, opracowana przez Maslowa, wyróżnia pięć stopni hierarchii, w której zaspokojenie najniższych wywołuje motywację do realizacji kolejnych. Odniesienia do potrzeb mieszkaniowych – od najniższych, związanych z zapewnieniem schronienia, do wyższych, opartych na samorealizacji i ekspresji własnych dokonań oraz indywidualizmu – przedstawione są w tabeli 4. Według Maslowa dwa pierwsze poziomy są proste do spełnienia, lecz realizacja potrzeb społecznych i tych związanych z ego zarezerwowana jest dla niewielu jednostek. Współcześnie społeczeństwo konsumpcyjne i wysoki poziom dobrobytu zapewniają jednak możliwość samorealizacji i liberalizacji poprzez samowrażenie, a problemem pozostaje eskalacja oczekiwań i brak umiejętności odróżnienia prawdziwych potrzeb od marketingowej kreacji (Baudrillard, 2005b). Inglehart zwraca także uwagę, że hierarchia pozamaterialnych potrzeb różni się w poszczególnych kręgach kulturowych (Inglehart, 1990, str. 153). Grupy potrzeb wyróżnione przez Langa częściowo pokrywają się z piramidą Maslowa, jednak Lang, zamiast na ich hierarchiczność, wskazuje na istniejące między nimi współzależności wynikające z wielowymiarowości ponowoczesnego społeczeństwa (patrz ryc. 5). Potrzeby ulegają przekształceniom wynikającym zarówno z indywidualnej wewnętrznej ewolucji jednostki oraz priorytetów zmieniających się w różnych etapach życia, jak i z zewnętrznych

⁴⁸ Zagadnienie potrzeb analizowali także m.in. Leighton, Cantril, Steele i Gross (Lang, 2007). Oprócz wymienionych powyżej wyróżniali m.in. przyjemność, miłość, kontakt społeczny, wolność wyboru, porządek i spontaniczność.

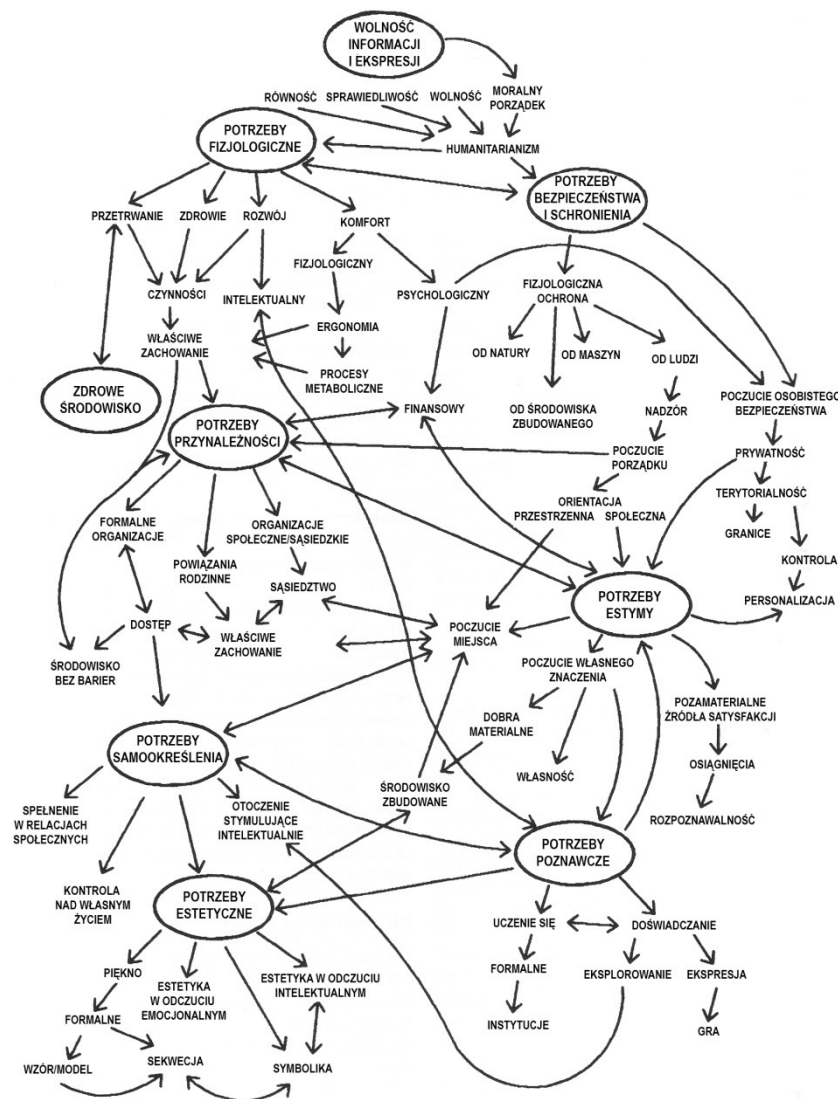
uwarunkowań – przemian wzorców kulturowych stanowiących konsekwencję zmian ustrojowo-gospodarczych oraz wpływu otoczenia⁴⁹.

poziomy piramidy potrzeb	interpretacja w kontekście mieszkaniowym
Potrzeby samorealizacji: rozwijania talentów, zainteresowań, potwierdzenie własnej wartości, samospełnienia.	Dom jako ekspresja własnej wartości i stylu lub jako życiowe osiągnięcie (np. jako duża inwestycja finansowa, odrestaurowany zabytek lub dom spełniający wymagania użytkownika o nietypowych potrzebach lub stylu życia, np. co-housingu); dom własny architekta jako dowód jego umiejętności projektowych lub pole eksperymentów.
Potrzeby uznania: sukcesu, szacunku, prestiżu.	Ekspresja pozycji i zamożności poprzez miejsce zamieszkania, dom jako oznaka statusu lub wyrażenie stylu życia (również antykonsumpcyjne, jako rezygnacja z luksusu na pokaz lub proekologiczne - dom pasywny).
Potrzeby przynależności: przynależności do grupy, akceptacji, przyjaźni.	Przynależność do klasy społecznej i mieszkaniowej ⁵⁰ , więzi sąsiedzkie, emocjonalne przywiązanie do domu rodzinnego.
Potrzeby bezpieczeństwa: zabezpieczenia przed chorobą, stabilizacja.	Bezpieczeństwo w okolicy zamieszkania, grodzenie i ochrona, segregacja jako oddzielenie od „obcych”; dom jako centrum życia rodzinnego i spotkań.
Potrzeby fizjologiczne: schronienie, jedzenie, prokreacja.	Dom jako schronienie, miejsce podstawowych aktywności życiowych.

Tab.4. Piramida potrzeb według Masłowa i ich interpretacja w kontekście mieszkaniowym (opr. własne).

⁴⁹ O zmianie priorytetów i przeorientowaniu w stronę wartości wyższych, zjawisku charakterystycznym dla społeczeństw zamożnych, pisał m.in. Inglehart (Inglehart, 1990). Patrz rozdział 3.1. *Refleksyjność w podejmowaniu wyborów mieszkaniowych*.

⁵⁰ Pojęcie wyjaśnione w rozdziale 2.4.2. *Zachowania konsumenckie*.



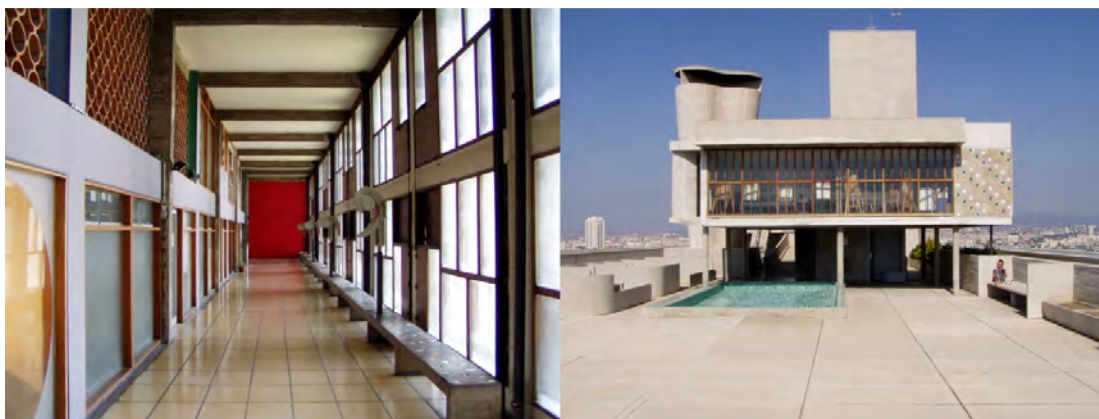
Ryc. 5. Potrzeby według Langa (Lang, 2007, str. 218)

W kontekście zamieszkania *Potrzeby użytkowników, odnoszące się do oprawy przestrzennej życia, wynikają między innymi ze wzorców zamieszkiwania wyniesionych z własnego domu, czyli miejsca urodzenia i wychowania (kulturalne determinanty), a także są pochodną wzorców, które decydują o przynależności do określonej grupy społecznej* (Kwiatkowska, 2003). Wielu architektów podziela jednak zdanie, że architektura mieszkaniowa nie wymaga innowacyjności, ponieważ w ciągu ostatnich lat w tych samych obszarach kulturowych niewiele zmieniło się w kwestiach mieszkania (Götz, i inni, 2008). . Norma odpowiadająca minimum życiowemu jest mniej więcej taka sama dla wszystkich ludzi w podobnym wieku i o podobnej konstytucji fizycznej, bez względu na to, gdzie żyją (Giddens, 2005). Według projektantów modernizmu, poszukujących strategii poprawy warunków mieszkaniowych osób zajmujących substandardową, zdewastowaną

zabudowę, główne problemy projektowe były związane z higieną i efektywnością (Syrkus, 1984). Zaproponowana przez CIAM⁵¹ koncepcja *Existenzminimum* (niem. minimum egzystencji) służyła do ustalenia podstawowych standardów do zastosowania przede wszystkim w mieszkalnictwie socjalnym. Dom lub mieszkanie zostało sprowadzone do roli schronienia zapewniającego podstawowe potrzeby, przy pominięciu wyższych, związanych między innymi z przynależnością do określonej klasy i determinujących styl życia (Veblen, 1994). Opracowany przez Hansa Meyera, jednego z dyrektorów Bauhausu, model potrzeb z 1928 roku obejmował sen, ogrodnictwo, higienę osobistą, życie seksualne, ochronę przed warunkami atmosferycznymi, higienę w domu, utrzymanie samochodu, gotowanie, ogrzewanie, izolację i usługi. Le Corbusier zwracał uwagę na potrzebę dostępu światła słonecznego i wentylacji oraz zapewnienia urządzeń rekreacyjnych. Terytorialność, prywatność czy potrzeba wyrażenia indywidualizmu⁵² nie mieściły się w jego radykalnej koncepcji „maszyny do mieszkania”, jednak późniejsze projekty Le Corbusiera, zwłaszcza Jednostka Marsylska (1947-52, ryc. 6), zapewniały mieszkańcom warunki wykraczające poza spełnienie nowoczesnych standardów higieny. W okresie powojennym członkowie krytykującej modernizm grupy Team 10 zaczęli zauważać szerszy zakres ludzkich potrzeb, co dało wyraz bardziej „zhumanizowanej” architekturze (Lang, 2007). Rządy poszczególnych państw zaczęły wprowadzać wówczas normatywy lub zalecenia dotyczące projektowania mieszkań, np. brytyjskie Parker Morris Standards z 1961 roku (Pancewicz, 2010).

⁵¹ Congrès International d'Architecture Moderne (Międzynarodowy Kongres Architektury Nowoczesnej) – założona w 1928 roku organizacja skupiająca architektów modernizmu.

⁵² Pisząc powojennej amerykańskiej suburbanizacji Packard przytacza przykład amerykańskiego osiedla składającego się z 1200 niemal identycznych jednostek różniących się nieznacznie wyglądem zewnętrznym. Mieszkańcy nie przejmowali się, że nie pozwala się im na jakąkolwiek indywidualizację, a deweloper tłumaczył to faktem, że wszyscy są tak silnie przyzwyczajani od dzieciństwa do zuniformalizowanych modeli konsumpcyjnych, że nie zdają sobie nawet sprawy, że mogliby w ogóle marzyć o niepowtarzalności swoich domów (Packard, 1962 str. 86).



Ryc. 6. Le Corbusier: Unite d'Habitation w Marsylii – korytarz z frontami jednostek usługowych oraz urządzenia rekreacyjne na dachu budynku. Fot. własne.

W powojennej Polsce można wyróżnić kilka etapów masowego zaspokajania popytu mieszkaniowego. Pierwszy z nich stanowiła odbudowa zniszczonych zasobów, jednak późniejszy przyrost demograficzny szybko spowodował przeludnienie lokali. Wielopokoleniowe gospodarstwa domowe stały się standardem, lecz ograniczenia związane z socjalistyczną gospodarką nie pozwalały efektywnie uzupełnienie niedoborów mieszkaniowych. Częściowe rozwiązanie problemu przyniosła technologia prefabrykacji żelbetowych elementów konstrukcyjnych budynków, umożliwiającą masową produkcję mieszkań o minimalnym standardzie i wielkości. Lokale spełniały podstawowe nowoczesne wymagania sanitarne (m.in. posiadały własne łazienki, jednak kuchnie często były pozbawione okien), a osiedla zaopatrywano w usługi i dobry dostęp do transportu publicznego. Na początku lat 80. ok. 70% zasobów mieszkaniowych⁵³ stanowiło budownictwo wielopłytowe (Basista, 2001, str. 85). Od 1989 roku zaczęły powstawać lokale realizowane przez podmioty prywatne (wcześniej dotyczyło to przede wszystkim budownictwa indywidualnego) oraz zwiększyła się konkurencja na rynku nieruchomości i dostęp do kredytów. Nastąpiło również, wynikające z ogólnego wzrostu zamożności społeczeństwa, podniesienie standardów mieszkaniowych. Aby zapobiec realizowaniu mieszkań o parametrach niespełniających podstawowych wymogów związanych ze współczesnym komfortem użytkowania i jakością zasobów mieszkaniowych, narzucone zostały normatywy określające wymagane standardy (Zaniewska, 2006). Obecnie reguluje je Ustawa z 14 grudnia 1994 roku⁵⁴, w której zdefiniowane są m.in. minimalne wielkości pomieszczeń o różnych funkcjach, nie ma jednak wytycznych związanych ze standardami i komfortem użytkowania jednostek, np. minimalnych powierzchni mieszkań (Pancewicz, 2010). Standardy dla podlegającego regulacjom rządowym społecznego budownictwa czynszowego, włączając minimalne

⁵³ Przy uwzględnieniu kubatury zasobów.

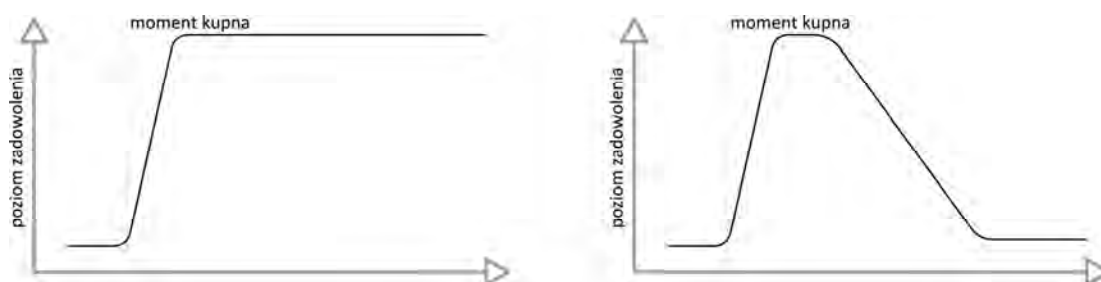
⁵⁴ *Warunki techniczne, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie*, Dz.U. z 1999 roku nr 15 poz.140 z późn. zm.

wymagania dotyczące m.in. energooszczędności i wyposażenia lokali i budynków, zostały zawarte w *Ustawie z dnia 26 października 1995 r. o niektórych formach popierania budownictwa mieszkaniowego*⁵⁵. Budownictwo komunalne, za które odpowiadają samorządy, charakteryzuje się niższym standardem, mniejszą powierzchnią jednostek i często także mniej atrakcyjnymi lokalizacjami (Dąbrowska-Milewska, 2006).

Minimum egzystencjalne straciło swoją logikę w społeczeństwach nadmiaru i dobrobytu. Podniesienie wymagań to konsekwencja między innymi szybkiej utraty satysfakcji z zakupu, a konsumpcjonizm wymaga kupowania coraz większych porcji (Fromm, 1995). Wzrostowi zamożności i wspinaniu się po drabinie społecznej towarzyszy kreowanie na bieżąco nowych konsumpcyjnych pragnień, więc w momencie, gdy potrzeby zostają spełnione, równocześnie stają się już nieaktualne. Społeczne zróżnicowanie napędza rozwój potrzeb i aspiracji, za którymi postępuje popyt na nowe towary, lecz nie nadąża podaż, gdyż ilościowe potrzeby fizyczne, w przeciwieństwie do kulturowych, są ograniczone. Konsumenty są równi wobec funkcjonalności przedmiotów - przedmioty luksusowe spełniają identyczne funkcje, jak ich tańsze odpowiedniki, więc mieszkanie służy do mieszkania bez względu na lokalizację, wielkość czy styl. Bauman odróżnia potrzeby od pragnień, traktując pierwsze jako prawdziwe, głębokie i autentycznie konieczne, drugie - chwilowe, impulsywne i charakterystyczne dla współczesnego społeczeństwa, przy czym odróżnienie pierwszych od drugich stanowi problem dla konsumentów (Bauman, 2006 str. 213). Zarówno przekazy reklamowe producentów, jak i kształtowanie własnego wizerunku i stylu życia sprawiają, że pozornie niepotrzebne przedmioty wydają się niezbędne: *Rzeczy, które w jednym społeczeństwie mają znaczenie podstawowe, w innym mogą uchodzić za zbytek* (Giddens, 2005 str. 332). Możliwość natychmiastowego zapłacenia za pożądaną produkt kartą kredytową lub ratalnie sprawia, że zakup nie jest postrzegany jako nagroda za wysiłek oszczędzania i może przestać cieszyć, zanim zostanie spłacony. Im więcej jednostka posiada, tym mniej osiąga satysfakcji z nabywania nowych towarów, a na im więcej ją stać, tym więcej wymaga. Posiadając więcej zaczyna przynależać do wyższej grupy społecznej i podnoszą się jej wymagania i aspiracje. *...konieczne jest [...] aby jednostka posiadała taką samą porcję dóbr jak inni, z którymi przynależy do tej samej klasy; jednocześnie jest to skrajnie wyróżniające, aby posiadać więcej niż inni. Jednak kiedy tylko ktoś nabywa nowe towary, przyzwyczajają się do nowego poziomu dobrobytu, który natychmiast przestaje pozwalać na docenienie większej satysfakcji niż czynił to poprzedni poziom* (Veblen, 1994 str. 20). Odpowiada to tzw. *prawu Webera*, czyli zasadzie, że im intensywniejszy jest początkowy bodziec,

⁵⁵ Dz.U. nr 1333 z 1995 r. poz.654

tym większa zmiana jest wymagana od kolejnego impulsu, aby można było odczuć zmianę, stąd ekscytacja nowym nabytkiem trwa krótko (Assael, 1987 str. 141). De Botton definiuje to zjawisko za pomocą wykresów (ryc. 7). Osoby ceniące wartości materialistyczne są nastawione na natychmiastowe spełnianie konsumpcyjnych zachcianek, co w dłuższej perspektywie czasowej przynosi poczucie niepewności i złego samopoczucia (Kasser, 2002, str. 42). W kontekście rynkowym krótkotrwałe zadowolenie konsumenta jest pożądane, ponieważ satysfakcja zatrzymałaby rozpędzoną konsumpcję i ciągły wzrost dobrobytu (James, 2007 str. 67) (Inglehart, 1990, str. 212).



Ryc. 7. Poziom zadowolenia nabywcy z zakupu w czasie – po lewej idealny, po prawej rzeczywisty. Na podstawie: (Botton, 2004, str. 207)

Sprzedaż oferowanych w nadmiarze, konkurencyjnych towarów stała się współcześnie trudniejsza od ich produkcji, w związku z czym kształtowanie popytu opiera się na przekonywaniu potencjalnych nabywców, że kupno kolejnego produktu jest niezbędne⁵⁶. Szybki wzrost popytu na dobra luksusowe ma miejsce w każdym kraju, którego gospodarka intensywnie się rozwija. Po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej, które dało impuls i środki do szybkiego wzrostu produktu krajowego brutto, rozwinęła się oferta ekskluzywnych towarów z „wyższej półki”, a na rynku mieszkaniowym zaczęło się pojawiać więcej prestiżowych apartamentowców i osiedli. Producenci wypełniają nisze rynkowe zupełnie nowymi towarami, które z pozoru nie są nikomu potrzebne lub ulepszają istniejące poprzez zwiększenie ich użyteczności albo uatrakcyjnienie ich strony wizualnej. Wartości dodane są jednak docenione zwłaszcza wtedy, gdy niosą ze sobą znaczenie wizerunkowe. *Nowe potrzeby potrzebują nowych produktów, nowe produkty wymagają nowych potrzeb i pragnień* (Bauman, 2007 str. 31). Producent wzbogaca swój towar czymś w rodzaju nieuchwytniej „premię psychologiczną”, za co klienci chętnie płacą⁵⁷ (Toffler, 1999 str. 222). Bauman uważa jednak, że błędem jest nazywanie tych potrzeb sztucznymi, ponieważ bazują one

⁵⁶ Inne strategie opisane są w rozdziale 2.5. *Odpowiedzialność producentów*.

⁵⁷ W kontekście mieszkaniowym są to m.in. ekskluzywne dodatki do (fitness, zaawansowane systemy bezpieczeństwa) podnoszące atrakcyjność oferty w momencie zakupu, z których mieszkańcy niekiedy rezygnują z uwagi na wysoki koszt bieżących opłat.

na naturalnych ludzkich predyspozycjach, a tylko pod wpływem nacisku społecznego nadawana im jest konkretna forma (Bauman, 2007 str. 99). Za Bourdieu powtarza, że *...w dzisiejszych czasach regulacje prawne zastępują kreowanie potrzeb, ideologiczną indoktrynację – reklama, a przymus i nadzór – sztuka uwodzenia. [...] integracja udaje się dopóty, dopóki potrzeby przewyższają poziom ich aktualnego zaspokojenia* (Bauman, 2008 str. 89). Sugestywne przekazy producentów przekonują, że wykreowane potrzeby są rzeczywiste, a konsumenci nie mogą określić pomiędzy nimi dokładnej granicy (Ritzer, 2004). Według badań przeprowadzonych wśród amerykańskich gospodarstw domowych poziom dochodów potrzebnych do spełnienia marzeń podwoił się od 1986 do 1994 roku i przekracza ponaddwukrotnie przeciętny dochód przypadający na gospodarstwo (Schor, 1999).

W kolejnym rozdziale przedstawione są konsekwencje bezrefleksyjnego konsumpcjonizmu w kontekście mieszkaniowym.

2.3. Negatywne konsekwencje konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych

Obywatele nie mogą być pojmowani jako konsumenci, ponieważ indywidualne pragnienia nie są tym samym, co wspólna płaszczyzna, a dobro publiczne jest zawsze czymś więcej niż tylko zbiorem prywatnych żądań.

(Barber, 2007 str. 126)

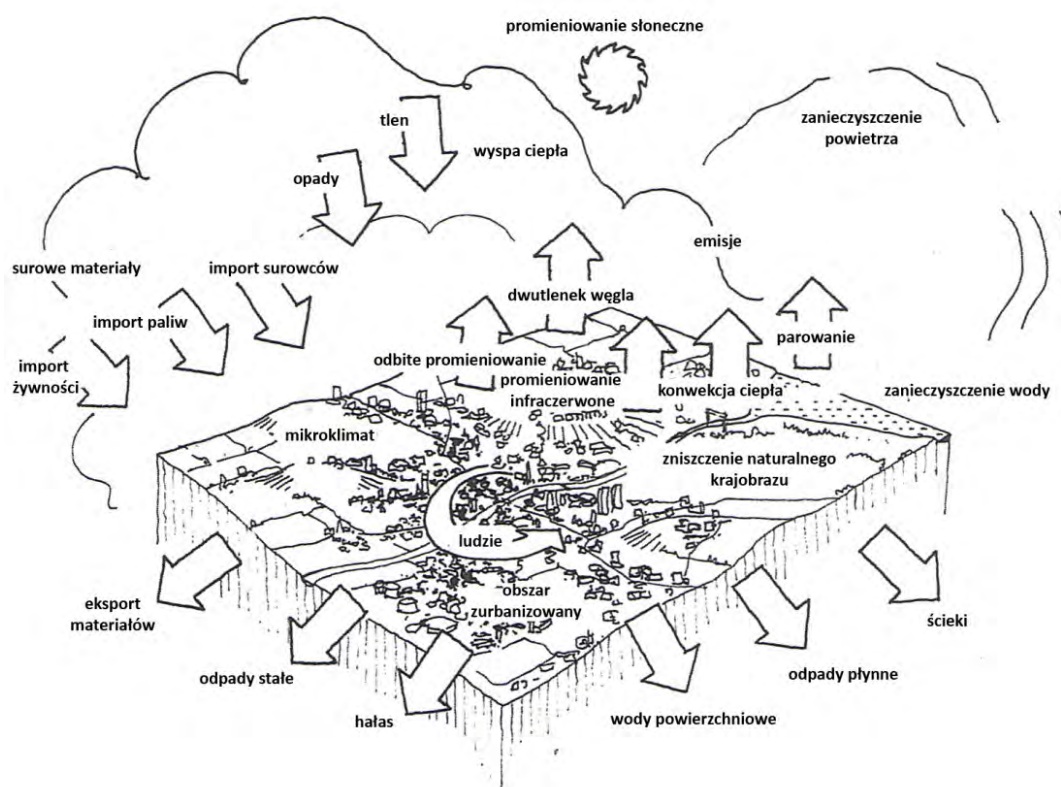
Zrównoważony rozwój postrzegany jest głównie przez pryzmat poszanowania zasobów naturalnych środowiska (ryc. 8 i 9), koncepcja ta obejmuje jednak również także sferę ekonomiczną i społeczną. Jej celem jest stworzenie stabilnych ekonomicznie i ekologicznie, samopodtrzymujących się⁵⁸ systemów, które mogą być zapewnione poprzez racjonalne gospodarowanie zasobami - naturalnymi, społecznymi, ludzkimi, energetycznymi i kapitałowymi. Pół wieku po publikacji „Cichej wiosny”⁵⁹, symbolicznego początku ekologicznego dyskursu, w momencie, gdy świat zmaga się z gospodarczym kryzysem, pytania odnośnie granic wzrostu nabrały większego znaczenia, niż kiedykolwiek wcześniej. Globalny problem wymaga integracji działań w globalnej skali, jednak najmniejsze ogniwo stanowi jednostka i jej życiowe i konsumenckie wybory. Założenia zdefiniowane w raporcie Światowej Komisji Środowiska i Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych, „Nasza wspólna przyszłość” z 1987 roku, podkreślały znaczenie współczesnych wzorców konsumpcji: *„Postrzeganie potrzeb podlega społecznej i kulturowej determinacji, a zrównoważony rozwój wymaga promowania wartości, które wspierają standardy konsumpcji niewykraczające poza ekologiczne ograniczenia i do których wszyscy mogą racjonalnie aspirować”*⁶⁰. Spełnianie potrzeb i dążenie do podnoszenia jakości życia podlegają różnej interpretacji w zależności od poziomu rozwoju i zamożności poszczególnych części świata. ONZ zaproponowała koncepcję zaspokajania podstawowych potrzeb obecnych i przyszłych pokoleń, którą warunkuje narzucenie ograniczeń dla dalszego wzrostu. Podkreślono odpowiedzialność krajów zamożniejszych jako lepiej zaopatrzonych w kapitał i technologie dla stworzenia strategii przeciwdziałania jego negatywnym konsekwencjom. Postawy życiowe i wzorce konsumenckie w tych krajach, do których aspirują mniej zamożne społeczeństwa, ulegają jednak dopiero ewolucji z materialistycznych na postmaterialistyczne (Inglehart, 1990). Rabunkowe gospodarowanie zasobami naturalnymi i masowa produkcja, zamiast ulec przemianie, przeniosły się w lokalizacje, gdzie siła robocza jest

⁵⁸ Od ang. *sustainable*.

⁵⁹ Patrz rozdział 1.4. Zakres badań i metody badawcze.

⁶⁰ *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development, Chapter 2: Towards Sustainable Development*, Genewa, 1987.

tańsza, a regulacje środowiskowe mniej restrykcyjne. Nierównomierny rozwój gospodarczy jest podatny na załamania i wymaga koordynacji z gwarantującą większą stabilizację rozwojem społecznym. Kapitał ludzki powinien zyskiwać na znaczeniu i podlegać wsparciu dzięki umożliwieniu obywatelom uczestniczenia w lokalnej demokracji i podejmowaniu decyzji oraz oddolnych inicjatyw przy przejrzystości odgórnych regulacji i dostępie do informacji. Rozwój w kierunku niższej materiałowości i energochłonności powinien zastąpić dalszy niekontrolowany wzrost i stać się priorytetem dla przemian społecznych i ekonomicznych. Nowe, „zielone” technologie nie tylko umożliwiają oszczędzanie energii, lecz zapewniają także nowe miejsca pracy osobom o różnych poziomach kwalifikacji. Konieczne jest podejście holistyczne nie tylko w kontekście zasobów naturalnych, ale i gospodarki.



Ryc. 8. Osada w ekosystemie – wpływ na środowisko naturalne (Carmona, Heath, Oc, & Tiesdell, 2006, str. 41).

W kontekście mieszkalnictwa analiza motywacji i konsekwencji konsumpcyjnych wyborów użytkowników umożliwia zrozumienie wpływu indywidualnych decyzji na podaż i popyt na rynku nieruchomości oraz na ich oddziaływanie z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju. Baranowski wyróżnia trzy główne zasady postępowania, wymagające zaangażowania na poziomie

indywidualnego użytkownika, które w kontekście mieszkaniowym mogą być interpretowane w następujący sposób:

1. **Poszanowanie ograniczonych zasobów** (energii, zasobów materiałowych, przestrzeni), czyli m.in. recykliczacja, przekształcanie przestrzeni zagospodarowanych zamiast zajmowania nowych.

W kontekście mieszkaniowym odpowiada to działaniom o różnej skali i zasięgu. W wymiarze urbanistycznym planowanie obszarów pod zabudowę mieszkaniową powinno wiązać się z zapobieganiem suburbanizacji i bardziej efektywnym użytkowaniem zagospodarowanych terenów zgodnie z koncepcjami miasta zwarte⁶¹ lub Transit Oriented Developments⁶². W skali budynku konieczne jest modernizowanie istniejących zasobów mieszkaniowych, adaptowanie budynków o innych funkcjach na cele mieszkalne oraz stosowanie technologii energooszczędnych i bazujących na energii ze źródeł odnawialnych, zwłaszcza generowanej lokalnie. Wysoka jakość zastosowanych technologii i materiałów przekłada się na trwałość i długość cyklu życiowego budynków, a elastyczność projektów pozwala na późniejsze adaptacje i przebudowy. W kontekście eksploatacji kluczowe jest przede wszystkim ograniczanie zużycia energii i wody oraz transportu indywidualnego.

2. **Harmonizowanie i kojarzenie celów ekonomicznych i społecznych** (m.in. integracja społeczna, partycypacja wszystkich aktorów rozwoju w kolejnych jego fazach).

W mieszkalnictwie oznacza to konieczność zapobiegania gettoizacji w miastach, wsparcie dla osób wykluczonych w zapewnianiu im schronienia oraz włączanie mieszkańców we współdecydowanie o przyszłości ich lokalnej społeczności i dzielnicy. Ponieważ zmniejszenie energochłonności zasobów wiąże się z dużymi kosztami i wydłużonym okresem zwrotu nakładów finansowych, konieczna jest ocena opłacalności inwestycji, zarówno nowych realizacji, jak i modernizacji istniejących, w długiej perspektywie czasowej. Energooszczędność przekłada

⁶¹ Ang. *compact city* - koncepcja urbanistyczna, która zakłada zagęszczanie zabudowy i zróżnicowanie funkcji w celu ułatwienia dostępu do zasobów mieszkaniowych, usług i miejsc pracy. Wymaga dobrze rozwiniętego transportu publicznego i efektywnego zagospodarowania na węzłach transportowych. Wysoka intensywność zabudowy pozwala na optymalne wykorzystanie przestrzeni, rozprowadzenie infrastruktury, dystrybucję towarów, usprawnienie systemu zbierania i recykliczacji odpadów oraz na budowę sąsiedzkich więzi. W Stanach Zjednoczonych podobna koncepcja określana jest mianem *Smart Growth*.

⁶² Koncepcja integracji transportu publicznego i zagospodarowania terenu, oparta na zwiększeniu intensywności zabudowy na obszarach obsługiwanych przez transport publiczny (głównie w okolicy stacji i przystanków).

się na oszczędności finansowe zarówno dla inwestorów, jak i użytkowników, a rozpowszechnianie nowych, efektywniejszych i bardziej neutralnych dla środowiska technologii wpływa na rozwój „zielonego” biznesu.

3. **„Chroniczne” czyli czasowe, cykliczne i długookresowe podejście do analizowania, planowania i realizowania rozwoju** (rozumienie jego elementów w kategoriach cykliczności, uwzględniania ograniczoności czasowej i recykliczacji składowych elementów środowiska zbudowanego) (Baranowski, 1998 str. 45).

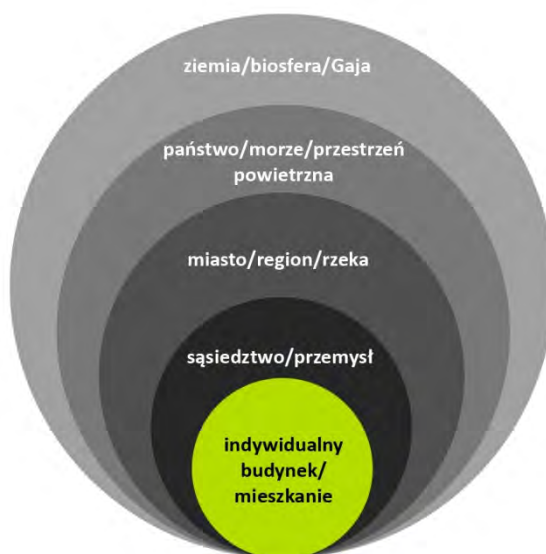
Zapotrzebowanie na zasoby mieszkaniowe i towarzyszące im funkcje oraz infrastrukturę powinno być planowane w odpowiedzi na przemiany demograficzne w koordynacji ze strategiami pozyskiwania energii ze źródeł odnawialnych, zapewnienia transportu publicznego i zaopatrzenia w usługi. Uwzględnione powinny zostać także zmiany w stylu życia, konieczne w kontekście wyczerpujących się zasobów. W skali budynku, już na etapie projektowym, należy zaplanować jego całkowity cykl życiowy wraz ze wszystkimi przyszłymi kosztami i zyskami, zarówno środowiskowymi, jak i finansowymi. Edukacja i monitorowanie działań użytkowników mają na celu uświadamianie związku pomiędzy stylem życia, który przekład się na sposób eksploatacji mieszkań, a zużyciem energii i emisjami. W kontekście polskiego mieszkalnictwa szczególne znaczenie ma łączenie lokali o najmie socjalnym z jednostkami o innym statusie własności lub najmu, stosowanie zróżnicowanych form własności i zabudowy oraz sposobów finansowania inwestycji. Na cele mieszkaniowe powinny zostać wykorzystane istniejące obiekty o innych funkcjach, a mieszkańcom zapewnione przestrzenie, także zielone, służące rekreacji i integracji. W celu wyłonienia najlepszych rozwiązań projektowych należy organizować konkursy architektoniczne⁶³ (Zaniewska & Thiel, 2007).

W czerwcu 1990 roku, podczas szczytu Rady Europejskiej⁶⁴ w Dublinie, zrównoważony rozwój został uznany za zasadę ustrojową oraz jedno z podstawowych zadań Unii Europejskiej. Komisja Europejska w raporcie z 1995 roku skoncentrowała się dodatkowo na problemach sprawiedliwego dostępu do zasobów i usług ochrony zdrowia mieszkańców oraz kulturowej i społecznej różnorodności środowiska zurbanizowanego (Baranowski, 1998 str. 49). Postanowienia Protokołu w Kioto z 1992 roku poskutkowały przyjęciem międzynarodowych założeń, które miały na celu zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych i efektywniejsze wykorzystanie energii. Cztery lata później, podczas światowej konferencji Habitat II w Stambule, określono globalne cele

⁶³ Patrz także rozdział 2.4.3. *Styl życia i komfort*.

⁶⁴ Instytucja Unii Europejskiej wyznaczająca jej priorytetowe kierunki rozwoju.

zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do mieszkalnictwa. Postulaty zawarte w ratyfikowanej wówczas deklaracji globalnych działań społeczno-ekonomicznych, środowiskowych oraz związanych z oszczędnością energii, zostały następnie przeanalizowane w lokalnym kontekście przez krajowe sekretariaty. Za główny cel uznano zapewnienie godnych warunków mieszkaniowych wszystkim obywatelom, ze szczególnym uwzględnieniem osób ubogich, a także konieczność zrewidowania niekontrolowanych wzorców konsumpcji i produkcji: *...musimy wszechstronnie zająć się między innymi wzorcami konsumpcji i produkcji, które nie są w stanie samodzielnie rozwijać się, zwłaszcza w krajach uprzemysłowionych*⁶⁵.



Ryc. 9. Sfery oddziaływania budynku mieszkalnego (Carmona, Heath, Oc, & Tiesdell, 2006, str. 41)

W Polsce pojęcie zrównoważonego rozwoju zdefiniowano także w ustawie o ochronie i kształtowaniu środowiska z 31 stycznia 1980 roku (Dz.U. 94.49.196, z późn. zm.), art. 3.3a: *rozwój zrównoważony, to taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym w celu równoważenia szans dostępu do środowiska poszczególnych społeczeństw lub ich obywateli – zarówno współczesnego, jak i przyszłych pokoleń – następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych*. Uwzględniono je również w Strategii Rozwoju Zrównoważonego Polski, zakładając zwiększenie efektywności wykorzystania zasobów, jednak przy utrzymaniu wysokiego wzrostu gospodarczego. Do konkretnych działań zmobilizowały jednak przyjęte po akcesji do Unii Europejskiej standardy, które narzuciły na Polskę obowiązek uzyskania określonych parametrów

⁶⁵ Deklaracja w sprawie osiedli ludzkich. (1996). Stambuł: Habitat II.

związanych ze zużyciem i produkcją energii oraz redukcją negatywnego wpływu na środowisko. Nowe regulacje (opisane w rozdziale 2.5. *Odpowiedzialność producentów*, m.in. dyrektywa dotycząca jakości energetycznej budynków⁶⁶) dotyczyły również zasobów mieszkaniowych. Wprowadzono państwowe i gminne dotacje umożliwiające poprawę termoizolacyjności budynków oraz stosowanie rozwiązań energooszczędnych⁶⁷.

Eksploatacja mieszkań i domów stanowi wysoki odsetek całkowitego zużycia energii i emisji. Wskaźnik ten jest jeszcze większy przy uwzględnieniu danych niezwiązanych bezpośrednio z eksploatacją budynków, ale wynikających z wyborów mieszkaniowych, m.in. ze zwiększonych potrzeb transportowych związanych z podmiejską lokalizacją. W Wielkiej Brytanii gospodarstwa domowe odpowiedzialne są za 20% emisji dwutlenku węgla (wykres 10). W zmagających się z problemami suburbanizacji Stanach Zjednoczonych odsetek ten wynosi aż 35% (McKinsey, 2009), a transport, w tym dojazdy z podmiejskich osiedli mieszkaniowych, przyczyniają się do ponad jednej trzeciej emisji gazów cieplarnianych (Dittmar, 2002). W Polsce zużycie energii na ogrzewanie i zapewnienie ciepłej wody w budynkach mieszkalnych wynosi ok. 35% całkowitego zapotrzebowania w skali kraju. Przekracza to ponad dwa razy zużycie na jednostkę powierzchni mieszkaniowej w zachodnioeuropejskich państwach o zbliżonym klimacie, przy czym udział węgla w produkcji energii elektrycznej w Polsce wynosi aż 92%⁶⁸. Na tak wysokie wskaźniki składają się głównie przyczyny technologiczne oraz związane ze sposobem eksploatacji zasobów. Wynikają one z zapóźnienia lub zaniedbań w stosowaniu rozwiązań o wysokiej wydajności energetycznej, pozostawiających niski ślad węglowy⁶⁹. Niedobory finansowe użytkowników i właścicieli nieruchomości utrudniają inwestycje w zakresie technologii ogrzewania pomieszczeń i wody, wentylacji i izolacyjności cieplnej budynków, zarówno w nowych założeniach, jak i modernizacji istniejących. Niewiedza, przede wszystkim niedostrzeżenie powiązań sposobem użytkowania lokali a ilością wykorzystanej energii, wynika między innymi z braku monitorowania zużycia, niedostatecznej edukacji lub ignorancji wobec kwestii emisji gazów cieplarnianych⁷⁰.

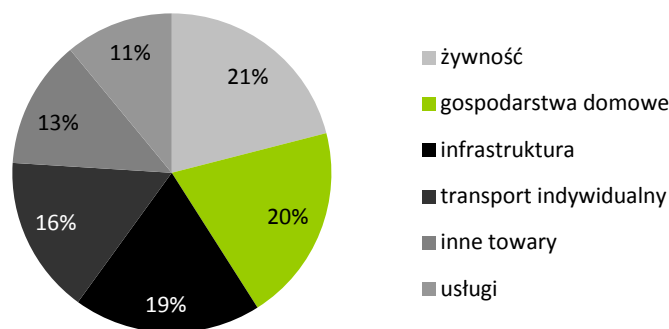
⁶⁶ Dyrektywa 2002/91/EC Parlamentu Europejskiego i Rady Europy z dnia 16 grudnia 2002 r.

⁶⁷ M.in. program dotacji na montaż kolektorów słonecznych, realizowany przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie.

⁶⁸ Dane Krajowej Agencji Poszanowania Energii S.A.

⁶⁹ Ang. *carbon footprint* - całkowita emisja gazów cieplarnianych wynikająca z działań osoby, instytucji lub związana z produkcją albo użytkowaniem towarów, podawana w ekwiwalencie dwutlenku węgla.

⁷⁰ Patrz także rozdział 2.4.3. *Styl życia i komfort*.



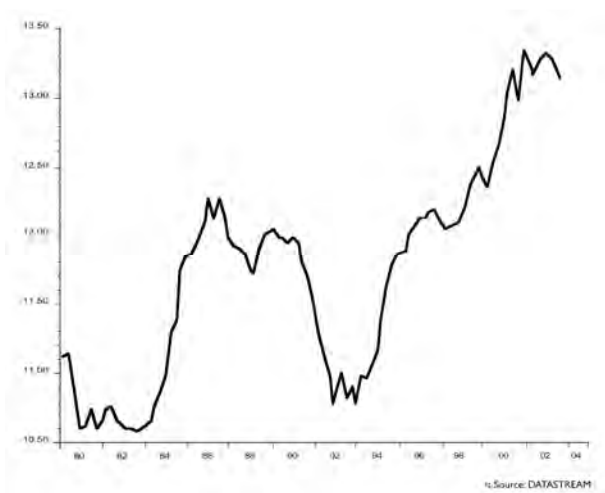
Wykres 10. Emisje dwutlenku węgla w Wielkiej Brytanii. Dane Stockholm Environment Institute (Lazarus, 2009)

(Żywność – energia niezbędna do wyprodukowania i transportu żywności; Gospodarstwa domowe – ogrzewanie, energia elektryczna, materiały budowlane; Infrastruktura – energia wbudowana w budynki inne niż mieszkalne; Transport indywidualny – dojeżdżanie do pracy, zakupy; Inne towary – energia wbudowana w produkty inne niż żywność; Usługi – zużycie energii przez biura, szpitale, szkoły i budynki użyteczności publicznej).

Zrównoważony rozwój wiąże się także ze zdrową, zbalansowaną, utrzymującą równe tempo wzrostu i konkurencyjności gospodarką. Zaburzenia równowagi rynkowej, inflacja i bezrobocie przynoszą konsekwencje społeczne spowodowane nagłym pogorszeniem się warunków życia oraz niosą ryzyko spychania na dalszy plan strategii i regulacji środowiskowych, które wiążą się ze zwiększonymi wydatkami. Konsumpcjonizm w kontekście mieszkalnictwa może przynieść negatywne konsekwencje w skali makro- i mikroekonomicznej. Wybory mieszkaniowe, wykraczające poza możliwości finansowe nabywców, powodują rosnące zadłużenie gospodarstw domowych (patrz wykres 11). Podobnie, jak w przypadku aspektów środowiskowych, indywidualne decyzje nabywców są podstawowym ogniwem opisanych procesów, a kredyt stanowi narzędzie realizacji ich konsumpcyjnych pragnień. Konsumenty starają się unikać dokonywania zakupów wysokiej wagi w gotówce, a możliwość dokonania płatności przy pomocy pożyczki ułatwia podjęcie decyzji, ponieważ moment sfinalizowania transakcji jest opóźniony. Dawniej proces nabywania dóbr następował odwrotnie – przedmioty albo były wytwarzane samodzielnie, albo kupowane po zgromadzeniu odpowiedniej ilości środków finansowych. Według Baudrillarda kredyt to uwolnienie od dawnego etosu oszczędzania i planowania wydatków, zwycięstwo nad dawnymi hasłami „oszczędzanie, praca, dziedzictwo”, kiedy możliwość kupienia danej rzeczy była traktowana jak wynagrodzenie za wykonaną pracę (Baudrillard, 2005a). Obecnie konsumpcja wyprzedza produkcję, kupujący chcą mieć upragnione rzeczy natychmiast, między innymi pod presją szybko przemijających mód, a kredyt umożliwia zrealizowanie tego zakupu⁷¹. Natychmiastowe oddanie się

⁷¹ Patrz także rozdział 2.4.1 *Wymiar ekonomiczny decyzji mieszkaniowych*.

konsumpcyjnym pragnieniom zgodnie z hasłem *It takes the waiting out of wanting*⁷² wiąże się jednak z ryzykiem, że towar będzie musiał być wymieniony na nowszy model lub ulegnie „znoszeniu”, zanim zostanie spłacony (Baudrillard, 2005b str. 170). W przypadku nieruchomości nabiera to szczególnego znaczenia, gdyż zmiany potrzeb mieszkaniowych, związanych z wielkością rodziny czy koniecznością przeniesienia się w inne miejsce, mogą nastąpić kilkakrotnie w wieloletnim okresie spłaty.



Wykres 11. Stosunek wysokości zadłużenia (w %) do dochodów w amerykańskich gospodarstwach domowych w latach 1980-2004 (Calverley, 2004, str. 117)

Każdy wynikający z rozwoju gospodarczego wzrost konsumpcji powoduje rosnące zadłużenie – proces ten miał miejsce zarówno w okresie międzywojennym, jak i powojennym (Galbraith, 1963). Obecnie podejście „zarobię na to później” stało się tak rozpowszechnione, że ludzie przestali czuć potrzebę oszczędzania. Absolwenci wyższych uczelni kończą je z perspektywą spłacania pożyczki zaciągniętej na opłacenie studiów i wkraczają już zadłużeni w życie zawodowe. Aby zachęcić potencjalnych nabywców do zaciągnięcia kredytu pomimo cen nieruchomości przekraczających ich możliwości finansowe, stosowane są „innowacje”, czyli na przykład różnicowanie wysokości rat tak, aby w początkowym okresie spłaty były one niższe, a sam kredyt wydawał się łatwiejszy do spłacania. Przekłada się to na pozornie wyższą siłę nabywczą, a ta na dodatkowy wzrost cen nieruchomości. Pęknięcie bańki kredytowej demaskuje jednak sztuczny wzrost (Immergluck, 2009) i może doprowadzić do kryzysu gospodarczego, jak stało się w przypadku obecnej recesji obejmującej rynki powiązane ze sobą w globalnej sieci. Czynnikiem wpływającym na stan gospodarki oraz decyzje konsumenckie stało się m.in. rozpowszechnianie praktyki związanej z refinansowaniem kredytu hipotecznego w związku z przewidywanym wzrostem wartości

⁷² Slogan reklamowy brytyjskiej karty kredytowej Access: *Eliminuje czekanie z pragnienia.*

nieruchomości⁷³. Praktyka ta pozwalała na pobieranie kolejnych, wyższych kredytów hipotecznych w celu spłacenia pierwszego kredytu oraz przeznaczenia nadwyżki na cele konsumpcyjne. Działania takie przyczyniły się m.in. do wzrostu wydatków na konsumpcję w Wielkiej Brytanii w latach 1987-1988. Również w Stanach Zjednoczonych poprawa koniunktury przynosiła perspektywę szybkiego, wyższego zysku i skłaniała właścicieli do większego zadłużenia na kolejny lub większy dom (patrz wykres 11). Wykorzystanie rosnącej wartości lokali jako zabezpieczenia kredytu okazało się jednak ryzykowne z uwagi na niekontrolowane procesy spekulacyjne, którym w warunkach wolnorynkowych podlegają nieruchomości, uważane za doskonałą lokatę kapitału (Calverley, 2004). Są traktowane jako inwestycje kapitałowe, zarówno z myślą o późniejszej sprzedaży z zyskiem, jak i w ramach bardziej złożonych form inwestowania, związanych z kredytami hipotecznymi. Oprócz inwestorów indywidualnych wykorzystują je także instytucje oraz firmy zajmujące się obrotem kapitału – banki, fundusze inwestycyjne bądź emerytalne (Calverley, 2004). Na bardziej liberalnych rynkach finansowych, w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, stosowano narzędzia pozwalające na zabezpieczenie kredytów hipotecznych poprzez emisję papierów dłużnych pod zastaw nieruchomości. Inną praktyką był handel papierami dłużnymi przez pośredników działających między kredytobiorcami a kredytodawcami⁷⁴. W Stanach Zjednoczonych zwiększono dostępność kredytów hipotecznych⁷⁵ oraz osłabiono mechanizmy ograniczające zakup i spekulację, takie jak podatki od zysków kapitałowych. Po 2000 roku kredyty uzyskiwały osoby, które wcześniej nie mogłyby sobie pozwolić na zakup nieruchomości z uwagi na niskie dochody. Na ryc. 12 przedstawiony jest schemat cyklu zależności między kredytami wysokiego ryzyka a wzrostem cen nieruchomości. Ich weryfikacja poskutkowała utratą płynności lub bankructwem banków oraz instytucji powiązanych z wtórnym rynkiem finansowym. Wraz ze spadkiem wydatków konsumpcyjnych, finansowanych wcześniej dzięki kredytom zaciąganym pod zastaw nieruchomości, przyczyniło się to do recesji w 2008 roku. Udziały zagranicznych instytucji finansowych w amerykańskim rynku kredytowym rozciągnęły kryzys poza Stany Zjednoczone. Gwałtowna korekta cen mieszkań przyczyniła się do spowolnienia tempa wzrostu gospodarczego nie tylko poprzez relacje rynku nieruchomości z szeroko pojętym sektorem budowlanym i mieszkalnictwem⁷⁶, ale także przez jego ścisłe powiązania z funkcjonowaniem lokalnych i globalnych rynków finansowych. Przyniosło to nie tylko konsekwencje gospodarcze, ale także urbanistyczne, społeczne i psychologiczne. Spadkowi uległa wartość nieruchomości położonych

⁷³ Ang. *mortgage equity withdrawal*.

⁷⁴ Tzw. wtórny rynek finansowy – ang. *secondary market*.

⁷⁵ Tzw. kredyty *subprime* udzielane osobom, które mogą mieć problemy z ich spłatą. Wyższe oprocentowanie i mniej korzystne dla kredytobiorcy warunki mają zrekomensować ryzyko ponoszone przez bank.

⁷⁶ Patrz przykład Irlandii opisany w rozdziale 1.4. *Zakres badań i metody badawcze*.

w pobliżu domów przejętych za niespłacone kredyty. Konieczność przeprowadzki do wynajmowanych mieszkań utrudniła wielu rodzinom dostęp do dobrych placówek edukacyjnych. Konsekwencje dotknęły także osób niezaangażowanych w kredyty, które zaczęły „konkurować” na rynku wynajmu (Immergluck, 2009). W Stanach Zjednoczonych, gdzie przeprowadzanie się za pracę jest naturalnym kierunkiem rozwoju kariery, wiele osób zrezygnowało z możliwości awansu. Przeniesienie się do innego miasta, pomimo nowych perspektyw zawodowych, wiązałoby się z finansowymi stratami. Sprzedaż domów stała się albo niemożliwa, gdyż równoległe z cenami nieruchomości obniżyła się zdolność kredytowa potencjalnych nabywców, albo uzyskana kwota nie wystarczyłaby do spłaty pozostałych rat pożyczki i wzięcia kolejnej na zakup domu w nowym mieście. Przyczyniło się to do zwiększenia wskaźnika bezrobocia i wolniejszego wzrostu zarobków poprzez spowolnienie karier (Timiraos & Casselman, 2011). Podobne zjawisko nastąpiło w krajach, w których sektor mieszkaniowy stanowił jedną z głównych gałęzi gospodarki, między innymi w Irlandii, opisanej w rozdziale 1.4. *Zakres badań i metody badawcze*. Nagłe załamanie rynku nieruchomości poskutkowało likwidacją tysięcy miejsc pracy⁷⁷, od branży projektowej⁷⁸ po budowlaną, zmuszając pracowników do przekwalifikowania się lub emigracji w poszukiwaniu zatrudnienia za granicą. Nadmierne, generowane procesami spekulacyjnymi, tempo rozwoju mieszkaniowego rynku przyniosło konsekwencje daleko wykraczające poza kwestie ekonomiczne.



Ryc. 12. Cykl zależności między kredytami wysokiego ryzyka a wzrostem cen nieruchomości (Immergluck, 2009, str. 93)

⁷⁷ W okresie „Celtyckiego Tygrysa” 15% populacji w wieku produkcyjnym znalazło zatrudnienie w branży budowlanej (*Annual Housing Statistics Bulletin 2006, Environment, Heritage and Local Government* opublikowane na www.envron.ie).

⁷⁸ Np. w 2008 roku w Irlandii pracę straciło 29% architektów (Dane Royal Institute of Architects of Ireland ze stycznia 2009 roku, źródło www.riai.ie).

Jak pokazują powyższe rozważania, konsumpcjonizm stanowi zaprzeczenie podstawowych założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju. Oszczędność, zarówno finansowa, jak i energetyczna, przeciwstawiona jest marnotrawstwu i rozrzutności, samoograniczenie nienasyceń i poszukiwaniu nowości, empatia egocentryzmowi, racjonalne planowanie długofalowych działań bezrefleksyjnymu decyzjom opartym na chwilowej przyjemności, a wspólne dobro indywidualnym pragnieniom. *Zagrożenia wytwarzane zbiorowo maluje się jako elementy krajobrazów światów prywatnych i przedmioty problemów osobistych, przedstawia się je tym samym jako sprawy, wobec których każdy staje w pojedynkę i którym winien stawić czoła samotnie* (Bauman, 1996, str. 275). Osoby wyznające konsumpcyjne i materialistyczne wartości uciekają jednak od odpowiedzialności tłumacząc, że skala zagrożeń jest zbyt poważna, aby jednostkowe decyzje mogły przynieść jakąkolwiek zmianę. Ich zdaniem skala problemów środowiskowych osiągnęła tak ogromne rozmiary, że tylko głęboka przebudowa polityki i odgórnych działań może wstrzymać ekologiczną i ekonomiczną katastrofę. Skala ta przekłada się jednak na sumę indywidualnych działań wynikających z konsumpcyjnych nawyków. Pomimo że kwestie mieszkalnictwa ustalane są przy pomocy regulacji wynikających z uwarunkowań politycznych i rynkowych, u podstaw wyborów mieszkaniowych leżą indywidualne decyzje konsumentów. Kwestie zamieszkania podlegają tzw. *tyranii małych decyzji* – pozornie mało istotne indywidualne wybory i działania mają ogromne znaczenie o globalnym zasięgu, jeśli tylko zostaną skumulowane w dużej skali (Kronenberg & Bergier, 2010, str. 344). Wybór mieszkania przekłada się na sposób, w jaki te codzienne decyzje będą podejmowane. Giddens nazywa je *codziennymi eksperymentami*, które dokonywane są rutynowo, ponieważ niemożliwe jest analizowanie każdego wyboru (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 59). Ponadto konsumenci nie zawsze rozumieją, że ich działania i wybory mają szersze konsekwencje w kontekście zrównoważonego rozwoju⁷⁹. Działania edukacyjne prowadzone przez placówki państwowe lub organizacje pozarządowe wydają się często niepoważne w skali i zasięgu lub dotyczą wyrwanych z całościowego kontekstu aspektów zrównoważonego rozwoju. Ich działanie jest mało skuteczne, jeśli mają charakter jednorazowy i nie są poparte czytelnym politycznym przekazem⁸⁰. Atrakcyjność konsumpcjonizmu polega na łatwości, z jaką dokonywane są złożone wybory. Preferencji wobec określonego rodzaju i miejsca zamieszkania zależą między innymi od wieku i pozycji społecznej użytkowników. Wiążą się z prestiżem przypisanym do określonej lokalizacji czy typu zabudowy,

⁷⁹ Np. aż 42% ankietowanych Amerykanów uważa, że indywidualne działania nie są w stanie wpłynąć na zmiany klimatyczne, a 38% wierzy, że nowe technologie będą w stanie zapobiec negatywnym środowiskowym efektom ludzkich działań bez konieczności przyjęcia zmian w prowadzonym przez jednostkę stylu życia (Leiserowitz, 2011).

⁸⁰ Przykłady alternatywnych działań edukacyjnych i informacyjnych przytoczone są w rozdziale 3.2.2. *Kategoria B – konsumenci o średnim poziomie refleksyjności*.

komfortem związanym z zamieszkaniem (Bell, i inni, 2004 str. 502) oraz możliwościami finansowymi. Przyjęta społeczna tożsamość lub taka, do której jednostka aspiruje, określona jest konsumpcją określonych towarów i narzuca z góry pewne rozwiązania. Osobom stojącym na danym szczeblu społecznej drabiny „nie wypada” konsumować pewnych produktów, także mieszkaniowych, bez względu na to, czy w rzeczywistości realizują ich prawdziwe potrzeby.

W kolejnych rozdziałach przedstawione są aspekty mieszkaniowego konsumpcjonizmu cechujące się negatywnymi konsekwencjami w kontekście zrównoważonego rozwoju. W celu określenia czy stanowią one naturalną i nieodwracalną pochodną społeczeństwa konsumpcyjnego, czy wynikają raczej z braku refleksji przy podejmowaniu decyzji mieszkaniowych przez indywidualnych konsumentów, przeanalizowane zostały zagadnienia związane z aspektami ekonomicznymi i pozaekonomicznymi tych wyborów. Dla uproszczenia, w odniesieniu do zasobów mieszkaniowych zaprojektowanych i użytkowanych zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju w kontekście zarówno środowiskowym, ekonomicznym i społecznym, używane będą zamiennie określenia "ekologiczne", „zrównoważone” i „zielone”.

2.4. Odpowiedzialność konsumentów

***Własny wizerunek odgrywa znacznie ważniejszą rolę w naszym życiu,
niż chcielibyśmy się do tego przyznać.
[...] nasze domy są publicznym wyrażeniem nas samych.***

(Norman, 2005 str. 53)

Trudności w przekonaniu konsumentów do wyborów mieszkaniowych zgodnych z koncepcją zrównoważonego rozwoju wynikają między innymi z indywidualnych upodobań, aspiracji, możliwości finansowych, konieczności przewartościowania stylu życia i ewentualnej rezygnacji z komfortowych dla użytkowników rozwiązań. Wpływ mają także habitus⁸¹ oraz modele życia i zamieszkania, charakterystyczne dla poszczególnych społeczności i kręgów kulturowych. Rozdział koncentruje się na przyczynach i negatywnych konsekwencjach wyborów mieszkaniowych, które wynikają z konsumpcyjnej postawy użytkowników oraz określa pole konfliktu pomiędzy materialistycznymi pragnieniami a holistycznym podejściem do kwestii zrównoważonego rozwoju. Analiza ewolucji potrzeb i preferencji mieszkaniowych ma na celu zrozumienie, jak kształtowały się uwarunkowania konsumpcyjnych wyborów w nowoczesnym i ponowoczesnym społeczeństwie.

Na przededefiniowanie tradycyjnych modeli zamieszkania wpłynęły przede wszystkim zmiany demograficzne następujące od końca XIX wieku (wzrost długości życia oraz niższa śmiertelność dzieci) oraz zmiany obyczajowe. Możliwość pełnej kontroli urodzeń, ujemny przyrost naturalny w wielu zamożnych społeczeństwach, napływ ludności o innych wzorcach kulturowych i społecznych w wyniku migracji, to z kolei cechy współczesnego etapu demograficznych zmian, określanego jako *Second Demographic Transition* (Kaa, 2002). Styl życia ulega również przekształceniom w powiązaniu z rozwojem gospodarczym, a jego najbardziej charakterystycznym symptomem jest westernizacja społeczeństw rozwijających się, także tych dotychczas odrębnych kulturowo od Zachodu. Przejawem tych przemian jest przejście zachodnich wzorców przez rozwijającą się klasę średnią. W kontekście mieszkaniowym oznacza to m.in. pragnienie zamieszkania w domach na przedmieściach, kojarzących się z atrakcyjnymi, znanymi z popularnych mediów wzorcami (Sengupta, 2011). Przed „drugą falą”⁸² rodziny żyły podobnie: wielopokoleniowo, pracując razem, przywiązane do ziemi. W okresie rewolucji przemysłowej zmianie uległ model rodziny i zamieszkania. Przeprowadzka do miasta,

⁸¹ Patrz przypis 14.

⁸² Określony przez A.Tofflera okres rozwoju naukowego, technologicznego i przemysłowego, rozpoczęty na przełomie XVII i XVIII w. i trwający do kryzysu energetycznego w latach 60. XX wieku (Toffler, 1980)

przejście z pracy na roli do fabryki, instytucjonalizacja wychowania dzieci oraz mobilność związana z koniecznością poszukiwania pracy, zmieniły diametralnie dotychczasowy sposób życia. Rodziny wielopokoleniowe zastąpiła rodzina nuklearna złożona z rodziców i dzieci (Toffler, 1980 str. 42). W latach 80. nastąpił odwrót od tradycyjnych ról kobiecych i męskich, zarówno zawodowych, jak i rodzinnych oraz zwiększyło się znaczenie indywidualizmu oraz samowystarczalności, także finansowej (Assael, 1987 str. 261). Współcześnie trudno nawet mówić o jakimkolwiek obowiązującym modelu rodziny – gospodarstwa domowe stanowią single⁸³, rodziny bezdzietne z wyboru, składające się z nowych partnerów i ich dzieci z poprzednich związków, homoseksualne, LAT⁸⁴ itd.. Nigdy nie istniała tak wielka różnorodność ani tak wielka zmienność, przy czym trwałość związków jest niższa niż kiedykolwiek wcześniej, dzieci usamodzielniają się coraz szybciej (wyjątek w Europie stanowią kraje południowe⁸⁵), a ludzie mogą w niewielkich odstępach czasowych znajdować się w zupełnie różnych sytuacjach rodzinnych (Bauman, 2008). Przekłada się to na nowe potrzeby mieszkaniowe i konieczność zapewnienia wyższej elastyczności zasobów. Na rynku nieruchomości w Stanach Zjednoczonych już pod koniec lat 70. zaczęto oferować niewielkie mieszkania lub domy na osiedlach „tylko dla singli”, którzy stanowili wówczas jedną piątą kupujących (Toffler, 1980 str. 222). Obecnie podobna tendencja dotyczy tak zwanych Common Interest Developments, popularnych zwłaszcza w USA enklaw mieszkaniowych, które działają na zasadzie spółdzielni i są zamieszkałe przez osoby o podobnych preferencjach i interesach, np. osoby starsze lub samotnie wychowujące dzieci (Arczyńska, 2010). Na wspomniane procesy nakłada się geograficzna mobilność, a tendencja ta podlega dalszej intensyfikacji. W latach 50. przeciętny Amerykanin przeprowadzał się z całą rodziną raz na pięć lat (Packard, 1962 str. 30), a współcześnie czyni to prawie 12 razy w ciągu życia⁸⁶.

Zupełnie inny model funkcjonuje w społeczeństwach, które przeszły transformację ustrojową. Niewystarczająca dostępność zasobów mieszkaniowych nie odpowiadała zapotrzebowaniu, w związku z czym aspiracje mieszkaniowe Polaków stały się wyjątkowo niskie. Młode, niezależne finansowo rodziny z dziećmi musiały szukać alternatywnych rozwiązań. Najczęściej oznaczało to zamieszkanie z rodzicami lub w mieszkaniach sublokatorskich. Zdobycie mieszkania, bez względu na jego jakość, wielkość czy lokalizację, było uważane za sukces.

⁸³ Osoby niebędące w stałych związkach.

⁸⁴ Oddzielne zamieszkiwanie osób znajdujących się w związku.

⁸⁵ Patrz rozdział 2.4.1 *Wymiar ekonomiczny decyzji mieszkaniowych*.

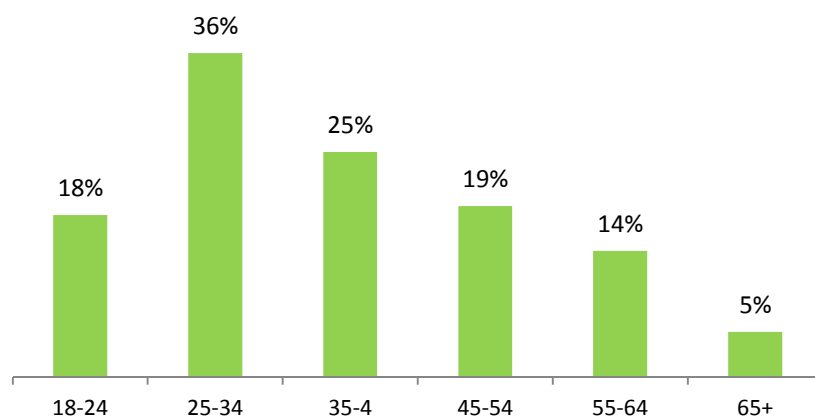
⁸⁶ Połowa przeprowadzek odbywa się w okresie pomiędzy 19 a 44 rokiem życia, przy czym osoby wynajmujące mieszkania lub domy przeprowadzają się prawie pięć razy częściej niż osoby zamieszkujące własnościowe nieruchomości (dane U.S. Census Bureau).

Po 1989 roku budowane indywidualnie domy miały zrekompenzować ciasnotę mieszkań w blokach i służyć wielopokoleniowym rodzinom, także dzieciom, które już założyły własne rodziny. Do dziś pozostały ślady socjalistycznej mentalności wyrażające się w stosunku do własności prywatnej - - nabyta nieruchomości jest „moja i nieodbierana”, kupowana na całe życie, nawet jeśli potrzeby mieszkaniowe zmieniają się diametralnie (Woroniecka, 2007). Kompetencje do prowadzenia własnej polityki mieszkaniowej przeniesiono na gminy, a stworzenie podstaw działania instytucji udzielających kredytów hipotecznych wprowadziło wolnorynkowe warunki zapewnienia sobie miejsca mieszkania. Zdolność kredytowa zastąpiła dawne „dojścia” w spółdzielniach mieszkaniowych. Lata transformacji przyniosły także wykształcenie się modelu nowego konsumenta produktów mieszkaniowych. Dochód, władza i wykształcenie, podstawowe wyznaczniki pozycji w kapitalistycznych społeczeństwach, zaczęły wypierać socjalistyczne wartości „wykształcenie-władza-kwalifikacje” (Rożałowska, 2008). Struktura społeczna masowo produkowanych zasobów mieszkaniowych, które miały szybko odpowiedzieć na zapotrzebowanie pokolenia powojennego boomu demograficznego, była zróżnicowana. Dzięki temu proces degradacji osiedli blokowych, obserwowany w większości zachodnioeuropejskich miast, nie rozpoczął się w Polsce na dobre. Mieszkania w blokowiskach nadal cieszą się sporą popularnością pomimo prognoz przewidujących spadek zainteresowania potencjalnych nabywców z uwagi na niski standard techniczny i niewielką powierzchnię lokali⁸⁷. Przyczyn tego zjawiska jest kilka. Mieszkanie wciąż jest trudno dostępnym towarem ze względu na cenę, a struktura społeczna mieszkańców zmienia się stosunkowo powoli – - głównie najzamożniejsze jednostki wyprowadzają się do miejsc i form zamieszkania, które podkreślają ich status, m.in. domów jednorodzinnych, apartamentowców lub mieszkań na grodzonych osiedlach. Zauważalne są także rozbieżności między negatywnymi opiniami badaczy i ekspertów rynku nieruchomości a preferencjami mieszkańców osiedli o zabudowie blokowej, którzy są zadowoleni z takiego miejsca zamieszkania (Szafrńska, 2010).

Dawne hierarchie wartości, również te związane z życiem osobistym i rodzinnym, ulegają westernizacji. Nowa polska rodzina wyrasta z silnych tradycji i zasad katolickich, jednak coraz wyraźniejszy jest wpływ liberalnego Zachodu. Opóźnia się moment zakładania rodziny, lecz zdecydowana większość młodych ludzi planuje rodzicielstwo; samotne życie uważane jest za porażkę, a nie alternatywę. Niesformalizowane czy homoseksualne związki są coraz powszechniej akceptowane (Beisert, 2006). Wielopokoleniowe gospodarstwa domowe nie należą

⁸⁷ Dopiero na przełomie 2011 i 2012 roku nastąpił spadek udziału mieszkań w blokach z wielkiej płyty na rynku wtórnym o ok. 8%. Dane: Home Broker.

jednak do rzadkości, a mobilność Polaków jest bardzo ograniczona. Prawie dwie trzecie populacji nadal zamieszkuje miejscowości, z których pochodzi, a tylko jedna czwarta wyraża gotowość przeprowadzenia się za pracę⁸⁸. Młodsze pokolenie zrywa jednak z takim modelem życia. W wyniku rozpowszechnienia edukacji wyższej, corocznie tysiące młodych Polaków przenoszą się na studia do dużych miast, a po otwarciu unijnego rynku pracy wyemigrowały za granicę, głównie w celach zarobkowych. Gotowość przeprowadzki za pracę wyraża aż 71% młodzieży akademickiej⁸⁹. Samodzielność młodych Polaków jest jednak ograniczona, głównie z przyczyn ekonomicznych. W porównaniu z zachodnioeuropejskimi rówieśnikami stosunkowo długo pozostają w domu rodzinnym – aż 70% ludzi w wieku 18-29 lat mieszka z rodzicami⁹⁰. Zaspokojenie potrzeb mieszkaniowych, jako symbol samodzielności i niezależności, pozostaje jednym z życiowych priorytetów – aż jedna piąta Polaków wskazuje cele mieszkaniowe jako najważniejsze do wypełnienia⁹¹.



Wykres 13. Mieszkanie jako główny cel (pragnienie) życiowy Polaków w różnych okresach życia (Boguszewski, 2008).

2.4.1. Wymiar ekonomiczny decyzji mieszkaniowych.

Wydatki na cele mieszkaniowe stanowią poważne obciążenie budżetu większości gospodarstw domowych. Decyzja o zakupie lub wynajmie, wielkości, lokalizacji i standardzie domu lub mieszkania jest uzależniona od wielu czynników, lecz możliwości finansowe konsumentów w dużej mierze determinują ostateczne wybory. Nieruchomości mieszkaniowe spełniają rolę dobra

⁸⁸ Dane CBOS z 2009 i 2010 roku.

⁸⁹ Dane z 2009 i 2010 roku (Szafraniec & Boni, 2011, str. 138)

⁹⁰ Raport „Jak mieszkamy”, Money TNS AISA na zlecenie GE, 2007.

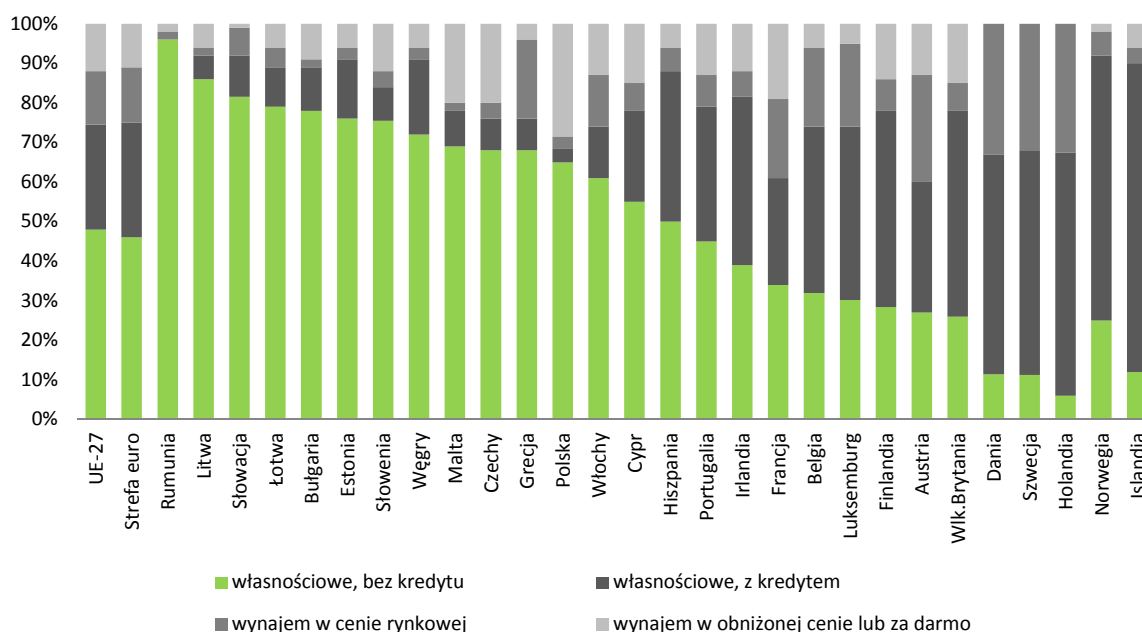
⁹¹ Aspiracje mieszkaniowe Polaków pozostają jednak niskie. Według badań agencji Metrohouse z 2009 roku największą popularnością cieszą się mieszkania o powierzchni 50-60m². Źródło: Metrohouse.

zarówno konsumpcyjnego, jak i inwestycyjnego (Smith, 2005 str. 2). Preferencje względem własności lub wynajmu nieruchomości mieszkaniowych różnią się w poszczególnych krajach i mają podłoże kulturowe, ekonomiczne i polityczne. Zależą od tradycyjnych sposobów finansowania inwestycji oraz polityki mieszkaniowej, subsydiów oraz skali i standardu zasobów komunalnych i socjalnych (Earley, 2004). W przypadku nieruchomości wysokość kwoty pożyczki zniechęca konsumentów do podejmowania nieprzemysłanych decyzji, jednak ich zachowania nie zawsze są racjonalne w rozumieniu ekonomicznym (patrz rozdział 2.4.2. *Zachowania konsumenckie*). Badania z zakresu psychologii wykazują, że wśród osób ceniących wysoko wartości materialistyczne chęć posiadania dóbr przeważa nad ich wynajmowaniem lub współdzieleniem (Kasser, 2002, str. 18), co odpowiada tezie, że najmniej materialistycznie nastawieni są mieszkańcy krajów zamożnych, w których wskaźnik wynajmu lokali mieszkaniowych jest najwyższy (patrz wykres 14) (Inglehart, 1990). Duży odsetek lokali własnościowych charakteryzuje kraje, w których stosunkowo niewiele nieruchomości mieszkaniowych finansowanych jest przy pomocy kredytów hipotecznych. W krajach południowej Europy funkcjonuje tradycja długiego mieszkania z rodzicami (we Włoszech mężczyzn pozostających długo w rodzinnym domu nazywa się żartobliwie *bamboccioni*⁹² – maminsynki, „przerośnięte” dzieci). Młodzi ludzie, zakładając relatywnie późno rodziny, są często wspomagani finansowo przez rodziców posiadających już stabilną i silną pozycję zawodową. System kredytowy jest słabiej rozwinięty na Południu i Wschodzie Europy, gdzie mniej stabilna ekonomia sprawiała, że banki uznawały kredyty za zbyt ryzykowne, więc podstawową drogą do własnego mieszkania okazywała się pomoc rodziny.

Wzorce nabywania mieszkań różnią się w różnych krajach. Amerykański system opiera się głównie na wieloletnich kredytach, w południowej Europie na zasobach finansowych rodzin, a w krajach dawnego bloku wschodniego wysoki procent mieszkań własnościowych wynika z przeniesienia państwowej własności w prywatne ręce (Smith, 2005). Zmiany własnościowe dawnych mieszkań spółdzielczych doprowadziły tam do paradoksalnej sytuacji. Uwłaszczenie lokali wymagało niewielkich kwot finansowego wkładu dzięki wysokim upustom dla mieszkańców, w związku z czym własne mieszkanie zdobyły osoby, których nie byłoby na nie stać na wolnym rynku, w tym wielu emerytów (Szyperska, 2009). Podobnie stało się w Wielkiej Brytanii, gdzie prywatyzacja mieszkań komunalnych, zamieszkałych przez osoby o dochodach zarówno niskich, jak i przekraczających średnią krajową, zostały sprywatyzowane podczas rządów Margaret Thatcher.

⁹² Określenie użyte w 2007 roku przez Tommaso Padoa-Schioppa, włoskiego bankiera i ekonomistę, podchwyczone przez media (The Guardian, 19 grudnia 2010)

Sprzedaż w ramach programu Right to Buy⁹³, z upustem wynoszącym do połowy wartości nieruchomości, przeorganizowała strukturę własnościową w skali kraju. Jednocześnie zaprzestano budowy nowych mieszkań komunalnych, a późniejsze programy kredytowania nieruchomości pod wynajem, tzw. *buy-to-let* z połowy lat 90., przerzuciły dużą część rynku wynajmu w ręce prywatne (Minton, 2009). Odsetek lokali własnościowych podniósł się z 10% w 1914 roku do 69% w 2001 roku, przy wciąż rosnącej liczbie nowych domów, jako konsekwencja procesu uniezależniania się od państwowych zasobów mieszkaniowych oraz ekspresja mobilności społecznej. Wzrost cen od początku lat 70. sprawiał, że zainwestowany w nieruchomości kapitał Brytyjczyków rósł znacznie szybciej niż ich dochody (Smith, 2005).



Wykres 14. Mieszkania własnościowe i wynajmowane w Europie, 2008 (źródło: Eurostat, dane z Niemiec niedostępne).

Pomimo iż kredyty pojawiły się w Europie dużo wcześniej niż w Stanach Zjednoczonych, m.in. w Anglii już pod koniec XVIII wieku (Thorns, 1973), w skali ich zaciągania, podobnie jak w konsumpcji, przodują Amerykanie. W 2002 roku łączna wartość ich zadłużenia, biorąc pod uwagę wyłącznie kredyty zaciągane przez osoby fizyczne, równała się produktowi narodowemu brutto Wielkiej Brytanii i Rosji razem wziętych (Whybrow, 2006, str. 27). Przed I wojną światową niewielu Amerykanów, nawet zamożniejszych, było stać na własny dom. Przyczyniła się do tego

⁹³ Program wdrożony poprzez Housing Act w 1980 roku.

industrializacja, kiedy ogromna liczba osób przeniosła się ze wsi do miast. W dużych skupiskach ludzi ceny zarówno gruntu, jak i materiałów budowlanych oraz wykonawstwa, przekraczały znacznie koszty budowy domów na terenach wiejskich. Instytucjonalnych kredytów udzielano już około połowy XIX wieku, później zajmowały się tym także osoby prywatne. W drugiej połowie XIX wieku powstały pierwsze instytucje pożyczkowe, których celem nie był zysk z odsetek od udzielanych kredytów mieszkaniowych, ale wspieranie dostępu obywateli do zasobów mieszkaniowych. Okres spłaty wynosił od 6 do 11 lat w latach 20., później wzrósł do 20-30 lat. Najbardziej popularny w XX wieku amerykański kredyt miał raty o równej wysokości, rozłożone na 30 lat. Oprócz towarzystw kredytowych powstawały także spółdzielnie budujące domy⁹⁴, które wynajmowano na zasadzie spłacania wartości mieszkania w ratach czynszu. Po kilku latach nieruchomości przechodziła na własność wynajmującego (Immergluck, 2009). W latach 20. XX w. rozpowszechniło się kupowanie na kredyt także innych dóbr konsumpcyjnych. Większość umeblowania sprzedanego w tamtej dekadzie spłacana była w ratach, podobnie nabywano coraz popularniejsze samochody. Zaczęły funkcjonować rządowe programy wspierające zakup własnego domu. Posiadanie nieruchomości miało znaczenie polityczne - uważano to za przeciwwagę dla bolszewickiego kolektywizmu i komunizmu. Kupno domu było też traktowane jako jeden z najważniejszych elementów ziszczenia własnego „American Dream” i do dziś aż dwie trzecie Amerykanów wskazało to pragnienie jako główną przyczynę zakupu nieruchomości (Kwan, 2011). Wkrótce po krachu giełdowym w 1929 roku powołano Federal Housing Administration (FHA) oraz uchwalono Federal Home Loan Banking Act (1932) i Federal Housing Act (1934), których celem było stymulowanie rynku mieszkaniowego oraz sektora budowlanego. Zmniejszono wówczas wymagania odnośnie wkładu własnego i ustalono optymalny, zarówno dla klientów, jak i instytucji finansowych, rodzaj i okres kredytowania. Czas spłaty wydłużono do 20 - 30 lat, co do dziś stanowi najbardziej typowy amerykański kredyt mieszkaniowy. Aby zminimalizować ryzyko niewypłacalności kredytobiorców, wprowadzono ubezpieczenia i gwarancje skarbu federalnego. Ustalone przez FHA standardy, które ustalały nieruchomości kwalifikujące się do kredytowania przy rządowym wsparciu, traktowały preferencyjnie nowo budowane domy. Niskie ceny podmiejskich gruntów, które potaniały w czasie Wielkiego Kryzysu, przyczyniły się do ekstensywnej suburbanizacji, a istniejące zasoby mieszkaniowe, zwłaszcza o niskim standardzie, pozostały bez szans na federalne dofinansowanie i zaczęły ulegać stopniowej degradacji. W latach 80. wysoka, trwająca aż do obecnego kryzysu gospodarczego

⁹⁴ Pierwsza w 1931 roku – Oxford Provident Building Association w Filadelfii.

dostępność kredytów przyczyniła się do wzrostu liczby nieruchomości własnościowych⁹⁵ (Immergluck, 2009; Kunstler, 1993). W latach 50. XX wieku Diners Club stworzył kartę kredytową, która zrewolucjonizowała zakupy i przyczyniła się do niekontrolowanego zapożyczania (Leadbeater, 1989).

Nierówna dystrybucja ryzyka związana jest ze spolaryzowanym podziałem kapitału i życiowych szans. Lepiej wykształceni otrzymują wyższe wynagrodzenie i mniejsze jest prawdopodobieństwo utraty przez nich pracy, zaś mniej zamożni muszą decydować się na tańsze mieszkanie w gorszych warunkach, często w niebezpiecznych dzielnicach. Mają obniżoną i bardziej elastyczną tolerancję względem akceptowalnego minimum jakości, gdyż ich sytuacja finansowa może łatwo ulec pogorszeniu (Beck, 2005 str. 36). Nawet krótkotrwały brak płynności finansowej łatwo doprowadza do ryzykownego poziomu zadłużenia. Kredyt traktowany jest jak każdy produkt dla masowego klienta i, podobnie jak inne towary, może mniej lub bardziej odpowiadać jego potrzebom, a koszt – mieścić się lub nie w jego możliwościach finansowych. W 2004 roku 10% zadłużonych Amerykanów miało problemy ze spłatą pożyczki już w ciągu pierwszych kilku miesięcy. Oznacza to, że kredyt nie był odpowiednio dopasowany do prognozowanych przychodów i potrzeb (Immergluck, 2009). Opinie kredytobiorców, zwłaszcza tych o najniższej zdolności kredytowej, którzy mają trudności z uzyskaniem niskiego oprocentowania zarezerwowanego dla osób o bardziej ustabilizowanej sytuacji zawodowej, potwierdzają to zjawisko. Wielu z nich uważa, że nie otrzymali bardziej korzystnej pożyczki np. z powodu dyskryminacji rasowej lub etnicznej (Immergluck, 2009). Ocenę zdolności kredytowej, czyli możliwości konsumpcyjnych jednostki, Bourdieu nazywa „ewaluacją wartości osoby” – ograniczona oznacza wykluczenie z konsumpcji i niską pozycję społeczną. Przytacza przykłady usilnych prób osiągnięcia maksymalnej oceny zdolności kredytowej przez potencjalnych pożyczkobiorców np. poprzez podawanie nierealnie niskich kosztów utrzymania (Bourdieu, 2010, strony 153, 170). Zbyt wysoki kredyt wiąże się z ryzykiem: *Tylko niewielu z nas może mieć rzeczywista pewność, że ich domów – bez względu na to, jak solidnie i zamożnie się dziś prezentują – nie prześlada widmo jutrzejszego bankructwa* (Bauman, 2008 str. 109). W 2010 roku rozpoczął się proces przejęcia przez banki prawie 2,9 miliona amerykańskich mieszkań, a prognozy ekonomiczne przewidują dalszy wzrost tej liczby⁹⁶. Nie można mieć gwarancji, że nieruchomości zachowają swoją wartość, a ich użytkownicy będą w stanie regularnie spłacać raty kredytu – - niepewność i zmiany dotyczą nie tylko rynku nieruchomości, ale i pracy, kursów walut, spraw

⁹⁵ W 2005 roku 68,9% amerykańskich gospodarstw domowych zajmowało lokale własnościowe (dane U.S. Census Bureau).

⁹⁶ Dane firmy Bloomberg.

osobistych. Do kategorii ryzyka, typowo związanych z rynkiem nieruchomości, należą także nierówna dostępność towaru, wahania stóp procentowych, niepewne możliwości zwrotu inwestycji, wysokie zadłużenie idące w parze z niską ochroną społeczną i ograniczona oferta (Smith, 2005 str. 2).

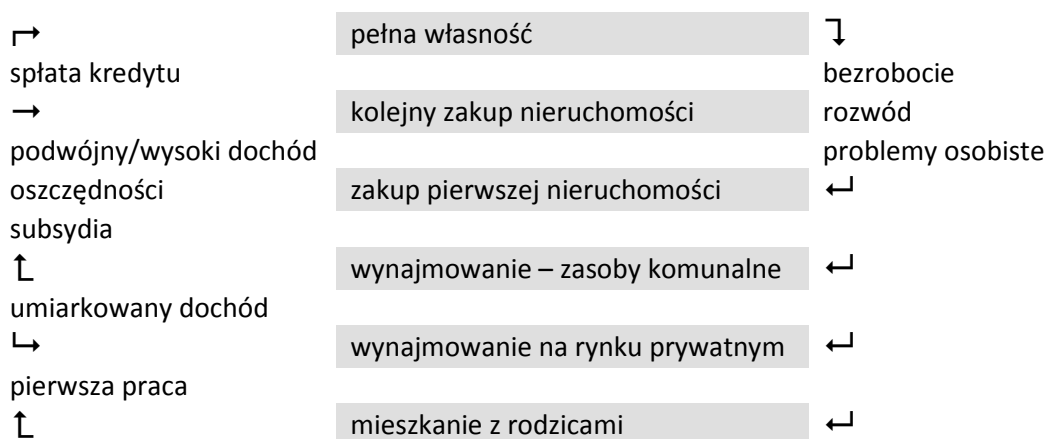
W Polsce coraz większa dostępność kredytów, wzrost zarobków oraz boom budowlany ostatnich lat przeddefiniowały model zamieszkania typowej rodziny, która obecnie, przy pewnym wkładzie własnym, może pozwolić sobie na własny lokal. W 2008 roku ponad połowa zakupionych nieruchomości mieszkaniowych była finansowana za pośrednictwem kredytów. Aż 30% z nich zostało zaciągniętych na 80-100% wartości transakcji, a kolejne 40% na 30-80%. Z uwagi na niską inflację pożyczki te były stosunkowo niedrogie w porównaniu z zachodnioeuropejskimi krajami (Trębski, 2008). Mimo recesji i utrudnień w uzyskaniu kredytów, w 2009 roku planowała z nich skorzystać prawie połowa potencjalnych nabywców⁹⁷. Ekonomiczne aspekty polityki mieszkaniowej zwrócone są głównie w kierunku państwowej pomocy w zakupie mieszkania przez młode rodziny (w Polsce program „Rodzina na swoim”), dzięki czemu zmniejsza się zadłużenie nabywców, mieszkania stają się dostępne, a rynek budowlany podlega stymulacji. Według badań przeprowadzonych na zlecenie banku ING, 80% Polaków uważa kredyt hipoteczny za powszechne rozwiązanie pozwalające na zakup własnego mieszkania. Nabycie nieruchomości uważane jest za dobrą inwestycję, nawet jeśli jest to zakup kredytowany (Bednarek, 2010). W kontekście trudności, jakie wiążą się z wyzwaniem zapewnienia odpowiednich warunków mieszkaniowych, wymóg realizowania domów i mieszkań zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju, stanowi poważne dodatkowe obciążenie dla konsumentów.



Ryc. 15. Fotografie niewykończonych polskich domów z serii „Niewypłacalni” Nicolasa Groszperre.
Źródło: www.groszperre.art.pl (pobrano 29 maja 2011).

⁹⁷ Dane z portalu nieruchomości www.nowyadres.pl

Preferencje dotyczące zakupu lub wynajmu nieruchomości w poszczególnych krajach wynikają nie tylko z zamożności i kulturowych preferencji, ale także z ilości istniejących zasobów, zarówno publicznych, jak i prywatnych oraz regulacji umożliwiających rozwój prywatnego rynku najmu. W Niemczech wynajmujący to ponad połowa populacji. Na rynku istnieją tam duże zasoby prywatne i publiczne, a odpowiednia legislacja zabezpiecza interesy najemców i wynajmujących. Skala i popularność najmu sprawiają, że własnościowe mieszkanie nie stanowi tak istotnej oznaki statusu jak np. w Wielkiej Brytanii (Earley, 2004). Budownictwo komunalne adresowane było tradycyjnie do robotników i niższej klasy średniej, dzięki czemu uniknęło stygmatyzacji mieszkań dla najuboższych. Oprócz pochodzących z lat 70. osiedli blokowych, charakteryzowało się wysokimi standardami jakościowymi i ekologicznymi i często stanowiło modelowy przykład dla mieszkalnictwa wolnorynkowego (Whitehead & Scanlon, 2007). We wszystkich krajach odsetek osób wynajmujących zmniejsza się wraz z wiekiem. Elastyczność i mobilność mają większe znaczenie we wczesnym etapie kariery, podczas gdy osoby starsze, o ustabilizowanej pozycji zawodowej i wyższej zamożności, częściej mieszkają we nieruchomościach własnościowych⁹⁸.

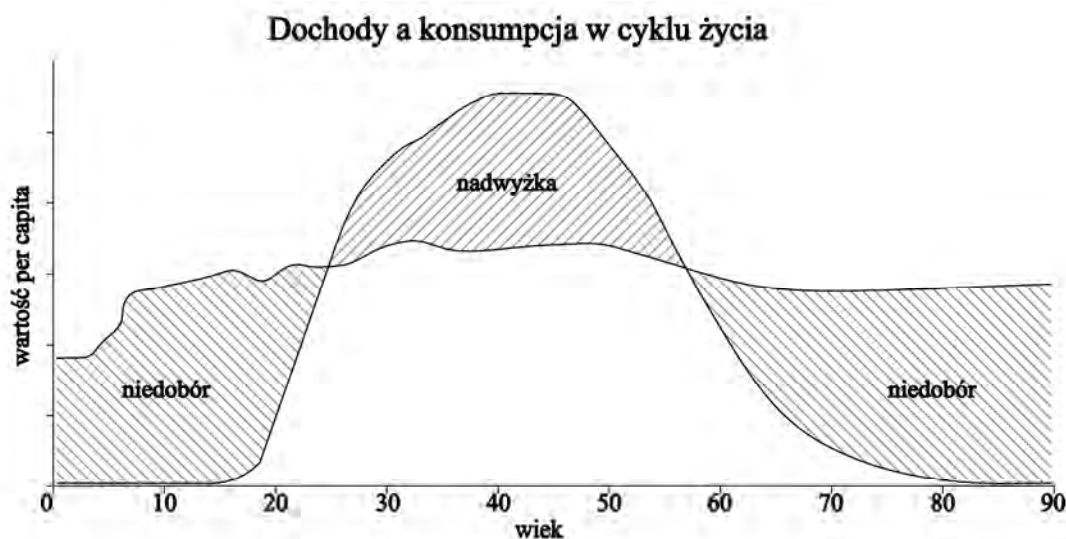


Tab. 16. Tradycyjna „drabina” mieszkaniowa przedstawiająca sytuację w kolejnych okresach życia (Grabkowska, 2010)

W Polsce tylko ok. 7% populacji wynajmuje mieszkania, podczas gdy w Czechach, Rosji czy Rumunii czyni tak 3-4 razy więcej osób. Tłumaczy to między innymi niską mobilność Polaków niechętnie przeprowadzających się za pracą. Po latach niedoborów mieszkaniowych oraz braku możliwości zakupu własnego „M”, lokale własnościowe stały się preferowaną formą zamieszkania. Własność prywatna jest idealizowana jako symbol stabilizacji, niezależności, dumy i zabezpieczenia

⁹⁸ Raport „Jak mieszkamy”, Money TNS AISA na zlecenie GE, 2007.

finansowego. Na uwagę zwraca wyjątkowo w Polsce wysoki odsetek lokali wynajmowanych przy obniżonym czynszu lub za darmo (ryc. 14). Na rynku prywatnym mieszkania są niechętnie wynajmowane, gdyż punktu widzenia najemców od płacenia właścicielowi bardziej korzystne jest uiszczanie rat kredytu hipotecznego. Z kolei wynajmujący własne nieruchomości wskazywali na niedogodne dla nich prawo, które utrudnia egzekwowanie obowiązków leżących po stronie lokatorów (m.in. trudności z regularnymi płatnościami i eksmisją). Przepisy, chroniące zarówno najemców, jak i wynajmujących oraz uproszczony system opodatkowania przychodów od najmu, funkcjonują w Polsce od niedawna⁹⁹. Mają szansę wpłynąć na rozwój prywatnego rynku najmu, istotnego zwłaszcza w okresie utrudnionego dostępu do kredytów hipotecznych oraz fluktuacji cen na rynku nieruchomości, kiedy najem jest alternatywą dla osób, których nie stać na zakup własnego mieszkania lub wolą odłożyć go w czasie. Inne przyczyny decydowania się na tę formę zamieszkania to m.in. łatwa dostępność, większa mobilność i możliwość ustalenia krótkich umów (Clarke & Whitehead, 2011). Podobną elastycznością i dodatkową możliwością „przetestowania” danego produktu mieszkaniowego charakteryzują się systemy wynajmu mieszkań przeznaczonych na sprzedaż. Najemcy mogą zdecydować się na zakup po ustalonym okresie (najczęściej po kilku latach), a zapłacona w tym czasie kwota staje się wkładem w kupno lokalu¹⁰⁰.



Wykres 17. Schemat cykli inwestycyjno-oszczędnościowych (Bodie, Treussard, & Willen, 2007, strony 15-17).

⁹⁹ W 2010 roku wprowadzono nowelizację *Ustawy o ochronie praw lokatorów*, która ustaliła m.in. 8,5% stawkę ryczałtu od nielimitowanych przychodów z najmu okazjonalnego oraz zabezpieczyła interesy właściciela nieruchomości poprzez uproszczone zasady eksmisji najemcy do wskazanego lokalu.

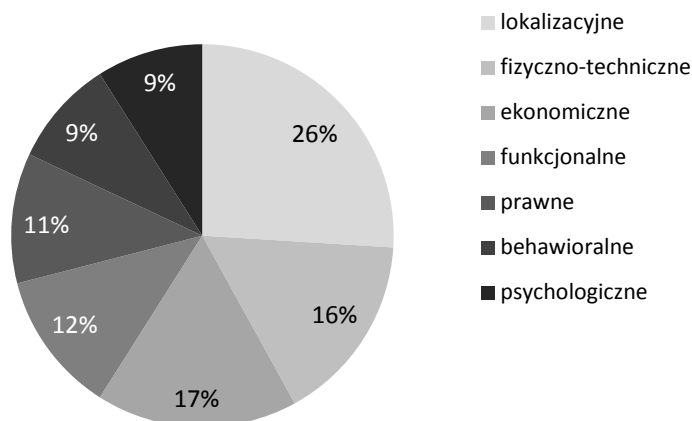
¹⁰⁰ Np. nieruchomości ogłaszane w brytyjskim serwisie www.renttobuy.co.uk. W Polsce podobny program, pod nazwą "Najpierw zamieszkać - potem kupić", wprowadziła m.in. firma deweloperska J.W. Construction na warszawskiej Woli i w Białołęce w 2010 roku.

Dla konsumentów istotne jest porównanie rat kredytu z kosztami najmu. Gdy rata jest niższa, zakup wydaje się atrakcyjniejszy z finansowego punktu widzenia. Sytuacja może jednak odwrócić się, gdy wysokie ceny wynikają ze spekulacji. Taki wybór może mieć dramatyczne konsekwencje dla kredytobiorców, których nieruchomości tracą na wartości, jednak wysokość kredytu nie ulega zmianie – taka sytuacja miała miejsce m.in. w Irlandii w latach 2007-2009, kiedy ceny nieruchomości spadły o ponad jedną czwartą (Pancewicz, 2010). Kupujący zakładają jednak, że wartość rynkowa ich domów nie zmniejszy się (patrz rozdział 2.4.2. *Zachowania konsumentckie*), gdyż główne wpływające na nią czynniki są niezmiennie (lokalizacja) lub mogą zmienić się na korzyść wraz z modernizacją budynku (patrz wykres 18). Z badań wynika, że prawie połowa właścicieli domów i mieszkań spodziewa się dostępu do udziałów zainwestowanych w swoją nieruchomość, przy czym wskaźnik ten jest wyższy wśród czterdziesto- i pięćdziesięciolatków niż wśród emerytów¹⁰¹. Mason rozróżnia trzy cykle w życiu, które wiążą się z niedoborami lub nadwyżkami dochodów. Jedynym okresem nadwyżki są dla większości osób lata aktywności zawodowej (wykres 17). Okres ten wiąże się jednak z licznymi wydatkami ograniczającymi możliwość inwestowania i oszczędzania na emeryturę: wychowywaniem dzieci, zakupem nieruchomości, doksztalcaniem (Mason, 2006). Pierwszy okres niedoborów pokrywany jest przez rodziców lub opiekunów. Wejście w wiek produkcyjny wiąże się z usamodzielnieniem i zmianą potrzeb mieszkaniowych, co najczęściej wymaga zaciągnięcia kredytu hipotecznego, który może być traktowany jako rodzaj produktu oszczędnościowego. Pozwala on na transfer środków z przyszłości w teraźniejszość, umożliwiając zakup nieruchomości, na którą dopiero zostaną zdobyte fundusze. Pozwala też przenieść te same środki w przyszłość, ponieważ posiadany lokal może stać się dodatkowym źródłem dochodu w okresie emerytalnym. Oznacza to jednak znaczne uszczuplenie potencjalnej masy spadkowej - - tendencja ta została żartobliwie określona jako SKI od *Spending Kids' Inheritance*¹⁰² (ang. „przepuszczanie spadku dzieci”) (Cowie, 2005). W Wielkiej Brytanii zakup nieruchomości to najbardziej rozpowszechniona, obok funduszy emerytalnych, prywatna inwestycja, traktowana przez nabywców jako podstawowe lub drugorzędne źródło dochodu rezerwowane na okres po zakończeniu aktywności zawodowej (Smith, 2005). Strategia ta stosowana jest także w innych krajach, w których przeważają mieszkania własnościowe. Uwolnienie części zainwestowanego

¹⁰¹ W porównaniu z ponad dwiema trzecimi badanych ze starszej grupy wiekowej, mniej niż połowa członków młodszej grupy zamierza pozostawić swój dom jako spadek. Badania przeprowadzone przez szkockie stowarzyszenie Hanover Housing Association we współpracy z CML (obecnie CML Research, dawniej Carne Martin Litchfield, brytyjska agencja badań na jakości).

¹⁰² Wykorzystywanie przez osoby w wieku poprodukcyjnym zgromadzonych wcześniej zasobów bez intencji przekazania ich spadkobiercom.

kapitału może przynieść także zamiana zajmowanego mieszkania na mniejsze, zwłaszcza po usamodzielnieniu się dzieci, gdy właściciele stają się tzw. *empty-nesters*¹⁰³. Alternatywnym rozwiązaniem jest także „umowa o dożywocie” (zwana też „umową dożywocia”), czyli regulowana przez kodeks cywilny umowa, mocą której jedna ze stron zobowiązuje się zapewnić zbywcy dożywotnie utrzymanie w zamian za przeniesienie na nią własności nieruchomości¹⁰⁴. Różni się od niej, popularna zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych i możliwa już do zrealizowania w Polsce, tzw. „odwrócona hipoteka”. Zgodnie z jej zasadami właściciel nieruchomości otrzymuje od banku bądź innej instytucji finansowej raty spłacające wartość jego nieruchomości, do której prawa posiada aż do śmierci. Następnie jego spadkobiercy mogą spłacić kredyt i zachować prawo do lokalu, a jeśli tego nie zrobią, bank przejmie taką część wartości nieruchomości, jaką wypłacono seniorowi, a spadkobiercy otrzymają nadwyżkę pomniejszoną o prowizję (Arczyńska, 2010). Metody te odpowiadają strategii gromadzenia oszczędności do wykorzystania w momencie zakończenia aktywności zawodowej, wymienianej wśród zadań rozwojowych Polski: *Zgodnie z regułami nowego systemu emerytalnego (w którym [...] wysokość przyszłych świadczeń zależy przede wszystkim od decyzji podejmowanych w okresie aktywności zawodowej), osoby nim objęte mogą rozkładać własną konsumpcję zgodnie z indywidualnymi preferencjami* (Boni, 2009).



Wykres 18. Czynniki wpływające na rynkową wartość nieruchomości. Na podstawie (Stachura, 2007 str. 46)

Czynniki fizyczno-techniczne obejmują m.in. wielkość i standard lokali, ekonomiczne - koszt utrzymania, eksploatacji i napraw; funkcjonalne - elastyczność budynku, behawioralne są związane z satysfakcją osiąganą z użytkowania. Wymienione czynniki odnoszą się również do nieruchomości o funkcji innej niż mieszkalna.

¹⁰³ Osoby, których dzieci wyprowadziły się już z rodzinnego domu.

¹⁰⁴ Kodeks Cywilny art. 908-916

Czynniki ekonomiczne determinują zakres możliwości wyboru miejsca zamieszkania przez konsumentów, zarówno w zakresie lokalizacji, formy i standardu lokalu, jak i w kontekście finansowania. Potraktowanie własnego domu jako inwestycji lub produktu oszczędnościowego pozwala na lokatę kapitału lub uzyskanie znacznych korzyści finansowych, lecz jednocześnie podlega ryzyku z uwagi na nieprzewidywalne fluktuacje rynkowe i możliwość nagłego załamania cen nieruchomości. Poniższe rozdziały koncentrują się bardziej szczegółowo na procesie podejmowania decyzji mieszkaniowych i oraz analizują pozaekonomiczne aspekty wyboru nieruchomości, związane przede wszystkim ze statusem i stylem życia oraz ich relacjami wobec kwestii zrównoważonego rozwoju.

2.4.2. Zachowania konsumentckie

Teoria ekonomiczna dotycząca konsumpcji bazuje na racjonalnych założeniach, które nie uwzględniają wpływu czynników społecznych i psychologicznych. Ekonomiści używają do swoich rozważań idealnego modelu zakładającego, że konsumenci zawsze postępują racjonalnie, opierają decyzje na rzetelnych informacjach i wybierają produkty, które przyniosą im największe korzyści i satysfakcję. Ich preferencje są z założenia konsekwentne, zoptymalizowane pod względem finansowym, niezmiennie w czasie i nie podlegają wpływowi decyzji innych konsumentów (Rekowski, 1993) (Assael, 1987). W rzeczywistości proces podejmowania decyzji zależy od wielu czynników pozaekonomicznych, związanych między innymi z wagą i stopniem zaangażowania w decyzję. Wysokie znaczenie zakupu wiąże się z ryzykiem finansowym (jeśli cena produktu jest wysoka), społecznym (gdy są to przedmioty istotne dla otoczenia lub eksponowane) oraz psychologicznym (napięcie lub lęk przed podjęciem niewłaściwej decyzji) (Assael, 1987 strony 12-13). Nieruchomość, zakup o wysokim znaczeniu i cenie, wiąże się ze wszystkimi wymienionymi rodzajami ryzyka. Wybory konsumenta uzależnione są od indywidualnych preferencji związanych ze stylem życia i cechami osobowymi, od wpływu otoczenia (przynależności do określonej klasy społecznej lub grupy etnicznej, wpływu rodziny i przyjaciół) oraz strategii marketingowych (patrz rozdział 2.5. *Odpowiedzialność konsumentów*) (Assael, 1987). Poniżej przedstawiono model czynników wpływających na zachowanie konsumenta (tab. 19):

czynniki kulturowe	czynniki społeczne	czynniki osobiste	czynniki psychologiczne
kultura subkultura klasa społ.	grupa odniesienia rodzina role i status	wiek i faza cyklu życia zawód sytuacja ekonomiczna styl życia osobowość i ambicje życiowe	motywacja percepcja proces uczenia się przekonania i postawy

Tab. 19. Szczegółowy model czynników wpływających na zachowanie konsumenta (Stachura, 2007, str. 236, na podstawie P. Kotler (1994). *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Warszawa: Gebethner i Ska.

Każdy produkt, włączając dom lub mieszkanie, postrzegany jest na różnych poziomach percepcji. Natychmiastowa reakcja na przedmiot, na poziomie instynktownym, jest wspólna dla wszystkich odbiorców, bez względu na ich doświadczenie i edukację. Poziom behawioralny związany jest z przyjemnością i efektywnością użytkowania i koncentruje się głównie

na funkcjonalności, parametrach technicznych i obsłudze. Na poziomie refleksyjnym następuje interakcja między produktem a tożsamością użytkownika, uwzględniająca racjonalność i stronę intelektualną wyboru. Wiąże się z własnym wizerunkiem i skutkuje w dumie bądź wstydzie z użytkowania lub posiadania danego towaru¹⁰⁵ (Norman, 2005, strony 5, 6, 38). Psychologowie twierdzą, że istnieją graniczne liczby wariantów, po przekroczeniu których ludzie nie są w stanie oszacować potencjalnych korzyści lub ryzyka wyboru (Barber, 2007, str. 139). Ponieważ emocje przemijają relatywnie szybko, te same obiekty mogą po pewnym czasie wywoływać zupełnie nowe lub przeciwstawne odczucia. W kontekście wyborów mieszkaniowych, zarówno kupna, związanego z poważnym dla większości nabywców wydatkiem, jak i najmu, na ocenę oferty składa się szereg następujących czynników:

czynniki wpływające na wrażliwość nabywcy na cenę domu/mieszkania	
wyjątkowość produktu	lokalizacja, jakość architektury, wartość historyczna lub artystyczna etc.
zindywidualizowane właściwości produktu	kombinacja cech produktu niepozwalająca na porównanie nieruchomości między sobą, np. doświetlenie, rozplanowanie pomieszczeń
relacja ceny do dochodów	z uwzględnieniem m.in. kosztów kredytu i transakcji
relacja ceny do jakości	mniej wrażliwość na cenę w przypadku wysokich parametrów jakościowych nieruchomości, informujących o statusie właścicieli
promocja produktu	skuteczność działań marketingowych deweloperów lub agencji pośrednictwa nieruchomości

Tabela 20. Czynniki wpływające na wrażliwość nabywcy na cenę domu lub mieszkania (Stachura, 2007)

Pomimo wagi i finansowych konsekwencji mieszkaniowych wyborów, są one często dokonywane w sposób nieprzemysłany, uwarunkowany ograniczoną podażą, dogodnymi w danym momencie warunkami kupna lub wynajmu albo specyficznymi przyczynami rodzinnymi, finansowymi lub podatkowymi (Rożałowska, 2008, str. 143). *Gospodarstwo domowe podejmuje zwykle samodzielne decyzje, kierując się przy tym własnym interesem oraz ryzykiem związanym z konsekwencjami tych decyzji. Podsystem ten nie zawsze działa zgodnie z prawidłowościami charakterystycznymi dla dojrzałej gospodarki rynkowej* (Stachura, 2007 str. 20). Decyzja najczęściej podejmowana jest wspólnie przez członków gospodarstwa domowego, gdyż odpowiedzialność za nią jest wówczas ponoszona przez wszystkich. W takim przypadku zachodzi czasem zjawisko polegające na wyborze droższego produktu, niż gdyby dokonywał go tylko jeden z członków rodziny

¹⁰⁵ Do odczuć tych odnoszą się często twórcy reklam, patrz ryc. 25.

(Assael, 1987 str. 394). Gdy wybór konsumenta jest nieodwracalny lub jego anulowanie wiąże się z trudnościami, a sam zakup jest kosztowny i wymagający dużego zaangażowania nabywcy, po zakupie pojawiają się wątpliwości. Kupujący starają się utwierdzić się w przekonaniu o słuszności podjętej decyzji i koncentrują się na pozytywnych informacjach, ignorując te, które wskazywałyby na popełniony błąd. W kontekście zakupów mieszkaniowych – kosztownych i trudno odwracalnych – konsumenci zwracają uwagę zwłaszcza na sygnały sugerujące przewidywany wzrost cen na rynku nieruchomości (Calverley, 2004), nie zwracając uwagi na pesymistyczne prognozy, gdyż ewentualne straty są odczuwane silniej niż zyski. Badania Kahnemana i Tversky'ego wskazują, że w sytuacjach o różnym stopniu ryzyka konsumenci wybierają chętniej warianty oznaczające mniejszą możliwość strat, nawet jeśli w ogólnym rozliczeniu mogliby zyskać więcej¹⁰⁶. Tłumaczy to zjawisko wysokiego popytu, występującego podczas wzrostu cen nieruchomości. Racjonalne byłoby unikanie inwestowania w momencie, w którym towary osiągają wysokie ceny, lecz perspektywa straty, gdyby ceny w dalszym ciągu rosły, jest jednak boleśnieszka niż ewentualny zysk, z którym wiązałoby się odłożenie zakupu na później (Calverley, 2004). Nakłada się na to opisany przez Leibensteina tzw. „efekt owczego pędu” (ang. *bandwagon effect*), czyli podążanie za decyzjami otoczenia, skutkujące zwiększającym się popytem na pewne towary tylko dlatego, że są one kupowane przez innych (Leibenstein, 1950). Kiedy mieszkania zaczynają drożeć, konsumenci decydują się na zakup własnego lokalu jako inwestycji oraz w obawie przed dalszym wzrostem cen. Nastąpiło to między innymi w krajach wstępujących do Unii Europejskiej, także w Polsce, czy w Chinach, gdzie w 2000 roku 77% rodzin mieszkających w miastach było właścicielami nieruchomości (James, 2007 str. 122). Podobne behawioralne wytłumaczenie nieracjonalnych decyzji, związanych z nieruchomościami mieszkaniowymi (inwestycyjnymi) po załamaniu amerykańskiego rynku mieszkaniowego, zauważyli w swoich badaniach Lane, Seidler i Seidler. Ankietowani inwestorzy przeceniali wartość swojej nieruchomości średnio o ok. 3% i uznawali ją za bardziej oporną na recesję niż porównywalne domy w sąsiedztwie. Jeśli decydowali się na sprzedaż nierentownej nieruchomości, robili to z reguły po długich wahaniach, ponosząc znacznie poważniejsze straty finansowe, niż gdyby uczynili to od razu. Pośrednicy w USA zauważyli wyraźny spadek sprzedaży po kryzysie na początku 2008 roku. Potencjalni klienci preferowali wstrzymanie się z zakupem mieszkań przez rok do trzech lat, licząc na dalsze spadki cen (Diesenhouse, 2008). Część respondentów czekała ze sprzedażą, ponieważ taki ruch byłby jednoznaczny z przyznaniem się do popełnionego inwestycyjnego błędu. Działania takie nabierają szczególnego znaczenia w kontekście zjawiska ekonomicznego związanego

¹⁰⁶ Podobne zjawisko, jednak w odniesieniu do czasu, prezentuje tzw. *dyskontowanie hiperboliczne*, czyli ocenianie wyżej tych korzyści, które mogą zostać uzyskane w krótszej perspektywie czasowej (McKinsey, 2009).

z powstawaniem baniek kredytowych (spekulacyjnych). Polega ono na nadmiernym, powstającym w niewielkim okresie czasu, wzroście różnicy ceny rynkowej w stosunku do realnej wartości towaru. Calverley wskazuje, że zjawisko powstawania baniek jest ściśle powiązane z dokonywaniem przez inwestorów błędnych, dyktowanych irracjonalnymi pobudkami, wyborów. Wynikają one z nierealistycznych oczekiwań zwrotu nakładów, spowodowanych błędną interpretacją wskaźników ekonomicznych, bezmyślnym podążaniem za otoczeniem bądź nadmiernym optymizmem prowadzącym do wybierania ryzykowniejszych decyzji inwestycyjnych (Calverley, 2004).

Wpływ otoczenia

Grupa odniesienia to nie tylko najbliższe otoczenie czy lokalna społeczność, ale cała klasa społeczna, do której aspiruje jednostka. Wzorce przekazywane przez media podnoszą poziom wymagań odbiorców. Telewizja pokazuje ponadprzeciętnych ludzi prowadzących ponadprzeciętne życie, w związku z czym widzowie mają wyolbrzymione pojęcie o poziomie życia, jaki mogą potencjalnie osiągnąć (James, 2007 str. 42). W Stanach Zjednoczonych, kolebce konsumpcjonizmu, w latach 50. i 60. główną grupą odniesienia było sąsiedztwo. Wyjątkowo trafne stało się wtedy powiedzenie *Keeping up with the Joneses*, czyli *dotrzymywanie kroku sąsiadom*¹⁰⁷. Ponieważ grupy sąsiedzkie były wyjątkowo homogeniczne (w poszczególnych dzielnicach i osiedlach kupowały domy rodziny o zbliżonych dochodach), aspiracje mieszkańców i ich możliwości finansowe osiągały podobny poziom¹⁰⁸. Uważano, że lokalizacja na przedmieściach skutkuje określonym stylem życia (Savage, i inni, 2003 str. 84). Wejście kobiet na rynek pracy zaburzyło dawny, ustalony porządek, a do podwójnego dochodu rodziny doszły także kontakty z osobami o zróżnicowanym statusie. Swoją pozycję określano już nie tylko na podstawie porównań z sąsiadami, ale i ze środowiskiem pracy, w którym trudniej było dotrzymać kroku bardziej zamożnym osobom. Także przeniesienie środka ciężkości z sąsiedztwa na pracę i dom, w którym coraz ważniejszą rolę odgrywała telewizja prezentująca podziwiany styl życia klas średnich i wyższych, spowodowało wzrost konsumpcyjnych aspiracji Amerykanów (Schor, 1999).

W kontekście usytuowania jednostki w otoczeniu, Baudrillard dostrzega jedno z najistotniejszych znaczeń konsumpcji – jej funkcjonowanie jako język. *...konsumujemy znaki (przekazy, obrazy) raczej niż towary. Oznacza to, że konsumenci muszą potrafić „odczytać” system*

¹⁰⁷ Powiedzenie było oryginalnym tytułem popularnego komiksu Arthura R. „Pop” Momanda, który ukazywał się od 1916 roku w „New York World”. Tytułowi Jonesowie byli sąsiadami głównych bohaterów.

¹⁰⁸ Stało się tak z powodu tzw. *embourgeoisment*, czyli upowszechnienia stylu życia i wzorców konsumpcyjnych klasy średniej wśród klasy robotniczej. Zjawisko to następowało w dwóch powojennych dekadach (Marshall, 1998).

konsumpcji, żeby wiedzieć, co konsumować. [...] Produkty nie są już określone przez swoją użyteczność, ale przez swoje znaczenie (Baudrillard, 2005a str. 7). Z kolei Schor wskazuje, że symboliczne znaczenie przedmiotów rośnie we współczesnym świecie, lecz wiąże się z tym pewien paradoks. Im większa rola symboliki towaru, a jego materialne znaczenie mniejsze, tym więcej materialnych przedmiotów podlega konsumpcji, więc teoretycznie w swoim natłoku powinny tracić siłę przekazu (Schor J. B., 2010, str. 27). Według Mathewsa wpływ otoczenia dzieli się na kilka rodzajów determinant, wśród których największe znaczenie posiadają aspekty kulturowe, społeczne, związane z czynnikami sytuacyjnymi i grupami odniesienia (tab. 21). [Wybory są] *uwarunkowane między innymi wiekiem, przynależnością klasową, płcią i stopniem zamożności, a także przynależnością do określonej grupy narodowej* (Mathews, 2005 str. 19).

wpływ otoczenia - determinanty

kulturowe	odnoszą się do szerokiej grupy ludzi oraz do norm i wzorców zachowania. Można również wyróżnić międzykulturowe i subkulturowe – takie, które odróżniają się od ogólnie przyjętych wartości i norm.
społeczne	grupa osób o podobnym statusie finansowym, wykształceniu, zawodzie. Należący do niej ludzie mają tendencje do zamieszkiwania tych samych okolic, a ich wzorce kupowania są do siebie zbliżone.
grupa odniesienia	najbliższe otoczenie, które funkcjonuje jako dobre bezpośrednie źródło informacji o produktach oraz ich porównania; często rodzina
czynniki sytuacyjne	uzależniające wybór danego produktu od tego, w jakich okolicznościach (nastroju, towarzystwie), o jakiej porze dnia, itd. będzie używany. Mają szczególne znaczenie w określaniu przyczyn, dla których produkt jest nabywany.

Tab. 21. Wpływ otoczenia na podejmowaną decyzję o zakupie (Assael, 1987 strony 16-17)

Pojęcie klasowości, odnoszące się do pozycji jednostki lub grupy, opierało się tradycyjnie na takich kryteriach jak zawód, wykształcenie i dochody (Assael, 1987 str. 351). Większość teorii stratyfikacji bazuje na związku pomiędzy zamożnością a strukturą klasową. Według Marksa klasowość wynikała z bezpośredniego związku z kapitałem – jego posiadanie przypisywało jednostki do określonej klasy, przy czym Weber odnosił ją do zróżnicowanego poziomu dostępu do zasobów, które mogły przynieść potencjalny zysk. Grupy o różnym statusie określa konsumpcja towarów, a ponieważ obecnie własny dom lub mieszkanie mogą posiadać przedstawiciele wszystkich klas, własność, czyli kapitał w formie nieruchomości, wpływa na zacieranie się granic pomiędzy nimi. Kwestia ta musi jednak być analizowana nie tylko w kontekście ekonomicznym, ale także politycznym i ideologicznym (Saunders, 1984). O statusie jednostki decyduje pozycja rynkowa –

– kwalifikacje, wykształcenie i możliwości uzyskania dobrze płatnej, prestiżowej pracy. Innym wyznacznikiem pozycji w społecznej hierarchii jest według Webera styl życia - sposób mieszkania, ubierania się, mówienia. Odpowiada to teorii Bourdieu, który wyróżniał poszczególne grupy społeczne na podstawie ich kapitału kulturowego i ekonomicznego. Nastąpiło różnicowanie i indywidualizacja stylów życia, w związku z czym klasy straciły swoją dawną wyrazistość opartą na statusie (Beck, 2005 str. 51). Nowy podział wiąże się z upadkiem dawnych klasyfikacji klasowych i zastępuje je nowym porządkiem, opartym na konsumpcji danych dóbr i określonej w ten sposób tożsamości. W kontekście zamieszkania zarówno dochody, jak i potrzeby kulturowe (styl, sposób spędzania wolnego czasu) determinują, na jaki model i miejsce zamieszkania zdecydują się przedstawiciele danej grupy (Giddens, 2005). Warunkują także sposób urządzania własnej przestrzeni, przy czym ocenie może podlegać forma architektoniczna, kolor, materiał, sposób dekorowania budynku, wygląd ogrodu czy harmonia, jaką tworzy zestawienie tych wszystkich elementów. Przestrzeń domowa jest przepełniona symbolami statusu właściciela, a właściwe odczytywanie zawartych w nich treści jest uzależnione od kapitału kulturowego odbiorcy (Rożałowska, 2008, str. 26). Wykluczeniu podlega grupa, której nie stać na swobodne wybory życiowe i wolność konsumpcji, nazywana niekiedy „podklasą”¹⁰⁹. Ubóstwo nie jest jedynym wyjaśnieniem jej pozycji - Bauman zwraca uwagę na jej antyspołeczne zachowanie, co sugeruje, że wykluczenie jest być może kwestią wyboru, a nie tylko niechcianego znalezienia się w określonych okolicznościach. Wykluczenie to wypadkowa braku kompetencji w dokonywaniu słusznych wyborów, niedoceniań korzyści płynących z pracy lub braku umiejętności podjęcia wysiłku, który mógłby poprawić sytuację należących do tej grupy osób¹¹⁰ (Bauman, 2001) (Bauman, 2007).

Dostępność dawniej ekskluzywnych dóbr przyczynia się do demokratyzacji społeczeństwa. Nowa klasa średnia nazywana jest przez Bourdieu „nową *petite bourgeoisie*”, „klasą wiedzy” lub „nową klasą” przez Galbraitha, a przez Lasha „klasą usług” ze względu na jej przeważające zatrudnienie w tym sektorze (Featherstone, 1991, str. 43). W Stanach Zjednoczonych podział klasowy jest określany bardziej na podstawie indywidualnego przypisywania się do danej grupy (Sennett, 1999 str. 65), tym istotniejsze jest podporządkowanie się wymogom prowadzenia typowego dla niej stylu życia i eksponowania symbolicznych oznak przynależności. W Polsce definicja klasy średniej jest dyskusyjna. Henryk Domański, badający zmiany społeczne po transformacji

¹⁰⁹ Pojęcie użyte po raz pierwszy w 1963 roku przez G. Myrdala (Myrdal, 1963)

¹¹⁰ Lash za podklasę uważa z kolei grupę wyłączonej z dostępu do informacji i komunikacji, pozbawioną możliwości refleksji i wyboru zindywidualizowanej drogi życiowej oraz uczestniczenia w obywatelskich prawach i obowiązkach (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 130).

ustrojowej, miał wątpliwości, czy pojęcie to oznacza grupę osób, czy zespół społecznych zjawisk. Niektórzy badacze są zdania, że zbyt niskie dochody Polaków nie pozwalają na konsumpcję na pokaz (na początku tysiąclecia ponad połowa populacji żyła na poziomie poniżej minimum socjalnego), a rywalizacja o status społeczny była dotychczas obca polskiej mentalności (Szlendak, i inni, 2004). *Pewien realizm oznacza, że ludzie w pewnej społecznej sytuacji nigdy nie posiadają aspiracji i potrzeb mocno wykraczających poza to, co mogą racjonalnie osiągnąć* (Baudrillard, 2005a str. 63). Wybrany przez nich styl życia jest racjonalnie dopasowany do możliwości, a w przypadku konsumentów o niskim kapitale kulturowym odpowiada poziomowi, na którego podniesienie osoby te nie mają wpływu (Sulkunen, 2009, str. 27) (Inglehart, 1990, str. 215). Wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa aspiracje konsumpcyjne osiągają jednak coraz wyższy poziom, a wzorce mieszkaniowe podlegają zmianom, nierzadko wykraczając poza możliwości finansowe konsumentów. Zjawisko to ma swoje korzenie w zachodnim, zwłaszcza amerykańskim konsumpcjonizmie: *...zdecydowana większość aspiruje do najwyższego lub prawie najwyższego pułapu osiągniętych przychodów i związanym z tym stylem życia. Ma to związek z większą mobilnością społeczną (w tym etosem kariery „od pacybuta do milionera”) i dobrze znanym z mediów obrazem życia najbardziej zamożnych jednostek* (Schor, 1999). Potwierdza to zjawisko konsumpcji ponad stan, charakterystyczne dla osób najmniej zamożnych, jako wyraz rekompensaty niskiej pozycji. W kontekście mieszkaniowym przejawia się ono w dostępniejszych finansowo aspektach zamieszkania, m.in. wyposażeniu i wystroju wnętrza (Baudrillard, 2005a).

Klasa mieszkaniowa

Dla sklasyfikowania jednostek pod względem zajmowanych lub posiadanych zasobów mieszkaniowych stworzono pojęcie klas mieszkaniowych. Powstało ono w wyniku badań przeprowadzonych w dzielnicy Birmingham, Sparbrook, które potwierdziły, że pewne dyskryminowane grupy, zwłaszcza imigrantów, są spychane do substandardowych mieszkań w nieatrakcyjnych lokalizacjach. Powodem były niewystarczające dochody bądź niespełnianie warunków uprawniających do aplikowania o mieszkania komunalne. Dyskryminacja i nierówna dystrybucja zasobów mieszkaniowych odpowiadają weberowskiej teorii szans życiowych, czyli zróżnicowanego dostępu do własności i władzy, który definiuje społeczną mobilność (Rex, 1971). Kapitał lub kredyt otwierają możliwość zakupu lub najmu mieszkań w sektorze prywatnym lub publicznym. Dostęp ten zależy od wielkości przychodów i stabilizacji finansowej, które umożliwiają otrzymanie kredytu na zakup własnego lokalu lub opłacanie czynszu właścicielowi mieszkania. Z kolei

aby skorzystać publicznych zasobów mieszkaniowych, należy spełniać szereg wymagań ustanawianych przez lokalne władze. Pojęcie klas mieszkaniowych krytykowano ze względu na trudności w sklasyfikowaniu rodzajów mieszkań i własności uzależnionych od indywidualnego stylu życia i preferencji oraz od lokalnych warunków. Ponadto brakuje rozróżnienia pomiędzy osobami, które nie są w stanie awansować do wyższej klasy mieszkaniowej, a tymi, którzy posiadają warunki, aby to zrobić, jednak dobrowolnie rezygnują z takiej możliwości. Podziały funkcjonują różnie w poszczególnych krajach, w zależności od polityki mieszkaniowej państwa oraz zasobów mieszkalnictwa socjalnego i subsydiowanego, w związku z czym przytoczony poniżej podział na klasy mieszkaniowe nie jest adekwatny w każdej lokalizacji. Stanowi jednak przydatne narzędzie w ustalaniu przyczyn i konsekwencji segregacji w przestrzeni miejskiej.

Twórca definicji, Rex, wyróżnił siedem klas mieszkaniowych:

1. Zajmujący domy lub mieszkania własnościowe.
2. Właściciele nieruchomości spłacający kredyty.
3. Zajmujący specjalnie w tym celu zbudowane mieszkania komunalne.
4. Zajmujący publicznie przydzielone lokale czekające na rozbiórkę.
5. Wynajmujący nieruchomość od prywatnych właścicieli.
6. Właściciele nieruchomości, którzy muszą wynajmować ich część, aby je utrzymać.
7. Wynajmujący jeden lub więcej pokoi w lokalu dzielonym z innymi osobami.

Podobną klasyfikację przedstawił Giddens, wyjaśniając podstawę, na jakiej odbywa się rozwój miast. Nierówności i segregacja wynikają jego zdaniem z niedostatecznej podaży jednostek mieszkaniowych o wymaganym przez poszczególne klasy standardzie. Wśród klas wyróżnia¹¹¹:

1. Właściciele mieszkań w najbardziej atrakcyjnych okolicach.
2. Właściciele podobnych mieszkań zakupionych przy pomocy kredytów hipotecznych.
3. Mieszkańcy domów w mniej pożądanym okolicach.
4. Osoby prywatne wynajmujące mieszkania.
5. Lokatorzy mieszkań komunalnych i socjalnych.

W skali miasta konsumenci o podobnym statusie najczęściej osiedlają się w dzielnicach o odpowiadającym im prestiżu. W kontekście mieszkaniowym cena działki i nieruchomości

¹¹¹ Podano za: (Rożałowska, 2008).

zapewniają ekskluzywność najbardziej prestiżowych lokalizacji¹¹², a dostępność finansowa segreguje użytkowników w poszczególnych częściach miast. W przeszłości pewne oznaki luksusu (jedzenie, ubiór, ubranie) były jednak zarezerwowane tylko dla klas wyższych. Regulowało to tzw. *leges sumptuariae* szczegółowo określające, jaką pozycję należało osiągnąć, aby móc ich używać (Sennett, 1992). Skomplikowane i niewygodne ubrania elit miały nie tylko wyrażać bogactwo, ale także podkreślać, że noszące je osoby nie muszą pracować. Sytuacja zmieniła się, kiedy masowo produkowane i ogólnodostępne tkaniny i ubrania wyrównały wygląd poszczególnych klas (Packard, 1962 str. 120). Obecnie jakość i luksus, wyrażany np. za pomocą marki, podobnie jak lokalizacja, w której mieszka jednostka, pozwalają odgadnąć jej status finansowy. Nie zawsze było to oczywiste, np. przed XIX w. Paryż dzielił się na biedniejsze i zamożniejsze dzielnice, ale nie oznaczało to dramatycznej różnicy w kosztach życia czy mieszkania. W każdej części miasta dostępny był handel i usługi odpowiadające całemu przekrojowi społecznemu. Dopiero przebudowa Haussmanna przyniosła segregację oraz poczucie przynależności do mieszkającej na danym obszarze miejskiej społeczności (Sennett, 1992). Nowe, prestiżowe założenia, realizowane w europejskich miastach (ryc. 22), skierowane były do najzamożniejszych obywateli, którzy utrzymywali przynajmniej dwie posiadłości – rezydencję na wsi oraz własny lub wynajmowany dom w dużym ośrodku miejskim, warunek uczestniczenia w towarzyskim i kulturalnym życiu arystokracji¹¹³.



Ryc.22. Nowe Miasto w Edynburgu. Fot. własna.

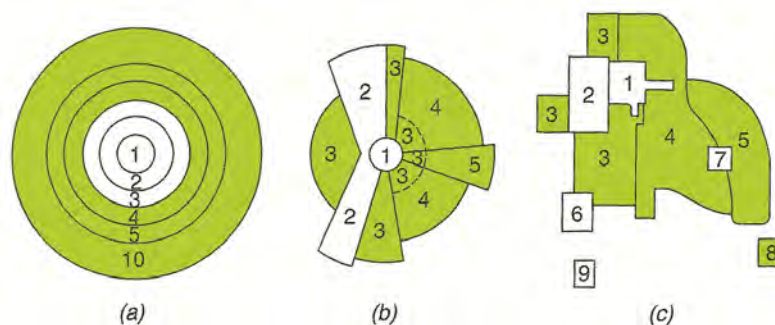
Kompleks domów dla zamożnych mieszkańców, zrealizowany według projektu Jamesa Craiga od 2 poł. XVIII do połowy XIX wieku. Budowa nowoczesnej, prestiżowej dzielnicy mieszkaniowej miała zapobiegać przeprowadzaniu się najwyższej postawionym obywatelom do Londynu.

¹¹² W niektórych dawnych społeczeństwach także zabudowa mieszkaniowa podlegała regulacjom, np. obowiązujące w Japonii w okresie Edo (1603-1868) prawo Tokugawa narzucało lokalizację, typy domów, ich dopuszczalną wielkość oraz użyte do ich zbudowania materiały (Jewdokimow, 2007 str. 90).

¹¹³ Opis życia angielskiej arystokracji w wiktoriańskim Londynie oraz drogi do społecznego awansu poprzez konsumpcję na pokaz przedstawione są m.in. w satyrycznej powieści A.Trollope'a „The Way We Live Now” (1875).

Dom jest miejscem, w którym ogniskuje się konsumpcja, a sąsiedzi często dzielą jej podobne modele (zdarza się przypisywanie określonego stylu życia i konsumpcji rodzinom mieszkającym w częściach miasta o tym samym kodzie pocztowym - patrz rozdział 2.4.4. *Status i prestiż*). Zjawisko to wykorzystywane bywa między innymi w marketingu i reklamie – mieszkańcy danych dzielnic stanowią grupy docelowe reklamodawców, którzy rozsyłają materiały promocyjne tylko w tych właśnie częściach miast (Davis, 1996 str. 129). Przestrzenne oddzielenie pracy i mieszkania w kapitalistycznych miastach przełożyło się na segregację geograficzną pod względem zatrudnienia. „Białe” i „niebieskie” kołnierzyki¹¹⁴ tradycyjnie wybierają odmienne części miast, a przyczyny takiego ich rozmieszczenia są różne. Podstawowym powodem są rozbieżności w dochodach obu grup, które zmuszają zarabiających mniej do przeprowadzki w te dzielnice, w których nieruchomości są tańsze. Różne są wzorce osiedlania się w odniesieniu do miejsca pracy. Niewykwalifikowani pracownicy najczęściej mieszkają blisko, podczas gdy specjaliści są gotowi dojeżdżać znacznie dalej. Sąsiedztwo domu to także miejsce, gdzie odbywa się edukacja i wychowywanie dzieci. „Białym kołnierzykom” bardziej zależy na polepszeniu szans życiowych dzieci, decydują się więc na miejsce zamieszkania zapewniające dostęp do odpowiedniej infrastruktury edukacyjnej. W przypadku biedniejszych dzielnic istotna jest bliskość rodziny (Scott, 1988). „Niebieskie kołnierzyki” nie zawsze mogą pozwolić sobie na zakup własnego lokalu, podczas gdy osoby zamożniejsze nierzadko dziedziczą nieruchomości zakupione przez ich przodków w momencie, kiedy były one relatywnie tanie. Pogłębia to nierówności wynikające z różnic w strukturze zatrudnienia (Savage, Warde, & Ward, 2003). Przedstawione na ryc. 23 modele segregacji potwierdzają, że geografia statusu społeczno-ekonomicznego podlega sektoryzacji (Savage, i inni, 2003 str. str.73). W Stanach Zjednoczonych starano się unikać segregacji, gdyż nie odpowiadała ona republikańskim ideałom równości i demokracji. Po 1820 roku prawodawstwo zakazujące niektórym grupom etnicznym nabywania nieruchomości oraz coraz wyższe ceny gruntów, zwłaszcza w prestiżowych dzielnicach, przyczyniły się do odseparowania poszczególnych grup społecznych (Wright, 1981). Najbiedniejsi mieszkańcy przenosili się na odległe przedmieścia, a trend ten odwrócił się dopiero w czasach powojennych, kiedy podmiejskie osiedla zaczęto kojarzyć głównie z amerykańską klasą średnią. Suburbanizacja, która w USA rozwinęła się dopiero w XX wieku, znacznie później niż w Europie, osiągnęła punkt kulminacyjny w latach 50. Miała wtedy miejsce wyraźna segregacja, a poszczególne przedmieścia były zamieszkiwane przez rodziny o różnych zasobach finansowych (J.Taylor, 2003 str. 98).

¹¹⁴ Potoczne określenie pracowników umysłowych i fizycznych.



Ryc. 23. Modele segregacji (Savage, Warde, & Ward, 2003, str. 73)

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1 Centralna dzielnica biznesowa | 6 Przemysł ciężki |
| 2 Handel i lekka produkcja | 7 Zewnętrzna strefa biznesowa |
| 3 Obszar zamieszkania klasy niższej | 8 Przedmieścia mieszkalne |
| 4 Obszar zamieszkania klasy średniej | 9 Przedmieścia przemysłowe |
| 5 Obszar zamieszkania klasy wyższej | 10 Strefa zamieszkania przez dojeżdżających do pracy |

(dzielnice mieszkaniowe zaznaczone na zielono)

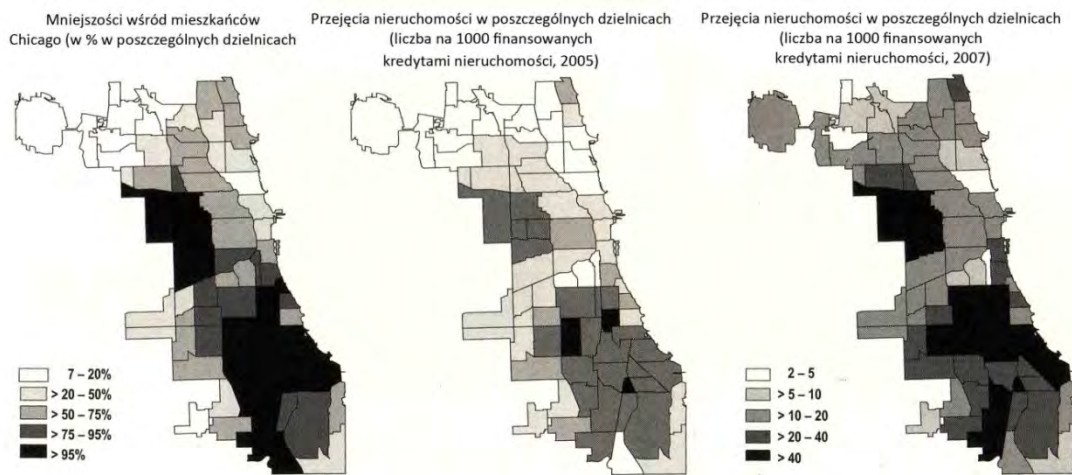
- a) Koncentryczny model Burgessa (Szkola Chicagowska)
- b) Sektory Hoyta: koncentracja określonych kategorii w klinach rozpoczynających się w centrum
- c) Wielojądrowy model Harris i Ullmana: nieregularne zgrupowania rozprzestrzenione w całym mieście

Przez większą część XX wieku, aż do lat 80., w Stanach Zjednoczonych istniał problem ograniczonej dostępności kredytów dla mniejszości rasowych i etnicznych, głównie afroamerykańskich i latynoskich. Odmawiano pożyczek na budowę osiedli i domów na terenach zamieszkałych głównie przez białych obywateli, którym pozostawały dwa wyjścia: kredyt w prowadzonej przez mniejszości instytucji lub nieformalna pożyczka, najczęściej wysoko oprocentowana. Możliwe było uzyskanie mieszkania na zasadzie *rent-to-own*, czyli dokonywanie opłat najmu, które jednocześnie stanowiły raty za nieruchomość przechodzącą na własność po ustalonym okresie. Rozwiązanie to ułatwiało przejście domu przez kredytodawcę, gdyż bez względu na to, ile przekazano rat, zaprzestanie ich spłacania oznaczało natychmiastową utratę praw do nieruchomości. Dyskryminacja miała miejsce nie tylko w prywatnych przedsiębiorstwach finansowych, ale również państwowych instytucjach powołanych w celu ułatwienia obywatelom dostępu do nieruchomości mieszkaniowych. Dopiero w 1962 roku wydano dekret zakazujący dyskryminacji w zarządzanych lub finansowanych federalnie programach. W okresie coraz większej popularności kredytów *subprime*¹¹⁵ głównymi pożyczkobiorcami były wcześniej dyskryminowane grupy, dla których ta forma była jedyną drogą do sfinansowania własnego domu¹¹⁶. Zjawisko to miało miejsce także w Europie - Rex i Moore potwierdzili badaniami

¹¹⁵ Patrz przypis 75.

¹¹⁶ Immergluck przytacza dane z 2008, kiedy Afroamerykanie, starający się o kredyty mieszkaniowe, mieli o 31% większe prawdopodobieństwo otrzymania wysoko oprocentowanej pożyczki *subprime* niż biali o identycznych dochodach.

przeprowadzonymi w Birmingham w latach 60., że segregacja pod względem miejsca zamieszkania może przyczynić się do dyskryminacji klasowej lub etnicznej (Rex, 1971).



Ryc.24. Zależność między mniejszościami wśród mieszkańców Chicago a poziomem przejęć przez banki niespłaconych nieruchomości w latach 2005-2007 (Immergluck, 2009, str. 141)

Społeczna segregacja odzwierciedla ekonomiczne nierówności, jednak nie przyczynia się do ich powstawania. Brytyjskie badania¹¹⁷ potwierdzają, że społeczna różnorodność przynosi ekonomiczne korzyści tylko wówczas, gdy osoby zajmujące własnościowe lokale przeważają na danym osiedlu (Doherty, 2006). Nabywcy lokali umiejscowionych w założeniach mieszkaniowych o zróżnicowanej formie własności lub najmu obawiają się często spadku wartości nieruchomości lub trudności z jej późniejszą sprzedażą. Sugerują to także deweloperzy, dla których bardziej opłacalna jest realizacja jednostek na sprzedaż, zaadresowanych do nabywców o podobnej sile nabywczej. Nie zauważono jednak wpływu tej dywersyfikacji na ceny, a mieszkańcy takich osiedli przeważnie nie zdają sobie sprawy z różnic pomiędzy lokalami. Dzieje się tak również na nowych osiedlach, na których lokale realizowane są zgodnie z zasadą *tenure blind*, czyli w sposób uniemożliwiający odróżnienie jednostek o różnej formie najmu lub własności. Zgodnie z brytyjskimi regulacjami standardy obu typów lokali muszą być identyczne, m.in. w kategoriach dostępu naturalnego światła, odległości od miejsc postojowych i źródeł hałasu czy jakości wykończeń (Bailey & Manzi, 2008).

Fizyczna segregacja, ale w mniejszej skali, czyli gromadzenie założeń mieszkaniowych, ma także swoje podłoże w konsumpcjonizmie mieszkaniowym (Gądecki, 2009). Lorens wyróżnia trzy

¹¹⁷ Przeprowadzone przez St.Andrews University.


podstawowe cele ogradzania osiedli – oddzielenie przestrzeni zamieszkałej przez ludzi o podobnym stylu życia (np. Common Interest Developments – patrz rozdział 2.4. *Odpowiedzialność konsumentów*), dodawanie kompleksowi prestiżu oraz tworzenie poczucia bezpieczeństwa fizycznego i społecznego (Lorens, 2006, str. 169). Ta ostatnia przyczyna, wraz z kontrolą dostępu, bywa pretekstem do zbudowania ogrodzenia, podczas gdy realnym powodem jest zapewnienie wrażenia ekskluzywności założenia. Zarówno deweloperzy, jak i potencjalni klienci traktują to jako wartość dodaną inwestycji. Po sukcesie pierwszych grodzonych osiedli strategia ta osiągnęła wysoką popularność bez względu na prestiż i lokalizację kompleksu. Ten rodzaj separacji i segregacji potrafi osiągnąć absurdalne rozmiary. W przypadku warszawskiego osiedla Marina Mokotów nie tylko cały ogromny obszar kompleksu (22 ha) został otoczony płotem, ale również poszczególne inwestycje w jego obrębie. Podzielona na niewielkie segmenty przestrzeń z zaledwie kilkoma punktami dostępu utrudnia przemieszczanie się pieszym mieszkańcom i tworzy zamkniętą wyspę na mapie miasta.

2.4.3. Styl życia i komfort


Koncepcja społecznej tożsamości to przede wszystkim styl życia zorganizowany wokół określonego wzorca konsumpcji (Baudrillard, 2005a str. 70), w którym można wyróżnić kilka kontekstów. Według Bourdieu wynikają one z habitusu oraz statusu jednostki (Bourdieu, 2010). Douglas wskazuje na podejście antropologiczne i wyróżnia preferencje związane z pragnieniami rywalizacji i indywidualizmu, izolacji i niechęci do kontroli społecznej i negocjacji oraz społecznych hierarchii (Douglas, 1996). Przekładają się one na dążenie do integracji lub odosobnienia względem sąsiedztwa lub lokalnej społeczności. Według Hojrupa, duńskiego etnologa, styl życia jest uwarunkowany trybem wykonywanej pracy. W samozatrudnieniu, np. prowadzeniu rodzinnej firmy lub gospodarstwa rolnego, nie funkcjonuje rozróżnienie między pracą a czasem wolnym. Odnosi się to także do przestrzeni – dom bywa zintegrowany z warsztatem, sklepem lub biurem. Wyraźne oddzielenie tych sfer cechuje pracę najemną, co przekłada się na organizację miejsca zamieszkania jako centrum odpoczynku i życia rodzinnego. Trzeci tryb to intensywny rozwój kariery zawodowej, obejmujący głównie profesjonalistów. Na wzrost znaczenia rodzaju wykonywanej pracy i osiągniętej pozycji zawodowej w kontekście pozycji społecznej wskazuje Sennett – przekłada się on na styl życia, który funkcjonuje jako zewnętrzna i łatwo odczytywalna oznaka osiągniętych sukcesów i statusu (Sennett, 1999). W kontekście mieszkaniowym może wiązać się to z mniej lub bardziej elastyczną przestrzenią użytkowaną także celach zawodowych, reprezentacyjnych,

dopasowanych do własnego wizerunku lub traktowaniem swojego domu jako miejsca ekspresji swojego gustu i osiągnięć (Hojrup, 2003).

TAKE YOUR CHOICE



*If you and your wife and your babies lived in this unhealthful
hole do you think you would work as cheerfully and well as you
could if—*



*You all lived in this handsome modern home where you could
hold up your head and your children would not be ashamed?*

The Connecticut Mills Company in Daniel-
son, Conn., offers you a beautiful, modern
home at the same rental you often have to pay
for tumble-down shacks in many mill-housing
colonies. It offers better incomes.

It Is Called "The Village Beautiful"

It offers an opportunity for its operatives
not only to work FOR the company, but
WITH it!

Ryc.25. Reklama osiedla Connecticut Mills z 1919 roku, odwołująca się do wstydu mieszkania w zaniedbanym, biednym domu (Wright, 1981, str. 179).

Komfort, rozumiany jako satysfakcjonująca relacja między użytkownikiem a jego otoczeniem, jest wpisany w styl życia i zamieszkania¹¹⁸. Rybczyński podkreśla historyczną ewolucję tej idei od siedemnastowiecznej potrzeby prywatności, przez intymność i swojskość, aż do lekkości i nieskrępowania istotnych w XVIII wieku. Rewolucja przemysłowa przesunęła środek ciężkości na technologiczne udogodnienia (ogrzewanie, elektryczność, wentylację), aby skupić się na użyteczności i wygodzie w XX wieku (Rybczyński, 1987). Mobilność, dostępność i prędkość to podstawowe kryteria współczesności, zaś czas stanowi najbardziej deficytowy przedmiot, a pojęcia „szybkość” i „wygoda” stały się niemal synonimami. W związku z kryzysem energetycznym, do listy tej powinno dołączyć także hasło „energooszczędność”, jednak w szerokim znaczeniu, wykraczającym poza stosowanie nowoczesnych energooszczędnych i niskoemisyjnych urządzeń,

¹¹⁸ Kwestie komfortu w kontekście prywatności, przytulności, indywidualności, wygody i funkcjonalności wewnątrz domu i mieszkania określone są m.in. w badaniach M. Skowrońskiej (Skowrońska, 2011).

a wiążące się z przeprojektowaniem stylu życia. Postawa taka zaprzecza jednak konsumpcyjnej bez trosce i wolności oraz wymaga dobrowolnej rezygnacji z części udogodnień i zwróceniu się w kierunku prostoty. Energooszczędność można porównać do oszczędności finansowej funkcjonującej w dwóch wersjach. Pierwsza to odkładanie części przychodów na określony cel, czyli późniejszą „rekompensatę” za wysiłek oszczędzania (w epoce kredytów zastąpione ratami spłacanymi już po zakupie). Druga wiąże się z ograniczonymi funduszami na bieżące wydatki i polega na poszukiwaniu tańszych produktów lub redukcji ich konsumpcji, w związku z czym wymaga dostosowania swojego stylu życia do dostępnego budżetu. Oszczędzanie energii odpowiada drugiej kategorii, przy czym ograniczeniu podlegają zasoby nieodnawialne i energia w kontekście użytkowania lokalu, transportu, czy zagospodarowania odpadów. Wiąże się to z postrzeganą jako dyskomfort koniecznością stałego monitorowania i planowania zużycia, analogicznie do wydatków w przypadku oszczędności w kontekście ekonomicznym. Ciągła kontrola i samoograniczanie nie odpowiadają wpisanej w konsumpcjonizm rozrzutności i bez trosce. Wątpliwościom podlegają także kwestie statusu, ponieważ wiele „zielonych” technologii to rozwiązania najprostsze, z bieguna *low-tech*¹¹⁹. W kontekście materialistycznym ich znaczenie wizerunkowe jest niskie, zwłaszcza w krajach i kulturach, gdzie nowa hierarchia społeczna dopiero się wykształca i ustala na podstawie zamożności¹²⁰. Paradoksalnie to właśnie komfort, wiążący się z racjonalnym gospodarowaniem zasobami, przede wszystkim czasem i energią, może doprowadzić do przewartościowania. Trafną ilustrację tego zjawiska stanowią kwestie transportu w dużych ośrodkach miejskich. Rozwiązania mało prestiżowe w znaczeniu materialistycznym, np. transport publiczny lub rowerowy, przestają stygmatyzować użytkowników, gdy okażą się bardziej komfortowe i szybsze od alternatywy w postaci samochodu. W zachodnioeuropejskich metropoliach osoby rezygnujące z podmiejskich posiadłości i przenoszące się bliżej centrum miasta wskazują na wygodę związaną z dostępnością do usług i skracaniem czasu dojazdu do pracy. Innymi rozwiązaniami są m.in. systemy *park&ride*¹²¹, czyli dotarcie samochodem do punktów węzłowych, w których pasażerowie przesiadają się do wybranego środka transportu publicznego, unikając korków w centrum. Współdzielenie samochodu w systemie *car-sharing* (używanie aut na zasadzie abonamentu lub wynajmu na krótki okres czasu) pozwala

¹¹⁹ Ang. „niska technologia” - prosta technologia możliwa do zastosowania przy użyciu prostych, łatwo dostępnych narzędzi i materiałów, przeciwstawiona *high-tech*, czyli zaawansowanym technologiom wymagającym zaangażowania wyspecjalizowanych osób, urządzeń i systemów obsługi.

¹²⁰ Podobne zjawisko można zauważyć w pozachodnioeuropejskich krajach rozwijających się, które przejmują zachodni styl życia, m.in. w Indiach. Ekologiczne technologie *low-tech* są chętnie stosowane przez deweloperów, jednak tylko w inwestycjach skierowanych dla mniej zamożnych klientów, gdyż nie akceptuje ich z przyczyn wizerunkowych nowa, aspirująca klasa średnia (Sengupta, 2011).

¹²¹ Zlokalizowanie parkingów przy dworcach, stacjach i przystankach w celu umożliwienia podróży łączyzonymi środkami transportu – najpierw indywidualnym, następnie publicznym.

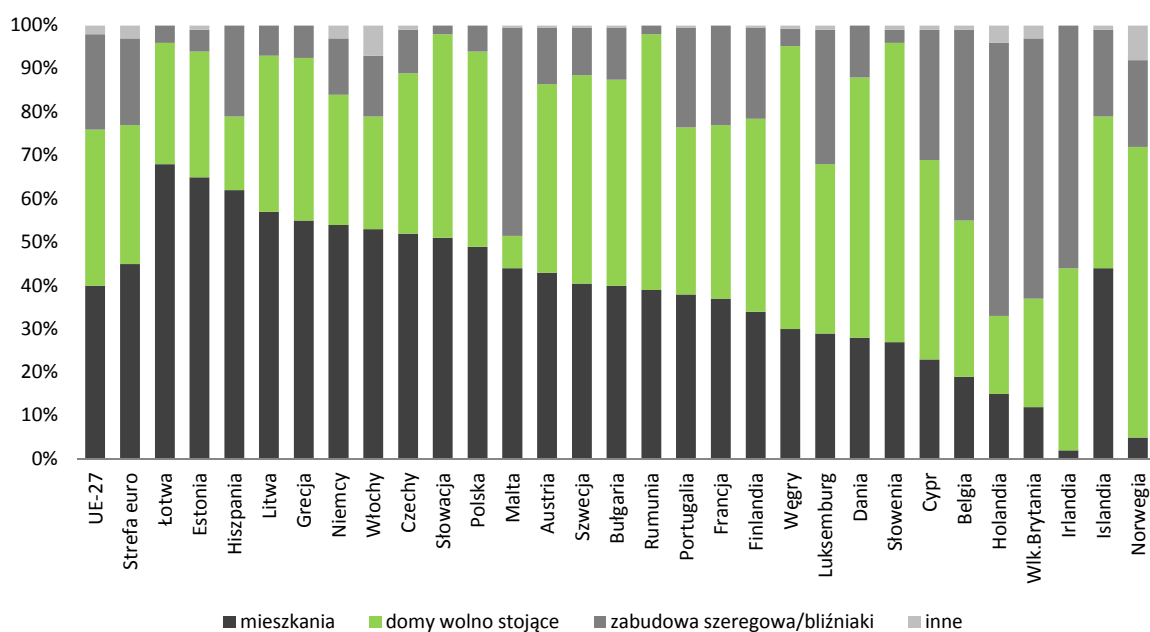
na uniknięcie obowiązków związanych z serwisowaniem czy ubezpieczeniem pojazdu. Dla odmiany *car-pooling*, umówiona wcześniej wspólna podróż prywatnym pojazdem, wymaga zgody użytkowników na mniejszy komfort związany z niższą niezależnością i elastycznością. W kontekście eksploatacji zasobów mieszkaniowych badania dotyczące zachowania użytkowników odnoszą się głównie do korzystania z wymagających monitorowania technologii energooszczędnych. Większość z nich nie wymaga od użytkowników aktywnego zaangażowania w ich użytkowanie, istnieją jednak systemy, których wydajność zależy od sposobu eksploatacji. Należy do nich między innymi technologia budynków pasywnych, polegająca na zachowaniu maksymalnej szczelności przegród i odzysku produkowanego przez urządzenia i użytkowników ciepła¹²². Sterowanie systemami produkcji lub optymalizacji zużycia energii staje się jednak coraz mniej skomplikowane dzięki rozwojowi technik komputerowych.

Powierzchnia użytkowa i forma zamieszkania

Na początku lat 80. tylko 7% amerykańskich rodzin odpowiadało tradycyjnemu modelowi rodziny¹²³. W latach powojennych boom ekonomiczny w Stanach Zjednoczonych poskutkował w masowym przeprowadzaniu się na przedmieścia. Posiadanie własnego domu stało się podstawowym konsumpcyjnym dążeniem większości amerykańskich rodzin. Podobne zjawisko miało miejsce w innych krajach anglosaskich, a amerykańskie marzenie o domu na suburbiach wpłynęło na preferencje wobec stylu życia na całym świecie. W kontynentalnej Europie klasa średnia zawsze była bardziej skłonna podtrzymać tradycję mieszkania bliżej centrum miasta, niekoniecznie we własnym domu (J.Taylor, 2003 str. 99).

¹²² Przykład osiedla BedZED, w którym zastosowano tę technologię, jest opisany w rozdziale 4.1. *Skala osiedla – BedZED, Londyn*.

¹²³ Na podstawie raportu demograficznego Joint Centre for Urban Studies of MIT Harvard "The Nation's Families 1960-1990". Podany wskaźnik dotyczy lat 1981-1982. Zbliżone dane podaje Toffler (Toffler, 1980, str. 221).



Wykres 26. Odsetek populacji krajów europejskich pod względem zamieszkania w różnych typach zabudowy mieszkaniowej, 2008 (źródło: Eurostat)

Preferowane wzorce zamieszkania różnią się w poszczególnych krajach i zależą m.in. od dostępnych zasobów mieszkaniowych, tradycji (miejskiej lub wiejskiej) i czynników kulturowych. Wykres 26 przedstawia odsetek populacji krajów europejskich mieszkający w różnych typach zabudowy. Na Wyspach Brytyjskich początki rozwoju przedmieść¹²⁴ sięgają czasów wiktoriańskich. Poza miasto, uważane wówczas za miejsce niewłaściwie do mieszkania pod względem zarówno higienicznym, jak i moralnym, wynosili się najbogatsi obywatele, których stać było nie tylko na dom (nie zawsze własnościowy, ówczesni „deweloperzy” również wynajmowali mieszkania), ale i dojeżdżanie do centrum miasta, czyli utrzymanie powozu i koni. Dopiero wprowadzenie pierwszych środków dotowanego transportu publicznego pozwoliło klasom niższym na przeniesienie się na przedmieścia (tzw. *streetcar suburbs*). Spowodowało to między innymi wyprowadzkę na kojarzone z klasą średnią i wyższą suburbia członków klasy robotniczej o wysokich aspiracjach (dostępne dla nich były już wcześniej robotnicze osiedla na przedmieściach zlokalizowane w pobliżu ośrodków przemysłowych) (Thorns, 1973). Duże skupiska ludzi i biedota tłocząca się w śródmiejskich, zaniedbanych kamienicach były uważane za siedliska zepsucia, z kolei nowo budowane budynki wielorodzinne nie posiadały ściśle zdefiniowanego odbiorcy – były zbyt mało luksusowe dla zamożnych osób, a jednocześnie zbyt drogie dla ubogiej grupy. W Wielkiej

¹²⁴ W sensie realizowania nowych podmiejskich dzielnic mieszkaniowych o dużej skali, a nie włączaniu w obręb miasta okolicznych wsi lub siedlisk zlokalizowanych poza obszarem miasta, czyli poza jego legislacją.

Brytanii i Irlandii dom jednorodzinny poza centrum, najczęściej szeregowy, z niewielkim ogrodem, stał się symbolem zdrowego, porządnego miejsca do życia, bezpiecznego dla wychowywania dzieci. Taka forma zamieszkania do dziś jest preferowana przez brytyjskie i irlandzkie rodziny (Hegarty, 2007) (Inwood, 2006). Współcześnie irlandzkie mieszkania stanowią stosunkowo niewielką część zasobów mieszkaniowych. W 2006 roku w Dublinie mieszkało w nich ok. 200 tysięcy osób przy 1,5-milionowej populacji stolicy i jest to wysoki wskaźnik w skali do całego kraju, gdzie mieszkania zajmuje jedynie 3,7% populacji. Trzy czwarte budowanych współcześnie jednostek mieszkaniowych to budynki jednorodzinne, często bliźniacze¹²⁵. To właśnie one dominują w krajobrazie przedmieść Dublina. Niewystarczająca wielkość jednostek, brak infrastruktury dla dzieci czy odpowiedniej liczby miejsc postojowych sprawiły, że niewielu Irlandczyków decydowało się na pozostanie w centrum miasta po powiększeniu się rodziny. Lokale w budynkach wielorodzinnych są uważane za przejściowy etap wspinania się po mieszkaniowej „drabinie”, odpowiednie dla osób samotnych lub bezdzietnych par, często zajmowane także przez przyzwyczajonych do tej formy zamieszkania imigrantów. Pojawienie się dzieci najczęściej skłania rodziny do wyprowadzki do domów jednorodzinnych, nawet, jeśli oznacza to konieczność uciążliwych dojazdów z przedmieść. Powojenne eksperymenty z budownictwem wielkopłytowym w dublińskiej dzielnicy Ballymun oraz realizacja powtarzalnych budynków o niskim standardzie w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie na lokale socjalne, przyczyniły się do dodatkowej stygmatyzacji takiej zabudowy. Przed trwającą obecnie recesją nowo realizowane mieszkania w budynkach wielorodzinnych w Dublinie traktowane były głównie jako inwestycja pod wynajem. Ogłoszenia deweloperów zaznaczały często, że dana realizacja w obrębie śródmieścia to świetne mieszkania do wynajęcia. Nowe osiedla zostały zamieszkałe głównie przez imigrantów. W celu zapewnienia odpowiednich warunków dla rodzin z dziećmi, w 2009 roku przyjęto wytyczne urbanistyczne określające zwiększone wymagania dotyczące rozmiarów mieszkań (Pancewicz, 2008). Hanlon, w raporcie dotyczącym preferencji mieszkaniowych dublińczyków, wskazuje na kwestię różnicy między *social mix* – społecznym zróżnicowaniem, a *social mixing* – społeczną integracją. Pierwsze można osiągnąć m.in. poprzez regulacje decydujące o przeznaczeniu i dostępności jednostek mieszkaniowych, jednak integracja jest znacznie trudniejszym procesem. Rodziny z dziećmi mieszkające w budynkach wielorodzinnych w Irlandii to głównie osoby korzystające z subsydiów państwowych lub zajmujące lokale socjalne. Lepiej sytuowane rodziny, które kupiły

¹²⁵ Dane z 2008 roku (w Dublinie domy stanowiły 33% nowo budowanych jednostek mieszkaniowych). Źródło: „Annual Housing Statistics Bulletin 2008, Environment, Heritage and Local Government” opublikowane na stronie internetowej www.environ.ie.

mieszkania w tym samym kompleksie, najczęściej nie posiadały dzieci, a mieszkanie uważały za etap przejściowy przed zakupem własnego domu. Nie dochodziło w tym przypadku do rozwinięcia głębszych interakcji pomiędzy obiema grupami mieszkańców za pośrednictwem dzieci oraz dlatego, że zamożniejsza grupa traktowała mieszkanie jako tymczasowe i nie warto jej było inwestować w wykształcenie w tym miejscu relacji sąsiedzkich (Hanlon, 2006). Inwestowanie w mieszkania pod wynajem dodatkowo napędzało tempo rozwoju na rynku nieruchomości. Napływ imigrantów do Irlandii i Wielkiej Brytanii zapewnił stale zwiększającą się liczbę potencjalnych najemców. Mieszkania w budynkach wielorodzinnych stanowią obecnie mniej niż jedną czwartą realizowanych budynków i są zamieszkałe głównie przez młodych singli lub pary oraz imigrantów. Oddzielnym problemem jest brak ujednoliconego, przejrzystego dla mieszkańców oraz konkurencyjnego systemu zarządzania budynkami wielorodzinnymi. Koszty utrzymania i eksploatacji oraz fundusz remontowy są zaniżane w pierwszym roku po oddaniu budynku do użytku w celu zachęcenia do zakupu mieszkań oraz dzięki ważnym jeszcze gwarancjom na usunięcie usterek. Wzrost opłat w kolejnych latach zniechęca użytkowników, którzy uważają je za wyższe niż koszty utrzymania domów jednorodzinnych. Różnica wynika między innymi z możliwości samodzielnego decydowania o naprawach oraz ich dokonywania. Przyczynia się do niej także niska jakość i trwałość użytych materiałów oraz wyposażenia, na których wybór nabywcy nie mają wpływu (Hanlon, 2006).

W Polsce sytuacja jest odmienna. Mieszkania są przeludnione - na jednego mieszkańca przypada zaledwie jedna izba, co stawia Polskę na przedostatniej pozycji wśród europejskich krajów¹²⁶. Wskaźniki polepszyły się od czasów PRL – w 1988 roku na jednego mieszkańca przypadało 17,1 m² (w 2010 roku powierzchnia ta wzrosła do prawie 25m²¹²⁷), a pod jednym dachem mieszkali przedstawiciele kilku pokoleń. Po 1989 roku, kiedy budowa indywidualnych domów jednorodzinnych stała się prostsza z uwagi na ułatwienia administracyjne oraz dostępność deficytowych wcześniej materiałów budowlanych, realizowano głównie domy o dużej powierzchni (Zaniewska, 2006). Przyczyn tego zjawiska było kilka: od chęci zrekompensowania niewielkich rozmiarów wcześniejszych mieszkań po przewidywanie, że gospodarstwa domowe będą nadal wielopokoleniowe, ale na większej, zapewniającej wyższy komfort i więcej prywatności powierzchni. Obecnie buduje się domy mniejsze, skromniejsze, o bardziej zwartych formach, pozwalających na oszczędność na etapie budowy oraz wyższą efektywność energetyczną podczas użytkowania. Czynniki środowiskowe

¹²⁶ Dane Eurostat – ponad 50% mieszkań w Polsce jest przeludnionych, przy średniej dla Unii Europejskiej wynoszącej ok. 18% (2007). Liczba izb przypadająca na mieszkańca jest najwyższa w Belgii (2,1), a niższa niż w Polsce tylko w Rumunii (0,9) (2010).

¹²⁷ Dane GUS z 2010 roku.

są jednak w większości przypadków drugorzędne i wiążą się z ograniczaniem kosztów inwestycji i eksploatacji. Badania Barbary Rożałowskiej, przeprowadzone wśród mieszkańców podkatowickich osiedli domów jednorodzinnych wykazały, że dla właścicieli zdrowie i ekologiczność ich miejsca zamieszkania są, wraz z wielkością posesji, najmniej ważne i sytuują się za takimi wartościami jak wielkość, funkcjonalność, bezpieczeństwo oraz nowoczesność i estetyka budynku (Rożałowska, 2008). Jednym z czynników wpływających na wielkość powierzchni użytkowej jest między innymi wynikająca z konsumpcyjnej obsesji kupowania konieczność przechowywania posiadanych przedmiotów¹²⁸.

Wielkość gospodarstw domowych w większości krajów maleje wraz ze wzrostem ich zamożności. Młodzi ludzie pragną uniezależnić się od rodziców lub wyjeżdżają na studia do innych miast. Wyjątek stanowią kraje południowoeuropejskie, w których zwłaszcza młodzi mężczyźni pozostają w rodzinnych domach nawet do kilkunastu lat po osiągnięciu dojrzałości¹²⁹. Biorąc pod uwagę, że moment zakładania rodziny przesuwają się w czasie coraz bardziej, a wiele osób preferuje życie w pojedynkę, jednoosobowych gospodarstw domowych jest coraz więcej. Według badań rynkowych ich globalna liczba wzrosła w ciągu ostatnich piętnastu lat o ok. 80%¹³⁰, a najszybciej rosnący segment stanowią osoby młode. Wskaźniki różnią się w obrębie poszczególnych krajów, a więcej osób mieszka w pojedynkę zwłaszcza w metropoliach. Obecnie w krajach członkowskich Unii Europejskiej jednoosobowe gospodarstwa domowe stanowią średnio 13,4%, przy czym odsetek ten jest najwyższy w Danii i stanowi 23,5%. W Polsce wynosi on 9%¹³¹, ale można założyć, że wraz z dalszym wzrostem gospodarczym będzie rósł. Analogiczne zjawisko występuje w krajach intensywnie się rozwijających – Chinach, Indiach i Brazylii (Klinenberg, 2012).

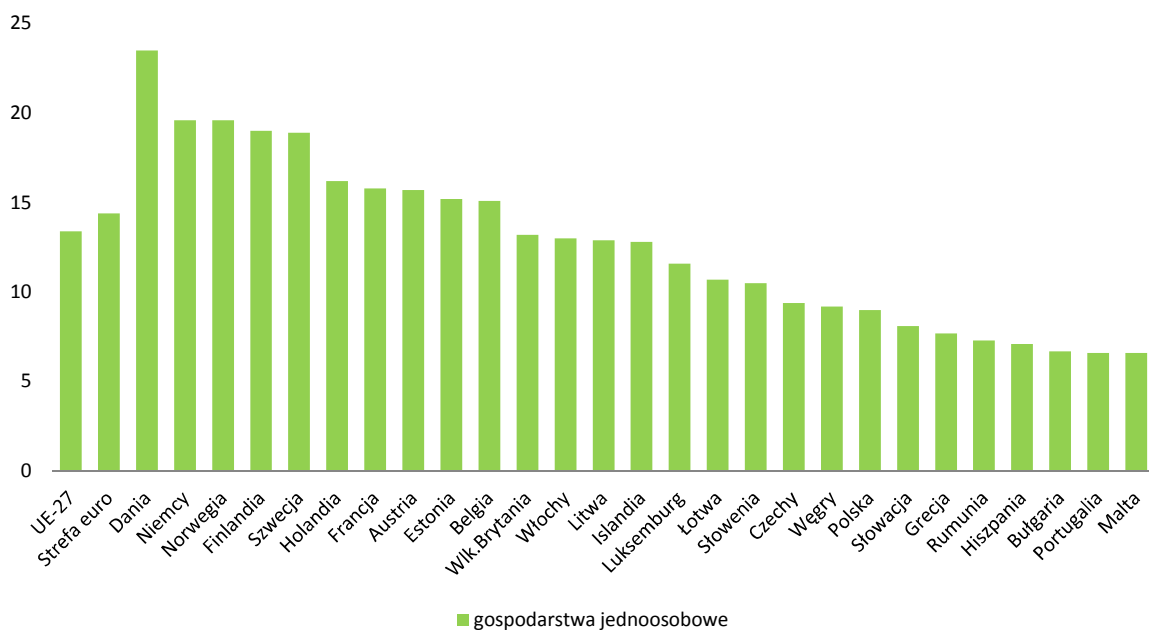
¹²⁸ W Stanach Zjednoczonych, gdzie przypadająca na mieszkańca powierzchnia mieszkaniowa jest największa na świecie, średnia wielkość nowo budowanych domów jednorodzinnych wynosi ok. 201m² (US Census 2010). Obecnie co dziesiąte gospodarstwo domowe wynajmuje dodatkowo komercyjną przestrzeń magazynową do składowania części dobytku (Schor J. B., 2010, str. 38). Także w Europie normatywy, określające minimalne powierzchnie magazynowe w nowych inwestycjach mieszkaniowych, podlegają zwiększeniu.

¹²⁹ Zjawisko opisane w rozdziale 2.4.1. *Wymiar ekonomiczny decyzji mieszkaniowych*.

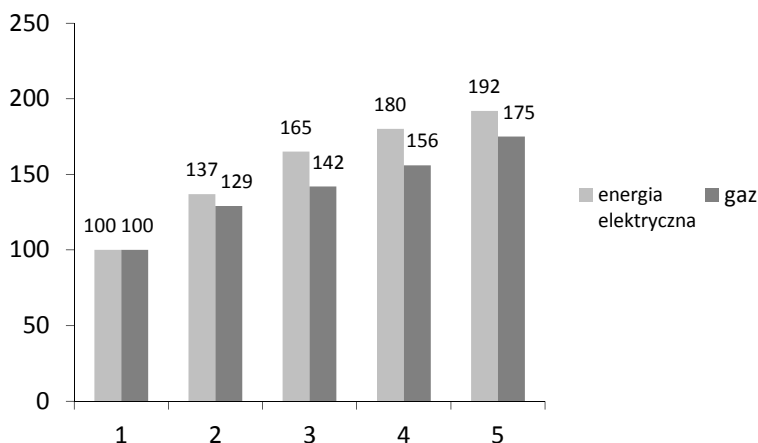
¹³⁰ Dane Euromonitor International z 2011 roku.

¹³¹ Dane Eurostat z 2010 roku.

ARCHITEKTURA MIESZKANIOWA W KONTEKŚCIE SPOŁECZEŃSTWA KONSUMPCYJNEGO
wybory mieszkaniowe konsumentów a zrównoważony rozwój



Wykres 27. Odsetek (w %) jednoosobowych gospodarstw domowych w krajach Unii Europejskiej, 2010. Brak danych dla Cypru i Irlandii (źródło: Eurostat)



Wykres 28. Zapotrzebowanie na energię (elektryczną i gaz) w gospodarstwach domowych o różnej wielkości; zużycie przez gospodarstwo jednoosobowe oznaczono jako 100% (Lazarus, 2009).

Na współdzielenie mieszkania decydują się głównie osoby, których nie stać na wynajęcie lub kupno własnego lokum. Takie rozwiązanie ma również konsekwencje w postaci oszczędności środowiskowych. Wykres 28 przedstawia zapotrzebowanie na energię elektryczną i gaz w gospodarstwach domowych o różnej wielkości. Pięcioosobowe gospodarstwo zużywa mniej prądu

i gazu niż dwa oddzielne jednoosobowe gospodarstwa, badacze zjawiska zauważają jednak pozytywny wpływ mieszkania w pojedynkę w kontekście społecznym. Osoby mieszkające samodzielnie są najczęściej w młodym lub średnim wieku i odgrywają ważną rolę w rewitalizacji miast – chętniej wydają pieniądze i uczestniczą w życiu towarzyskim. Najczęściej zajmują niewielkie mieszkania zamiast domów i prowadzą bardziej „zielony” styl życia niż gdyby wraz z rodziną wyprowadzili się do podmiejskiego domu (Klinenberg, 2012).

Estetyzacja

Jedną z charakterystycznych cech społeczeństwa konsumpcyjnego stała się estetyzacja życia codziennego. Już w połowie XIX wieku w wielkich miastach wykształciły się standardy dobrego smaku, przekładające się na stylizację codziennego życia tak, aby stało się ono dziełem sztuki (dandyzm, bohema, brytyjski „estetyzm” przełomu wieków). Był to wówczas luksus zarezerwowany dla nielicznych i uprzywilejowanych jednostek (Jewdokimow, 2008). Wraz z początkiem masowej produkcji wysoka wartość estetyczna przedmiotów codziennego użytku stała się coraz bardziej dostępna dla masowych odbiorców. Estetyzacja wyraża się w stylu życia ponowoczesnego społeczeństwa: ... *nowi bohaterowie kultury konsumpcjonizmu traktują styl życia jako życiowy projekt i ekspresję swojej indywidualności* (Featherstone, 1991, strony 67, 86). Dom lub mieszkanie, wielofunkcyjne centrum życia, także podlega estetyzacji zarówno w kontekście jakości projektów architektonicznych, jak i urządzania wnętrz. Napędza to konsumpcjonizm związany z zakupem elementów wyposażenia wnętrz i ogrodów, któremu łatwo ulegają właściciele i najemcy, starający się uatrakcyjnić lub dostosować do aktualnych trendów swoje mieszkanie lub dom. Nacisk na wizualny aspekt zabudowy mieszkaniowej zaczyna dotyczyć również publicznych realizacji i wynika z przekonania, że każdy, bez względu na pozycję i zamożność, zasługuje na wysoką jakość przestrzeni życiowej. Takie podejście przekłada się również na trwałość zasobów poprzez zminimalizowanie ryzyka moralnego zużycia¹³², zanim nastąpi techniczna degradacja zabudowy (patrz rozdział 2.5. *Odpowiedzialność producentów*), co miało miejsce m.in. w przypadku wielkich modernistycznych osiedli blokowych. W związku z powyższym dbałość o estetykę i jakość projektów architektonicznych zaczyna stanowić nie tylko element strategii marketingowej przedsiębiorstw deweloperskich, ale i polityki mieszkaniowej. Przykładem publicznej instytucji, stosującej tę zasadę, jest EMVS (Empresa Municipal de Vivienda y Suelo), odpowiedzialna za subsydiowane budownictwo

¹³² Zjawisko spadku wartości produktu spowodowanego wchodzeniem na rynek nowocześniejszych, atrakcyjniejszych dla nabywcy środków trwałych.

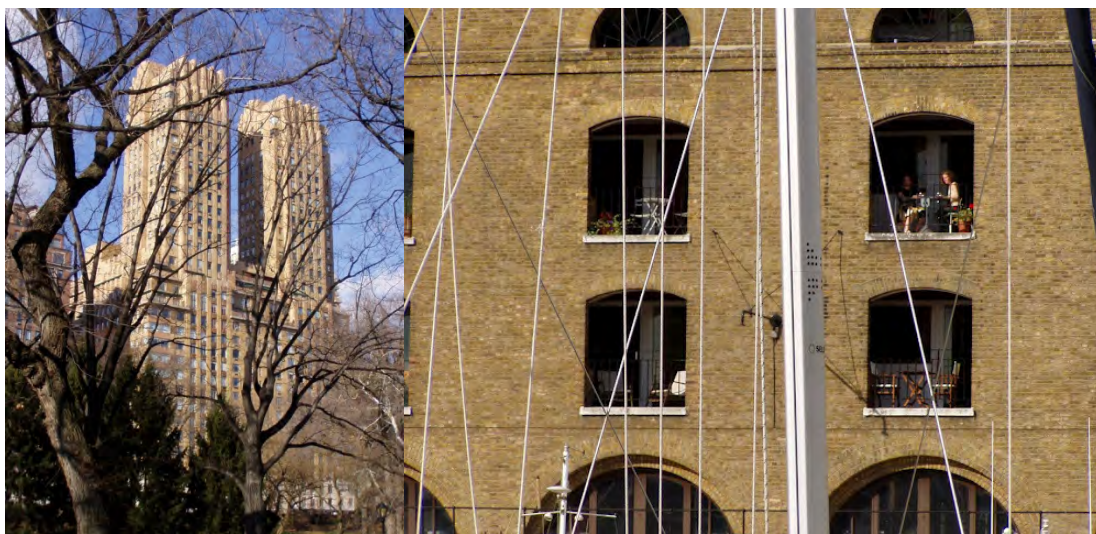
mieszkaniowe w Madrycie. Kładzie ona dodatkowo nacisk na energooszczędność i elastyczność zastosowanych rozwiązań. Do projektowania osiedli i budynków socjalnych angażowani są znani architekci lub projekty wyłaniane są w wyniku konkursów. Zapewnienie interesującej architektury przy ograniczonym budżecie to wyzwanie skutkujące np. niekonwencjonalnym użyciem materiałów. Efektami działalności EMVS są m.in. szeroko komentowane w branżowej prasie realizacje mieszkaniowe według projektów Foreign Office Architects (założenie Carabanchel, nominowane do nagrody RIBA w 2008 roku), Estudio Entresitio (132 Social Housing Block), Davida Chipperfielda (Villaverde EMV ze spektakularnymi elewacjami z barwionego betonu) czy Ricardo Legoretty. Podobną strategię stosuje się także we Francji i Holandii. Również na Wyspach Brytyjskich coraz większą uwagę zwraca się na jakość projektów, co promuje m.in. Joseph Rowntree Foundation, a na piękno i kreatywność, jako elementy zrównoważonego rozwoju zapewniające satysfakcjonującą jakość życia w skali miejskiej, wskazywał Richard Rogers (Carmona, Heath, Oc, & Tiesdell, 2006). Badania Commission for Architecture and the Built Environment (CABE) potwierdzają, że jakość projektów architektonicznych i urbanistycznych wpływa na intensywność interakcji między mieszkańcami i ma większe znaczenie niż społeczne zróżnicowanie wśród mieszkańców. Przyczyniają się w ten sposób do wyższej satysfakcji i poczucia przynależności do miejsca, zachęcając do sąsiedzkich spotkań i korzystania z transportu publicznego. Zalecane jest przeprowadzanie konsultacji i negocjacji społecznych oraz tworzenie masterplanów i kodów urbanistycznych, które gwarantują większą spójność charakteru miejsca i pozwalają na architektoniczne zróżnicowanie w ramach założenia (Bailey & Manzi, 2008). Także w Irlandii, starającej się zneutralizować negatywny wizerunek osiedli socjalnych, nowe realizacje są coraz częściej projektowane przez znanych lokalnych architektów (patrz ryc. 29).



Ryc. 29. Timberyard – nagradzany w konkursach architektonicznych budynek wielorodzinny z mieszkaniami socjalnymi w Dublinie proj. O'Donnell+Tuomey. Fot.własna.

2.4.4. Status i prestiż

Pojęcie statusu, pochodzące od łacińskiego czasownika oznaczającego „stać”, określa pozycję jednostki w społeczeństwie z uwagi na jej prawne lub profesjonalne usytuowanie (Botton, 2004 str. 3). Domański wyróżnia dwa podstawowe rodzaje prestiżu: wynikający z atrybutów różnicujących, takich jak bogactwo, władza czy wykształcenie oraz z wyznaczników prestiżu osobistego – bezinteresowności, życzliwości, charyzmy, dystynkcji i powadze w zachowaniu lub umiejętności przywódczych (Domański, 1999). W tradycyjnych społeczeństwach status jednostki opierał się na wiedzy uzyskanej poprzez interakcje z nią w różnych sytuacjach. Obecnie jest to możliwe tylko w małych społecznościach, gdyż rozrastające się społeczeństwa uniemożliwiły ten sposób przyznawania statusu. Jego nowym atrybutem stał się styl życia (Giddens, 2005 strony 307-308), wyrażany poprzez konsumpcję określonych towarów. Produkt jest symbolem, który pozwala na przypisanie lub wykluczenie jego użytkownika z danej grupy. Baudrillard podkreśla, że konsument uważa wyróżniające go zachowanie jako wyraz wolności, wyboru i aspiracji, ale nie zauważa przymusu podporządkowania się presji posiadania danych przedmiotów, ponieważ zasięg tego zjawiska przekracza skalę jednostki, która może tylko zająć swoje miejsce w istniejącym systemie w ramach ogólnej logiki społecznej (Baudrillard, 2005a str. 61).



Ryc. 30. Prestiżowe budynki mieszkalne. Fot. własne.

Po lewej apartamentowiec The Majestic z lat 30. XX wieku usytuowany przy nowojorskim Central Parku.
Po prawej lofty w londyńskim Doku Św.Katarzyny.

W celu zdefiniowania statusu W.L.Warner z zespołem opracował metodę jego mierzenia, tzw. ISC - Index of Status Characteristics (W. L. Warner, 1949). Został on stworzony na podstawie badań przeprowadzonych wśród mieszkańców Chicago i bazował na czterech wskaźnikach społeczno-ekonomicznych:

wskaźnik	mnożnik
zawód	x 4
źródło dochodów	x 3
forma zamieszkania	x 3
obszar zamieszkania	x 2

Tabela 31. Index of Status Characteristics według W.L.Warnera (W. L. Warner, 1949). Opr.własne

Warner przypisywał duże znaczenie miejscu i formie zamieszkania oraz zakładał, że każda z klas posiada inne charakterystyczne wzorce konsumpcji, czyli stanowi grupę docelową dla różnych towarów. W 1955 roku Joseph A. Kahl i James A. Davis zweryfikowali indeks Warnera i doszli do wniosku, że najlepiej ilustrującymi pozycję czynnikami są w malejącej kolejności: zawód, wykształcenie, źródło dochodów, adres, typ domu lub mieszkania oraz wysokość dochodów. Te wartości nie determinują jednak statusu, tylko są jego symbolami. Mogą być stosowane wyłącznie w lokalnej skali i na podstawie wartości ustalanych indywidualnie dla poszczególnych społeczności (Packard, 1962 strony 217-218). Packard przytacza opracowane dla Chicago w latach 50. wskaźniki, z których wynika, że pod względem adresu i typu mieszkania najbardziej prestiżowe, w kolejności malejącej, są następujące typy:

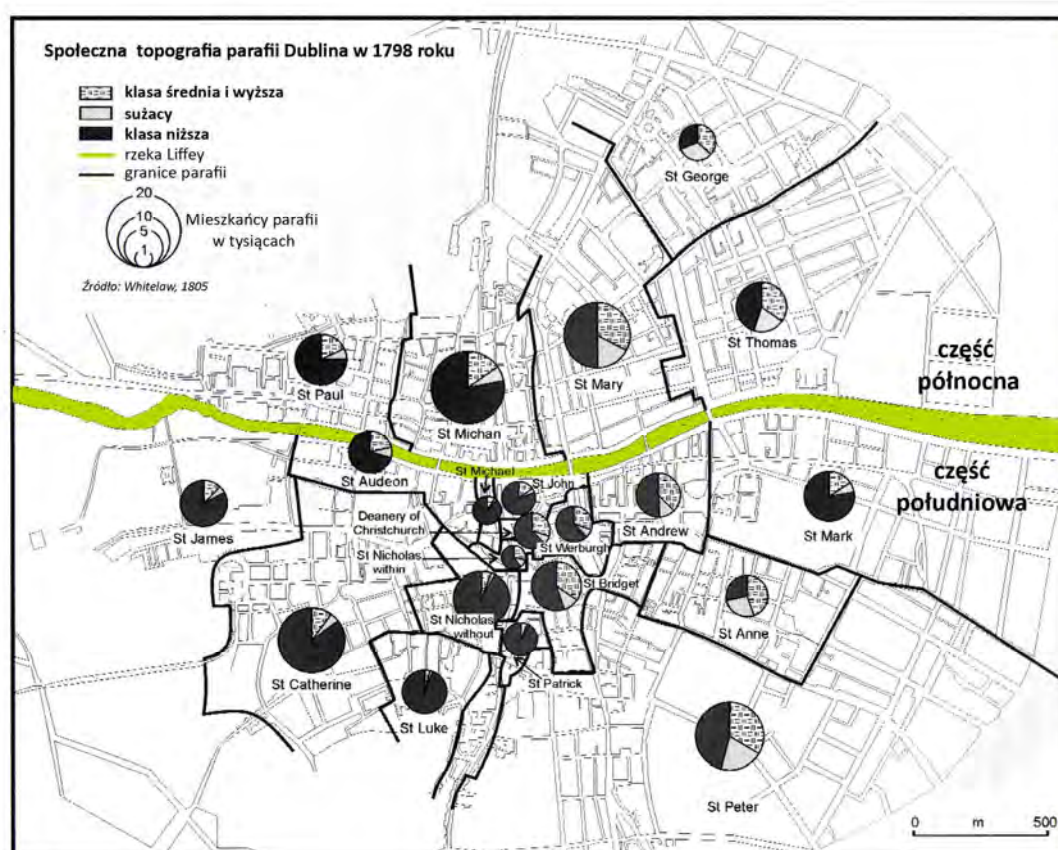
poziom prestiżu	rodzaj domu lub mieszkania	lokalizacja
1	własny jeden lub dwa domy	modna, prestiżowa lokalizacja
2	duży, dobrze utrzymany dom lub luksusowy apartament z portierem i eleganckim lobby	przyjemna część miasta
3	porządny, przestronny dom lub nowoczesne, dobrze utrzymane mieszkanie w apartamentowcu	jedna z „lepszych” dzielnic miasta lub okolic wiejskich
4	mały, nowoczesny dom lub większy, prosty, niezbyt modny dom lub mieszkanie	przyjemna, ale mało prestiżowa dzielnica
5	bliźniak lub szeregowiec	„gorsza” dzielnica
6	mały, prosty, nieco wyeksploatowany dom lub mieszkanie	biedniejsza okolica
7	zaniedbany dom lub mieszkanie	najbiedniejsza dzielnica miasta

Tabela 32. Wskaźniki prestiżu formy i miejsca zamieszkania dla Chicago (Packard, The Status Seekers, 1962). Opr. własne.

W Wielkiej Brytanii i Irlandii nieruchomości jako symbol statusu ma szczególne znaczenie – potwierdza przynależność klasową (James, 2007 str. 214). Według Saundersa wzrost wskaźnika posiadania domów w Wielkiej Brytanii w ostatnich kilkudziesięciu latach miał rewolucyjne konsekwencje w kontekście społecznym (Savage, i inni, 2003 str. 165). Dzielnice Londynu zamieszkałe są przez przedstawicieli poszczególnych klas i pozycję, zawód czy zamożność ich mieszkańców można często łatwo i bez większego błędu określić na podstawie adresu¹³³. Podobna sytuacja istnieje w stolicy Irlandii - najmniej prestiżowe dzielnice Dublina położone są na północ od przepływającej przez centrum miasta rzeki Liffey. Ryc. 33 przedstawia społeczną topografię miasta z końca XVII wieku, kiedy podział ten nie był jeszcze tak czytelny z uwagi na arystokrację chętnie osiedlającą się w nowych, georgiańskich założeniach mieszkaniowych w północno-wschodniej części stolicy. Dzielnica szybko ulegała degradacji, a większość prestiżowych budynków użyteczności publicznej lokalizowano na południe od Liffey. Już na przełomie XIX i XX wieku anonimowy podróżnik relacjonował, że najzamożniejsi dublińscy przekraczają rzekę tylko wtedy, gdy wybierają się do zlokalizowanego na północy parku na wyścigi (Brady & Simms, 2001, str. 238). Mniejsza ranga położonych tam dzielnic o nieparzystych numerach kodów pocztowych przekłada się

¹³³ Fenomen ten w żartobliwy sposób zinterpretował George Bernard Shaw w „Pigmalionie”: główny bohater, profesor fonetyki, rozpoznaje po akcencie, z której dzielnicy Londynu pochodzą napotkane osoby oraz przyjmuje zakład, że z ulicznej kwiaciarki zrobi damę, ucząc ją wymowy charakterystycznej dla arystokracji zamieszkującej najbardziej prestiżowe części miasta (Shaw, 1972).

na niższe ceny zlokalizowanych tam nieruchomości¹³⁴. Do dzisiaj najbardziej prestiżowym adresem pozostał Dublin 4, co podkreślane jest przez inwestorów realizujących tam nowe założenia. Firma deweloperska, która zbudowała w tej części miasta duży kompleks mieszkaniowo-biurowy, tak reklamowała tę lokalizację: *Jeśli istnieje jeden kod pocztowy słynny w całej Irlandii, jest nim Dublin 4. Oznacza bogactwo. Oznacza sukces.*¹³⁵



Ryc. 33. Społeczna topografia Dublina w 1798 roku (Brady & Simms, 2001, str. 147)

Wyznaczniki statusu zmieniają się. Packard podaje przykład późnych lat 50. w USA, kiedy dom zastąpił samochód jako najważniejszy symbol pozycji. Potwierdziły to wywiady z mieszkańcami przedmieść, którzy często przyznawali, że kupno domu jest dla nich równoznaczne z kupowaniem symbolu sukcesu. Przyczyną tej zmiany okazała się zbyt łatwa dostępność aut – na jeden lub kilka samochodów mogła pozwolić sobie prawie każda rodzina, ale koszt zakupu dużego domu na prestiżowym osiedlu przekraczał już możliwości osób o przeciętnych zarobkach. Z drugiej strony

¹³⁴ Na przykład według raportu przeprowadzonego przez Savills Hamilton Osborne King Research Group średnia cena trzypokojowego mieszkania w dzielnicach północnych wynosiła w 2007 roku 364 188 euro, a na południu - 440 588 euro (dane ze strony firmy www.savills.ie)

¹³⁵ Cytat ze strony internetowej inwestycji www.elmpark.ie. Pobrano 13 grudnia 2010.

można było zauważyć, że na osiedlach, na których wszystkie domy były do siebie podobne, właściciele najczęściej parkowali na ulicy zamiast w garażach, ponieważ tak wyeksponowany, drogi samochód podnosił ich status w oczach sąsiadów. Potwierdzają to współczesne analizy. Przeprowadzone na podkatowickich osiedlach domów jednorodzinnych badania ankietowe wykazały, że samochód stanowi drugi, po dużym i ładnym ogrodzie, czynnik budzący zazdrość sąsiadów (Rożałowska, 2008 str. 209). Sygnalizowanie otoczeniu swojego statusu za pośrednictwem lokalizacji i rodzaju posiadanej nieruchomości nie sprawdza się w przypadku klasy wyższej. Zakup drogiej willi w prestiżowym sąsiedztwie jest niewystarczający, ponieważ należy także udowodnić swój wysoki kapitał kulturowy i przynależność do danej ekskluzywnej grupy (Gram-Hanssen & Bech-Danielsen, 2004).

Chęć odróżnienia się od tłumu skutkuje w wybieraniu niedostępnych (najczęściej finansowo) lub mało popularnych towarów w celu podkreślenia własnej indywidualności, pozycji bądź smaku - *- keep different from the Joneses* zamiast *keep up with the Joneses*¹³⁶. Im mniejsza i bardziej wyselekcjonowana grupa jest w stanie odczytać kod danego stylu życia, tym bardziej jest on prestiżowy i pożądanym (Tomlinson, 1990, str. 27). Określenie „snob” i „snobizm” po raz pierwszy użyto w latach 20. XIX w. w Anglii. Prawdopodobnie w Oxfordzie i Cambridge pisano *sine nobilitate* (łac. *bez szlachetności*) lub w skrócie *s.nob.* obok nazwisk „zwykłych” studentów, aby odróżnić ich od kolegów o arystokratycznym pochodzeniu. Początkowe określenie osoby bez wysokiego statusu wkrótce uzyskało nowe znaczenie i można tak określić każdego, dla kogo hierarchia wartości i pozycja mają szczególną wagę (Botton, 2004 str. 22). W odniesieniu do wyborów mieszkaniowych snobizm może wyrażać się w nieruchomości drogiej (wówczas działanie takie można określić *efektem Veblena* czyli konsumpcją na pokaz) lub niekoniecznie kosztownej, ale oryginalnej, pod prąd ogólnych tendencji, np. zlokalizowanej w dzielnicy o niskiej reputacji, ale wyjątkowej i autentycznej. Mieszkaniowy snobizm przyczynia się do gentryfikacji¹³⁷ zaniedbanych lub ożywienia przemysłowych dzielnic. Przyciągają one często specyficzne kategorie nowych mieszkańców: artystów poszukujących inspirującej atmosfery i niskich czynszów oraz zamożniejsze osoby, którym zależy na nietypowej, „klimatycznej” nieruchomości, do renowacji lub zaadaptowania¹³⁸. Takie zjawisko miało miejsce w przypadku m.in. nowojorskiego Manhattanu

¹³⁶ "Odróżniaj się od Jonesów zamiast dotrzymywać im kroku" - parafraza powiedzenia wyjaśnionego w rozdziale 2.4.2. *Zachowania konsumenckie*.

¹³⁷ Proces zajmowania ubogich, najczęściej robotniczych lub przemysłowych dzielnic, przez zamożniejsze osoby. Często wiąże się z wypieraniem rdzennych mieszkańców w związku z podwyższeniem kosztów życia.

¹³⁸ Patrz lofty w rozdziale 2.3.5. *Moda i marka*.

w latach 80. XX wieku, a w Polsce warszawskiej Pragi, której autentyczna przedwojenna atmosfera oraz lokalizacja w pobliżu centrum okazały się atrakcyjne przede wszystkim dla przedstawicieli stołecznej klasy kreatywnej¹³⁹ i *yuppies*¹⁴⁰. Proces gentryfikacji, pomimo pozytywnego wpływu na stan odnawianych zasobów mieszkaniowych oraz ożywienie ekonomiczne i obniżenie przestępczości, może doprowadzić do wypierania dotychczasowych mieszkańców, których nie stać na mieszkanie w droższej lokalizacji (Kronenberg & Bergier, 2010, str. 240). W skrajnym przypadku dzielnica może stać się gettem dla majątnych osób lub ulec ponownej degradacji lub miejscem konfliktu pomiędzy "starymi" a „nowymi” mieszkańcami (patrz także rozdział 3.2.2. *Konsumenci o średnim poziomie refleksyjności*).

Konsumenci starają się, aby nabyte produkty wyglądały na jak najdroższe: *...piękny przedmiot, który nie jest drogi, nie jest uznawany za piękny* (Veblen, 1994 str. 81). Powodzenie finansowe otwiera możliwość konsumpcji dóbr wyrażających wyrafinowany smak. Szlachetne materiały wykończeniowe w prestiżowych realizacjach mieszkaniowych nie są stosowane głównie z uwagi na trwałość (nabywca, którego stać na drogie mieszkanie, nie koncentruje się na kosztach eksploatacji budynku), ale skojarzenia z luksusem. Dom to także demonstracja „kultury” – to w nim można wyeksponować świadczące o świetnym guście meble, dzieła sztuki czy książki. W czasach szczytu amerykańskiej suburbanizacji popularnością cieszyły się ogromne lub tylko wyglądające na ogromne domy; nawet jeśli ich wnętrza wykańczano tanimi materiałami, sprzedawano je w wyjątkowo wysokich cenach (Packard, 1962 strony 61-69). Również tak pozornie nieistotne szczegóły, jak połączone krany, stanowiące niewielki koszt dla dewelopera w porównaniu z ceną całej inwestycji, potrafią podnieść prestiż realizacji. Łatwo można pochwalić się nimi jako wyjątkowym detalem, który podkreśla doskonałość domu. Odpowiednikiem takiej praktyki są kosztowne wykończenia stosowane w holach polskich budynków mieszkalnych o podwyższonym standardzie, które aspirują do rangi apartamentowców (patrz rozdział 5.2. *Odpowiedzialność producentów*). Według Ritzera luksusowe osiedla mieszkaniowe należą do najbardziej ostentacyjnych środków konsumpcji: *W owych spektakularnych miejscach konsumuje się drogie domy oraz atrybuty luksusowego stylu życia: pola golfowe, korty tenisowe, kluby fitness* (Ritzer, 2004 str. 10). To ekscytacja potencjałem, na który wskazywał Baudrillard w odniesieniu do przedmiotów – w tym przypadku zarówno towary, jak i usługi, są opłacane na pokaz. Jest to sytuacja analogiczna

¹³⁹ Stworzone przez R.Fluidę pojęcie określające grupę osób zatrudnionych w przemyśle kreatywnym lub opartym na wiedzy (badaniach, edukacji, rozrywce, mediach itd.) (Florida, 2004).

¹⁴⁰ Skrót od ang. *Young Urban Professional* – młody profesjonalista należący do klasy średniej lub wyższej, prowadzący konsumpcyjny, miejski styl życia. Określenie popularne głównie w latach 80., przed krachem na Wall Street.

do opisanego przez Veblena ponad sto lat temu zjawiska: *...powstaje klasa służących, których jedynym zadaniem jest czekanie na właściciela i w ten sposób dają oni świadectwo jego możliwościom bezproduktywnej „konsumpcji” dużej liczby służby* (Veblen, 1994 str. 39). W momencie, kiedy zatrudnianie służby przestało być koniecznością, a stało się oznaką luksusu, ostentacyjnie się ją eksponuje (Rybczyński, 1987 str. 86). Portierzy w luksusowych apartamentowcach spełniają obecnie niemal wyłącznie taką rolę, ponieważ równolegle stosowane są automatyczne systemy kontroli dostępu i zapewnienia bezpieczeństwa.

Veblen pisał o różnicowaniu smaku u różnych klas. Gust zmienia się w procesie wspinania się po szczeblach drabiny społecznej, ponieważ takie są oczekiwania otoczenia (Veblen, 1994 str. 47). Świadczący o wyrafinowanym smaku prestiż w kontekście mieszkaniowym może wynikać z formy domu (kamienica, dworek), jego wieku czy materiału, z jakiego jest wykonany - materiały szlachetne i trwałe jak kamień i cegła uznawane są za najbardziej ekskluzywne (Bell, i inni, 2004 str. 502). Podobnie kolor czarny i szary uważane są za ponadczasowe, świadczące o wysokiej kulturze i luksusie, w przeciwieństwie do wielu innych „wulgarnych”, ostrych kolorów, których kontrastowość i intensywność rekompensują brak innych wartości. Klasyczne budynki, zarówno fasady, jak i wnętrza, są zwykle wykończone naturalnymi materiałami i unikają krzykliwych kolorów (Baudrillard, 2005b) – odpowiada to chłodnej kolorystyce współczesnych luksusowych apartamentów. Według Packarda bardziej zamożne i wykształcone osoby preferują jasne, pastelowe barwy, pozbawione ornamentu powierzchnie i antyczne lub ultranowoczesne meble. Odpowiada im otwarty plan i przestronność wewnątrz. Klasy niższe czują się lepiej w mocno zdefiniowanych i zamkniętych pomieszczeniach, wzorach i ozdobach, ostrych barwach i bogatych dekoracjach (Packard, 1962 strony 70-73).

Ekskluzywne, limitowane edycje produktów dają gwarancję, że posiadana rzecz jest unikalna i kosztowna. Mieszkanie w obiektach o wartości historycznej lub kulturowej, np. domu-ikonie, jest postrzegane w kategoriach prestiżu. *Tylko zamożni lub biedni mogą żyć w przeszłości; tylko ci pierwsi robią to z wyboru* (Rybczyński, 1987 str. 220). Antyki i budynki zabytkowe charakteryzują się szlachetnością, której są pozbawione współczesne budynki – zamiast nabierania rasowej patyny, szybko się starzeją i są mniej solidne (Baudrillard, 2005b str. 88). Ponieważ urodzenie i tytuły straciły swoją ideologiczną moc, rola potwierdzania statusu spadła na przedmioty - symbole dawnej świetności są kupowane za nowe pieniądze. Nie zawsze są to oryginalne antyczne przedmioty, lecz współczesne stylizacje. Każda z grup konsumentów ma odmienny stosunek do obiektów

z przeszłości. „Klasa próżniacza” szuka wyrafinowanych antyków, a klasa średnia skłania się ku przedmiotom rustykalnym, doceniając ich autentyczność, ale nie zagłębiając się w kwestie stylu. Natomiast klasa niższa nie posiada ani potrzeby, ani kapitału, aby nabywać podobne przedmioty, ponieważ funkcjonuje poza systemem, który wpływa na wybory klas wyższych i nie jest świadoma, że decyzje te mogą mieć wpływ na jej pozycję (Baudrillard, 2005b str. 163). *„Sztuka życia” i estetyzacja życia codziennego zmieniają sens konsumenckich wyborów. Przedmioty, które robią wrażenie odziedziczonych i otrzymanych w spadku po przodkach zaprzeczają temu, jakby były częścią oferty rynkowej. [...] rynek usiłuje zaszcześcić w konsumentach nostalgię za minionymi sposobami życia...* (Jacyno, 2007 str. 41). Rybczyński zwraca uwagę na ogromną, zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych, popularność proponowanej przez Ralpa Laurena stylistyki w dekoracji wnętrz, przywołującej skojarzenia ze „starymi pieniędzmi”, czyli elegancją stylu życia klas wyższych z przełomu i początku XX wieku (Rybczyński, 1987 str. 9). Reminiscencję tradycji, wygody i zamożności próbuje się uzyskać poprzez nawiązanie do dawnych stylów architektonicznych, np. w Polsce domy jednorodzinne przypominają dworki szlacheckie, a luksusowe apartamentowce nawiązują do prostoty i elegancji modernistycznych kamienic. Jest to postawa typowa dla postmodernizmu - elitaryzm modernizmu został zastąpiony przez estetyczny populizm, a w architekturze zmiany następujące w estetyce są najbardziej widoczne. Jameson odnosi to do postindustrialnej nostalgii za minionymi czasami i używania, niekoniecznie jako cytatu czy interpretacji, ale wręcz dla zabawy, sztafażu z danej epoki (Jameson, 1993, str. xvii). Przykładem pretensjonalności takiej stylizacji jest osiedle Ivory Residence realizowane przez firmę deweloperską TS Invest (ryc. 34). Styl architektoniczny budynków ma nawiązywać do wyidealizowanego modelu dawnych rezydencji. Zacytowane w reklamie prasowej słowa Zbigniewa Herberta mają podkreślić, że oferta jest skierowana do wykształconej i zamożnej grupy (na tę drugą cechę wskazuje też brak cen na stronie internetowej dewelopera – taką strategię stosuje się w przypadku drogich produktów). W rzeczywistości osiedle składa się z budynków wielorodzinnych w pseudoklasycyzującym stylu, o przesadnie wyeksponowanym bogactwie detali i wykończeń. Skierowane jest do osób pragnących wyrazić przekaz o swoim stanie posiadania i guście za pośrednictwem stylizowanych, nawiązujących do przeszłości form. Pretensjonalność architektury założenia jest zdemaskowana w tekście reklamy: *[Styl rezydencji jest] wizytówką doskonałego gustu właścicieli oraz ich zamiłowania do wykwinnego życia, będącego dyskretnym świadectwem statusu. Projekty domów nawiązujące do lat świetności renesansowego geniuszu i pięknej linii wzorów z XVIII*

i XIX wieku oraz najlepszej jakości materiały stawiają to architektoniczne przedsięwzięcie w czołówce najwybitniejszych europejskich osiągnięć (Polityka nr 7/2641 16 lutego 2008 str.27).



Ryc. 34. Graficzna część prasowej reklamy Ivory Residences. Źródło: Polityka nr 7/2641 16 lutego 2008 str.27.

Prestiżu inwestycji można dodać także poprzez kojarzącą się z luksusem nazwę. Już w wiktoriańskiej Anglii inwestorzy, budujący podmiejskie osiedla mieszkaniowe, konkurowali między sobą nadając kompleksom nazwy brzmiące rustykalnie, dla skojarzeń z sielską wiejską atmosferą lub ekskluzywnie (Inwood, 2006, str. 201). Podobne zjawisko jeszcze z lat 50., czyli szczytu amerykańskiej rewolucji konsumpcyjnej, można było zaobserwować w ówczesnych ogłoszeniach deweloperów. Ponieważ francuski uważano za język snobów, teksty reklam formułowano właśnie po francusku, aby dodać im prestiżu (Packard, 1962 str. 62). Obecnie w Polsce w tym samym celu najczęściej stosowane są anglicyzmy, które w zestawieniu z polskimi członami brzmią pretensjonalnie i absurdalnie. Osiedla deweloperskie nazywane są np. *Wola Prestige*, *Kazimierzowska Residence* czy *Płudy Village* (Wojtczuk, 2008 str. 2).

Etos własnego domu

Etos własnego podmiejskiego domu, związanego z relaksem i idyllicznością wiejskiego życia, nawiązywał do rzymskich tradycji¹⁴¹. Jego charakter zależał od czasu i lokalizacji – należąca do arystokracji posiadłość wiejska mogła być połączona z zabudowaniami gospodarczymi i polami

¹⁴¹ M.in. w pismach Wirgiliusza i Pliniusza.

uprawnymi (*villa rustica*), podczas gdy wille podmiejskie wraz z przyległymi ogrodami przejmowały funkcje reprezentacyjne (np. założenia barokowe lub palladiańskie) i służyły odpoczynkowi od niedogodności życia w mieście (*villa suburbana*) (Hodor, 2007). Centrum interesów stanowiła jednak najczęściej miejska rezydencja (*villa urbana*), której dogodna lokalizacja w prestiżowych dzielnicach miasta świadczyła o pozycji i zamożności właściciela. Powojenna suburbanizacja, degradacja istniejącej tkanki, a także, w kontekście m.in. Londynu lub Dublina, masowa replikacja bloków socjalnych na dostępnych śródmiejskich terenach, przyczyniły się do uznania intensywnie zurbanizowanego środowiska za nieodpowiednie, niebezpieczne lub niezdrowe do życia. Obok deindustrializacji i migracji stało się to jedną z głównych przyczyn zjawiska *shrinking cities*¹⁴². Współczesny „powrót do miasta” (Giddings, Hopwood, Mellor, & O'Brien, 2005) związany z docenieniem na nowo wygody, dostępności usług, rozrywki i możliwością prowadzenia miejskiego (a także ekologicznego, redukującego konieczność dojazdów do pracy i usług) stylu życia, dyktowany jest także pragnieniem ekskluzywności i prestiżu. *Yuppies*, wprowadzający się w latach 80. do modnych wówczas loftów¹⁴³ i luksusowych apartamentowców, stali się grupą docelową dla inwestorów poszukujących wysokich zysków z realizacji na drogich, atrakcyjnie zlokalizowanych działkach. Segment rynkowy poszukujący luksusu stał się wzorem aspiracji dla mniej zamożnych konsumentów, do których deweloperzy kierują ofertę tańszych, wzorowanych na apartamentach mieszkań (patrz rozdział 2.5. *Odpowiedzialność producentów*). Jednocześnie zmiany w demografii i stylu życia przyczyniły się do powstania zupełnie nowych odbiorców. W rozdziale 2.4.1. opisane zostało zjawisko coraz bardziej rozpowszechniającego się w zamożnych krajach wzorca życia w pojedynkę. Nową klientelę stanowią także kobiety, których uwolniona od wizerunku podmiejskiej pani domu¹⁴⁴ pozycja przełożyła się na niezależność, karierę i wzorowany na medialnych obrazach styl życia. Przedsiębiorstwa deweloperskie zauważyły potencjał kierowania specjalnie do nich produktów mieszkaniowych - feministycznego odpowiednika męskiej garsoniery (Lloyd, 2008, str. 46). Zaadresowane do różnych grup odbiorców nieruchomości nie różnią się diametralnie pod względem projektowym i generalnie podążają za aktualnymi trendami architektonicznymi i wnętrzarskimi. Ekskluzywność, jako wartość pożądana przez pragnących podkreślić swój status

¹⁴² Proces „kurczenia się” miast poprzez utratę populacji spowodowaną m.in. dezindustrializacją i migracjami.

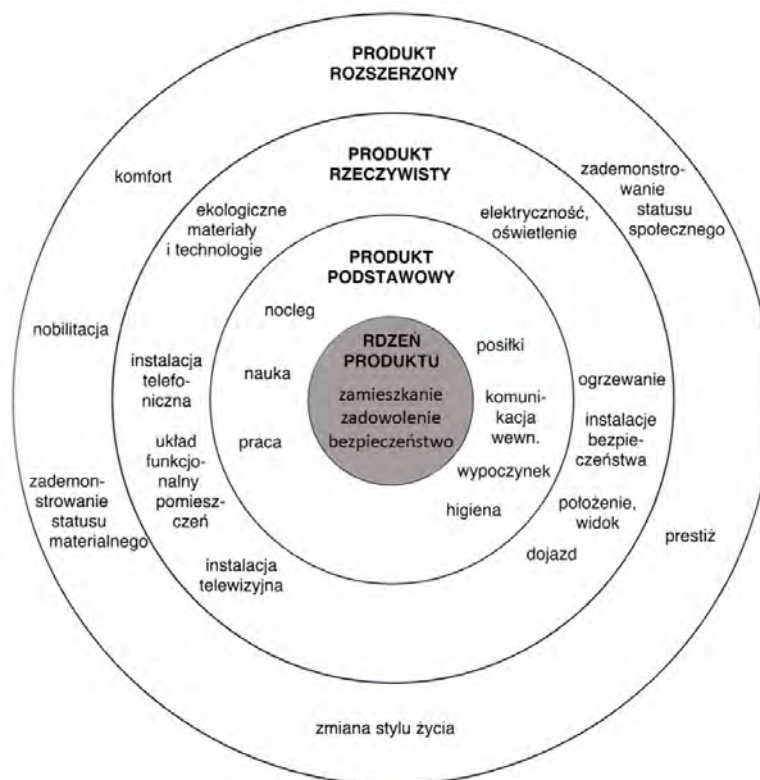
¹⁴³ Zjawisko opisane w rozdziale 2.4.5. *Moda i marka*.

¹⁴⁴ Patrz ryc. 36. Lloyd przytacza przykład skierowanego do kobiet sloganu reklamowego inwestycji mieszkaniowej w Sydney: *Zapomnij o zmywaniu. Lumina znajduje się w otoczeniu niezliczonych bajecznych restauracji, kawiarni i barów. Spokojna aleja z drzewami, a tylko minutę drogi przez Hyde Park do miasta, Oxford Street, East Sidney Village* [rozrywka w dzielnicy Sydney] i *centrum fitness Cook and Phillip* (Lloyd, 2008, str. 59).

klientów, kreowana jest za pośrednictwem narzędzi marketingowych (proces opisany w rozdziale 2.5. *Odpowiedzialność producentów*).

Połączenie miejskiego życia z wiejską, sielską atmosferą, cywilizacji z naturą i przytulności wewnątrz z otwartością przydomowego ogrodu stanowi dla wielu osób idealną formę zamieszkania. Popularność domów na przedmieściach ma kilka przyczyn: oferują poczucie bezpieczeństwa, pozwalają chronić prywatność, wydają się mniej anonimowe niż mieszkanie w wielorodzinnym budynku, ponieważ w niewielkiej społeczności kontakty między sąsiadami są częstsze. Badania wykazują, że osoby mieszkające we własnych domach są bardziej zadowolone z ich wyglądu oraz otoczenia (CBOS, 2005). Jednym z istotnych powodów jest także duma z posiadania domu (Bell, i inni, 2004 strony 501-502), który wiąże się z większym prestiżem niż mieszkanie o porównywalnym standardzie: *Kupując mieszkanie dołączamy do szarzyzny. Dom to naprawdę coś wielkiego*¹⁴⁵. Konflikt między prostotą życia a etosem własnego, podmiejskiego domu, wyposażonego w wysokiej jakości sprzęty, jest bardzo silny w kulturze protestanckiej i w krajach zamożnych pomimo dużego nacisku na zdrowy, ekologiczny styl życia. Dom to skromniejsza wersja posiadłości, która wcześniej zarezerwowana była tylko dla najzamożniejszych. Mniejsza, ponieważ do obsługi dużego domu potrzebna była służba oraz dużo przestrzeni oddzielającej zatrudniających od zatrudnianych. Dom stanowi wyrażenie konsumpcyjnych możliwości i stylu życia oraz miejsce eksponowania posiadanych przedmiotów. Spędza się tam większość wolnego czasu, między innymi na własnoręcznie wykonywanych remontach lub dekorowaniu (Tomlinson, 1990). Ryc. 35 przedstawia gradację poziomów domu jednorodzinnego jako produktu od jego rdzenia (spełnienia potrzeb podstawowych) po znaczenie rozszerzone oparte na komforcie oraz demonstracji statusu.

¹⁴⁵ Wypowiedź użytkownika „tst78” z 15 września 2009 na forum internetowym Gazety Wyborczej (www.gazeta.pl).



Ryc.35. Poziomy produktu - domu jednorodzinnego-rezydencji (Stachura, 2007, str. 51).

Lata 50. XX wieku to okres największego suburbanizacyjnego boomu w Stanach Zjednoczonych. Do głównych przyczyn rozwoju przedmieść należało zaspokojenie niedoborów mieszkaniowych będących skutkiem kryzysu finansowego lat 30. oraz demobilizacja żołnierzy biorących udział w II wojnie światowej, którzy dzięki subsydiom mogli pozwolić sobie na najem lub zakup nowego podmiejskiego domu¹⁴⁶, miejsca dla nowo założonej rodziny. Wysokość miesięcznych rat subsydiowanych kredytów stała się wówczas niższa od kosztu wynajmu mieszkania w miejskiej lokalizacji lub napraw i utrzymania starszego domu, co jednoznacznie określało najbardziej racjonalne ekonomicznie rozwiązanie – dom na masowo realizowanych podmiejskich osiedlach (Kunstler, 1993). O wyborach decydowały jednak również czynniki pozaekonomiczne, wpływające na orientację działań i aspiracji jednostki: wartości rodzinne, konsumenckie i związane z karierą (Bell W. , 1956). Badania przeprowadzone w okresie najintensywniejszej amerykańskiej suburbanizacji wykazały, że w kwestiach wyborów mieszkaniowych przeważają głównie wartości rodzinne. Tłumaczy to dążenie do posiadania własnego domu jako centrum życia rodzinnego,

¹⁴⁶ Dla powracających z frontu żołnierzy powstało m.in. pierwsze Levittown w Long Island dewelopera J.Levitt & Sons, początkowo jako osiedle złożone z dwóch tysięcy tanich, prefabrykowanych domów, tzw. „pudełek Levitta”. Najpierw były wynajmowane, ale po przyjęciu Federal Housing Act z 1948 roku oraz programu preferencyjnych kredytów dla weteranów (Veterans Administration, które umożliwiło zakup domu bez wkładu własnego), większość jednostek sprzedano (Thorns, 1973) (Ritzer, 2005, str. 64) (Kunstler, 1993).

a większość obywateli mogła sobie na niego pozwolić wyłącznie w taniej, podmiejskiej lokalizacji (Thorns, 1973). *Purytańska idea domu była normą, która miała dyscyplinować niższe klasy. Dom zakładał stabilną rodzinę, wzajemną troskę i poświęcenie, wyrazisty podział ról i zajęć, pożądany i adekwatny sposób bycia oraz adultocentryczną i patriarchalną hierarchię. [...] Zbudowanie i posiadanie domu wyznaczyło cel życiowy i treść sukcesu, jaki mogą osiągnąć klasy niższe* (Jacyno, 2007 str. 35). Fava, badając amerykańskie suburbia mówiła, parafrazując Wirthowską „miejskość”, o „przedmiejskości jako sposobie życia”¹⁴⁷, czyli funkcjonowaniu między miejskim a wiejskim trybem (Thorns, 1973). Z lat 50. pochodzi konsumpcyjny obraz beztroskiego i szczęśliwego życia rodzinnego na amerykańskich przedmieściach. Dostępne wówczas dla przeciętnie zamożnych obywateli domy i samochody, tradycyjny podział ról w rodzinie – mężczyzna rozwijający karierę zawodową, kobieta zajmująca się domem i dziećmi – stały się wzorcem stylu życia, do którego, jako stylizowanego ideału, powraca do dziś kultura wysoka¹⁴⁸ i popularna¹⁴⁹. W 2005 roku czasopismo „W Magazine” opublikowało cykl fotografii Stevena Kleina, który przestawił parę znanych aktorów, Angelinę Jolie oraz Brada Pitta, jako rodzinę z amerykańskich przedmieść z przełomu lat 50. i 60. (ryc. 36), kiedy, jak określili to twórcy zdjęć, *pod wyidealizowaną fasadą zaczynał się powolny rozpad* – wartości, tradycji, zuniformizowanego stylu życia. Purytańskie wartości poddane zostały krytyce dopiero w czasie obyczajowej rewolty 1968 roku. Nowa klasa średnia zaczęła odrzucać konwenanse i sztywną hierarchię tradycyjnych wartości na rzecz elastyczności, autentyczności i aktywności.



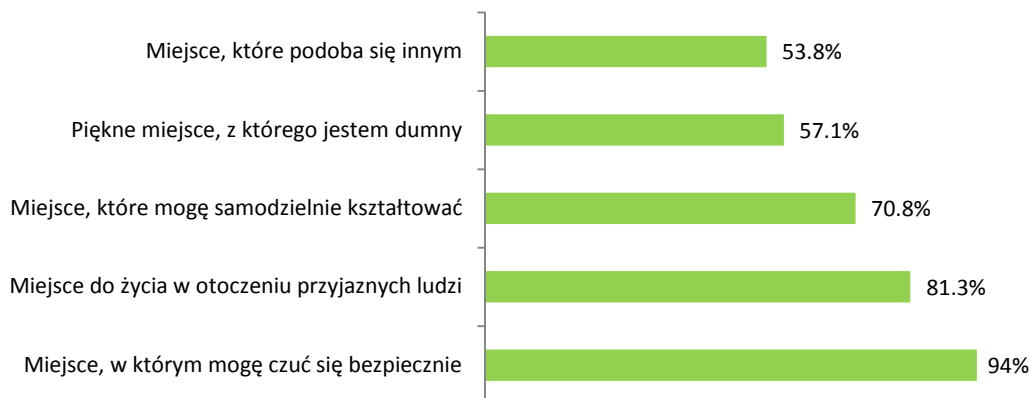
Ryc. 36. Fotografie Stevena Kleina dla „W Magazine”, przedstawiające popularnych aktorów, Angelinę Jolie i Brada Pitta w roli rodziny z amerykańskich przedmieść z przełomu lat 50. i 60. Źródło: www.wmagazine.com, wydanie internetowe z lipca 2005 roku.

¹⁴⁷ „Suburbanism as a Way of Life” zamiast „Urbanism as a Way of Life” (Wirth, 2005).

¹⁴⁸ M.in. Cindy Sherman lub Angela Strassheim w swoich fotografiach czy Edward Hopper w obrazach.

¹⁴⁹ Przykłady filmowe to m.in. „The Last Picture Show” P.Bogdanovicha (1971), „Żony ze Stepford” (1975, 2004) oparte na satyrycznej powieści z 1971 roku, „Revolutionary Road” S.Mendesa (2008) czy „Drzewo życia” T.Malicka.

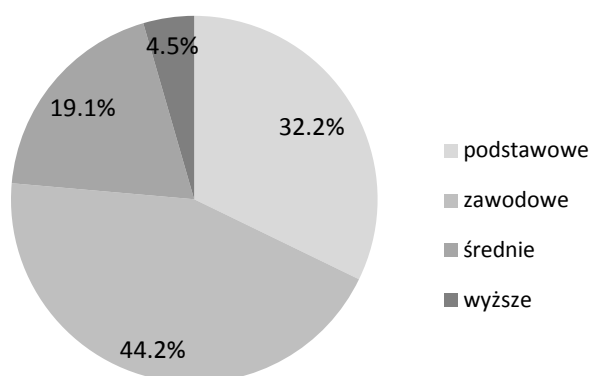
Badania Rożałowskiej potwierdzają, że w Polsce dom spełnia przede wszystkim swoją podstawową funkcję – schronienia i zapewnienia bezpieczeństwa (patrz tab. 37). Biorąc jednak pod uwagę, że większość respondentów zamieszkiwała wcześniej budynki wielorodzinne, zakup domu stanowił realizację zakorzenionego kulturowo marzenia lub chęć ucieczki z blokowiska (wskazywało na to 8,2% badanych osób) (Rożałowska, 2008). Marzenie to jest silne od kilkadziesiąt lat – już badania prowadzone w latach 50. i 60. wskazywały, że zdecydowana większość mieszkańców zarówno dużych, jak i małych miast i wsi uważa wolno stojący dom jednorodzinny za preferowane, choć oczywiście nie zawsze osiągalne, miejsce zamieszkania (Łaciak, 2007). Obecnie 9% Polaków marzy o budowie lub zakupie własnego domu. Dla porównania trzykrotnie mniej liczne grupy są zainteresowane zakupem mieszkania lub modernizacją obecnego lokum (Boguszewski, 2008).



Wykres 37. Hierarchia potrzeb w przestrzeni domu (Rożałowska, 2008, str. 140)

Duncan klasyfikuje dwa typy relacji społecznych: kolektywistyczne i indywidualistyczne. W obu przypadkach dom odzwierciedla strukturę społeczną, ale w społeczeństwach, w których przeważa pierwszy, dom rzadko jest nośnikiem statusu, więc najczęściej przypomina inne siedziby, wzmacniając poczucie przynależności do grupy. Jej członkowie unikają eksponowania dóbr konsumpcyjnych w obawie przed ostracyzmem (Duncan, 1985 strony 133-151). Potwierdza to przykład ze społeczeństwa, gdzie relacje kolektywistyczne zostały narzucone: Baudrillard podaje przykład radzieckiego robotnika, inżyniera i członka partii, którzy mieszkali w identycznych komunalnych mieszkaniach, jednak dopiero prywatna dacha, dziedziczona wartość i symbol prestiżu, wyrażała ich indywidualizm (Baudrillard, 2005a). Podobną rolę w Polsce w czasach PRL pełniły działki rekreacyjne i domki letniskowe, a własny dom z ogródkiem osiągnął status wymarzonego miejsca

zamieszkania (Rożałowska, 2008). Według Herbst¹⁵⁰ budownictwo jednorodzinne stało się obszarem charakterystycznym dla epoki „gierkowskiej” konkurowania między zamożnymi prywatnymi przedsiębiorcami oraz uprzywilejowanymi członkami aparatu partyjnego. Dostęp do przydziałowych działek, materiałów budowlanych i taniego wykonawstwa dany był tylko uprzywilejowanym grupom, a realizację domów dodatkowo utrudniały bariery biurokratyczne. Dom był w związku z tym elementem potwierdzającym miejsce w hierarchii społecznej i kojarzono go z „nowobogactwem”. Interesująco wygląda w tym kontekście struktura wykształcenia osób budujących domy w okresie PRL – dwie trzecie to osoby z wykształceniem podstawowym i zawodowym (wykres 38; należy uwzględnić fakt, że wiele domów było budowanych na terenach wiejskich). Badania przeprowadzone współcześnie w nowych osiedlach domów jednorodzinnych wskazują na osoby z wykształceniem wyższym (ponad 80%), przy czym znaczna część, około jednej trzeciej, pochodzi z rodzin o tradycjach inteligentkich, stanowiących według Domańskiego podstawę polskiej klasy średniej (Rożałowska, 2008).



Wykres 38. Struktura wykształcenia osób budujących domy w okresie PRL (Rożałowska, 2008, str. 28).

Im silniejszej presji ku ujednoczeniu zachowań podlegają mieszkańcy miast w przestrzeni publicznej, tym większy upust swojej indywidualności chcą dawać we własnych mieszkaniach (Woroniecka, 2007 str. 27) - wyrażanie indywidualnych preferencji mieszkaniowych wyraża się we wnętrzach mieszkań lub poprzez realizację własnych domów. Polacy coraz częściej stają przed wyborem między mieszkaniem w mieście a wyprowadzką na przedmieścia lub do mniejszych miejscowości na obrzeżach aglomeracji. Przyczyny są różne: prestiż posiadania własnego domu, chęć

¹⁵⁰ Herbst K., 1992, Droga do mieszkania, w: Łukasiewicz P., Siciński A., (red.), Dom we współczesnej Polsce, Wrocław, Wiedza o kulturze, cyt w: (Rożałowska, 2008).

ucieczki od zgiełku miasta, a także czynniki ekonomiczne. W cenie średniej wielkości mieszkania w śródmieściu można kupić wolno stojący, preferowany przez Polaków, dom na przedmieściach. Proporcja ta dotyczy jednak największych miast, gdzie ceny nieruchomości w pobliżu centrum są najwyższe w związku z kosztami zakupu gruntów pod inwestycje (Świech, 2009). Wartość terenów położonych kilkadziesiąt kilometrów od centrum najbliższego dużego ośrodka nie różni się bardzo w różnych regionach kraju i cena domu pod Warszawą jest stosunkowo niewiele wyższa od domu położonego w miejscowościach sąsiadujących z największymi polskimi miastami. Prawie połowa jednostek mieszkalnych w Polsce to domy jednorodzinne¹⁵¹ i to ich buduje się obecnie najwięcej¹⁵². Mieszkaw nich obecnie nieco ponad połowa populacji, w tym wielu emerytów i rencistów, przy czym ponad 90% stanowią budynki wolno stojące. Dla Unii Europejskiej wskaźnik ten wynosi niecałe 60%, lecz przeważa tam zabudowa bliźniacza i szeregowa. W 2009 roku prawie połowę oddanych jednostek mieszkalnych stanowiły budynki jedno- lub dwumieszkaniowe¹⁵³. Problemy pojawiają się, gdy osiedla domów budowane są na odrobnionych działkach lub na terenach pozbawionych podstawowych usług, z ograniczoną do minimum infrastrukturą. Wybór bardziej dostępnej finansowo opcji może okazać się droższy w dłuższej perspektywie czasowej. Koszt realizacji domu na przedmieściach, zamiast zakupu mieszkania bliżej centrum, powinien uwzględnić przyszłe wydatki zarówno ekonomiczne (koszt eksploatacji i dojazdów), jak i pozaekonomiczne (czas spędzony na dojeżdżaniu i utrzymaniu domu) oraz społeczne i środowiskowe (przyczynianie się do suburbanizacji, zwiększenia zanieczyszczeń i korków). Podjęcie atrakcyjnej dla konsumentów decyzji o wyprowadzce na przedmieścia to przyczynianie się do przestrzennego „rozlewania się” miast i środowiskowych konsekwencji korzystania z indywidualnych środków transportu. Im większe miasto, tym poważniejsze niedogodności wiążą się z dojeżdżaniem do pracy czy szkoły lub wyposażeniem nowej dzielnicy domów w podstawową infrastrukturę usługową, sprzeczne z zasadami zrównoważonego rozwoju i ideą miasta zwarte¹⁵⁴. Paradoksalnie osoby, które podejmują decyzję o przeniesieniu się do podmiejskiego domu, to najczęściej przedstawiciele klasy średniej – wykształceni i najbardziej świadomi zagadnień zrównoważonego rozwoju. Odnosi się to także do młodych osób: *Szansę rozwiązania swoich problemów mieszkaniowych młodzi ludzie widzą przede wszystkim w wybudowaniu domu (55,3%), w zakupie nowego (19,5%) lub używanego (11,4%)*

¹⁵¹ Wliczając domy znajdujące się na terenach wiejskich.

¹⁵² Jest to nowa tendencja, ponieważ aż 74% mieszkań zbudowanych w latach 1990-2004 znajduje się w zabudowie wielorodzinnej (Dąbrowska-Milewska, 2006).

¹⁵³ Główny Urząd Statystyczny, Departament Przemysłu, wrzesień 2009.

¹⁵⁴ Patrz przypis 61.

mieszkania, rzadziej w jego zamianie (3,8%) czy w skorzystaniu z programu TBS¹⁵⁵ (2,3%) (Szafraniec & Boni, 2011, str. 214). Sortowanie śmieci, panele słoneczne na dachu i korzystanie z papierowych toreb na zakupy nie jest jednak w stanie zrekompensować konsekwencji innych, wpływających negatywnie na środowisko, aspektów ich stylu życia, które wynikają z bezrefleksyjnego konsumpcjonizmu i przywiązania do materialnych symboli statusu.

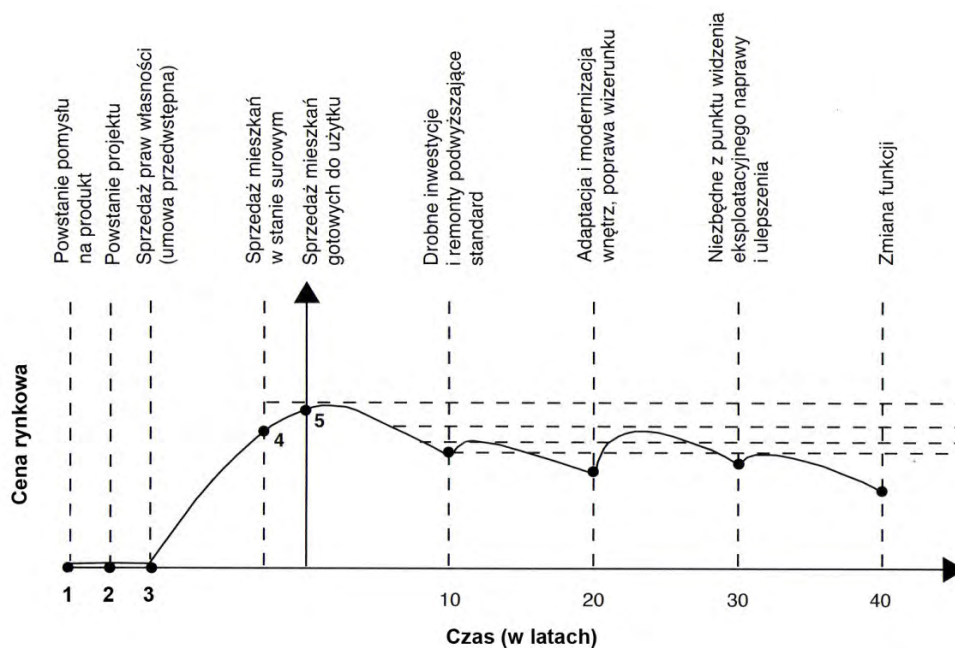
2.4.5. Moda i marka

Podczas gdy gust ma indywidualny i subiektywny charakter, moda wiąże się ze społecznie i obiektywnie klasyfikowanymi wartościami. Wzajemne zależności między tymi dwoma pojęciami są uzależnione od habitusu, a postępowanie i wybory aktora społecznego podlegają ocenie według obowiązujących w danym środowisku zasad. [...] *moda nie jest tylko zewnętrznym, wywierającym przymus „faktem społecznym”. Moda jest niejako „przepuszczana” przez habitus, który, jako zasada generatywna, konstruuje (postrzega, ocenia, przyjmuje lub odrzuca) modę, która z kolei służy wyrażeniu nowych opcji w ramach określonego habitusu. [...] Może to stanowić odpowiedź na pytanie dlaczego respondenci nie zauważają tego, że ich absolutnie indywidualny gust często wpisuje się w kanon aktualnie panującej mody* (Dowgiałło, 2007 str. 115). Moda niewątpliwie wiąże się z naśladownictwem, ale niekoniecznie jest ono bezrefleksyjne i bierne, ponieważ polega na twórczym odczytaniu i konstruowaniu nowych znaczeń.

Moda, kojarzona przede wszystkim z przemysłem odzieżowym, zmieniała się w zależności od szybkości produkcji. Dopiero w czasach rewolucji przemysłowej skrócony cykl masowej produkcji tkanin pozwolił na aktualizację obowiązujących trendów do roku (Botton, 2004). Obserwując obecnie inne gałęzie produkcji można zauważyć, że wprowadzenie nowego modelu (samochodu, telefonu komórkowego, laptopa itd.) sprawia, że poprzedni zaczyna być uważany za przestarzały i niemodny (zjawisko opisane także w rozdziale 2.5. *Odpowiedzialność producentów*, poruszającym kwestię wbudowanej nietrwałości). Projekty uznawane za awangardowe, jeśli zbyt mocno odpowiadają nowym tendencjom lub są wyjątkowo oryginalne, spotykają się z zarzutem, że mogą szybko wyjść z mody. Klasyczne, stonowane stroje ze szlachetnych, naturalnych materiałów są noszone przez wiele lat i uważane za zawsze stosowne. Zgodnie z tą zasadą przedwojenna amerykańska elita wzorowała się na stonowanych ubiorach brytyjskiej arystokracji. Konserwatyzm

¹⁵⁵ Towarzystwo Budownictwa Społecznego (TBS) – przedsiębiorstwo realizujące i administrujące budynkami mieszkalnymi pod wynajem w oparciu o Ustawę z dnia 26. października 1995 r. o niektórych formach popierania budownictwa mieszkaniowego (tekst jednolity Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1070 ze zm.). Do 2009 r. TBS otrzymywało preferencyjne kredyty ze środków Krajowego Funduszu Mieszkaniowego.

elit wynika z faktu, że nie muszą one w żaden sposób wyróżniać ani podkreślać swojego statusu – stoją „ponad modą” (Packard, 1962 str. 121) Dopiero w latach 50. młodsze pokolenie amerykańskich przedstawicielek najzamożniejszej klasy zaczęło interesować się nowościami z Paryża i stawiać na bardziej spektakularne ubrania zgodne z najnowszymi trendami, wywołując w ten sposób oburzenie starszego pokolenia. Ponieważ proces budowlany jest wolniejszy ze względu na skalę i koszt inwestycji, a trwałość budynku nieporównywalnie dłuższa niż przedmiotów codziennego użytku (ryc. 39), mody dotyczące architektury nie zmieniają się bardzo często i odnoszą się głównie do elementów wystroju wnętrz lub materiałów wykończeniowych. Różnice w długości cykli życiowych¹⁵⁶ zależą przede wszystkim od względów funkcjonalnych i technicznych oraz zużycia moralnego. Dzięki pracom renowacyjnym i modernizacyjnym mogą one podlegać wydłużaniu, co z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju stanowi właściwszą strategię niż zastępowanie ich nowymi (Thomsen & van der Flier, 2006)¹⁵⁷. Ponieważ ilość energii wbudowanej i przeznaczonej na rozbiórkę jest stała, wraz ze wzrostem długości życia budynku zmniejsza się jej odsetek wobec energii spożytkowanej na modernizację i eksploatację, włączając transport użytkowników (Awano, 2005).



Ryc. 39. Cykl życia budynku wielorodzinnego (Stachura, 2007 str. 65)

¹⁵⁶ Cykl życiowy (Life Cycle Assessment) – metoda oceny oddziaływania obiektu na środowisko poprzez określenie ilości energii wbudowanej zawartej w materiałach i procesie budowlanym oraz użytej podczas użytkowania i rozbiórki obiektu (Baranowski, 1998).

¹⁵⁷ W krajach „starej” Unii problem rozbiórki istniejącej zabudowy mieszkaniowej ma największą skalę w Holandii (0.2 do 0.3% całkowitych zasobów w skali roku), gdzie dotyczy on głównie zasobów socjalnych i komunalnych (Thomsen & van der Flier, 2006).

Moda w architekturze mieszkaniowej nie jest jednak zjawiskiem nowym i funkcjonowała już wtedy, gdy proces budowlany trwał znacznie dłużej niż obecnie. W Anglii, w XVII wieku, uważanym przez niektórych badaczy za początek „rewolucji konsumpcyjnej”, eksponowanie drogich, bezużytecznych przedmiotów osiągnęło apogeum. Zamożne rodziny, często pod presją, aby dorównać innym, zatrudniały służących, których jedyną rolą było udowadnianie statusu swoich pracodawców. Jeszcze przed wprowadzeniem masowej produkcji wymieniano na nowe nie tylko przedmioty codziennego użytku, ale także zabudowę. Ponieważ istniejące zasoby mieszkaniowe nie musiały jeszcze podlegać rozbiorce ze względu na stan techniczny, można przypuszczać, że działania takie jak burzenie kamienic w stylu elżbietańskim i jakobińskim, aby zastąpić je georgiańskimi, spowodowała moda (McKendrick, 2003). Popularność nowych stylów szybko się rozpowszechniała, a georgiańska architektura wkrótce także w Dublinie zaczęła cieszyć się największą popularnością wśród arystokracji i przedstawicieli profesji o wysokim statusie. Zespoły mieszkaniowe, realizowane przez siedemnastowiecznych przedsiębiorców wzdłuż nowo wyznaczonych ulic lub placów, natychmiast znajdowały nabywców lub wynajmujących. Kamienice te były budowane w różnych lokalizacjach, jednak utrata prestiżu przez północną część miasta doprowadziła do zaniedbania usytuowanych tam domów¹⁵⁸. Pomimo podobnej jakości, zarówno architektury, jak i rozwiązań budowlanych, georgiańskie kamienice w południowej części miasta przetrwały i są obecnie uważane za najmodniejsze adresy. Mieszczą się w nich głównie siedziby firm i instytucji, a funkcje mieszkaniowe zachowały tylko niektóre budynki. Inaczej jest w północnej części miasta, przy prestiżowej niegdyś Henrietta Street, gdzie ekskluzywne posiadłości zamieniono w wielorodzinne kamienice czynszowe, znajdujące się obecnie w katastrofalnym stanie (Brady & Simms, 2001). W czasach przednowoczesnych style architektoniczne obowiązywały przez mniej więcej półwiecze, lecz już na początku XX wieku nastąpiło znaczne skrócenie tego okresu, np. Art Deco trwało około dekady (Rybczyński, 1987). Nowoczesny styl życia oraz nowe wzory budynków mieszkalnych, ich wnętrza i wyposażenie, były prezentowane podczas wystaw, np. *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes* w Paryżu w 1925 roku i poprzez modelowe osiedla Werkbundu jak np. Baba w Pradze (1932) czy Weissenhofsiedlung w Stuttgarcie (1927, patrz ryc. 40). W Stanach Zjednoczonych nowoczesny styl zamieszkania promowały osiedla domów modelowych (Wright, 1981) - odpowiednik dzisiejszych pokazowych domów i mieszkań oferowanych przez deweloperów. Współczesne wystawy, np. Bo01 w Malmö

¹⁵⁸ Zjawisko opisane w rozdziale 2.4.4. *Status i prestiż*.

(2001), wskazują kierunki rozwoju terenów mieszkaniowych i stanowią pole eksperymentów projektowych i technologicznych.



Ryc. 40. Osiedle Weissenhof w Stuttgarcie. Fot.własne.

W kontekście współczesnej różnorodności architektonicznych form trudno mówić o konkretnych, obowiązujących stylach, a raczej o tendencjach. Mogą one wynikać z powodzenia danych inwestycji mieszkaniowych, które deweloperzy próbują powtarzać, licząc na ponowny sukces lub przeciwnie, z chęci zaproponowania zupełnie nowego produktu. Bezpiecznym rozwiązaniem okazuje się często stylistyczne nawiązanie do znanych i popularnych wzorców. Tematyzacja dotyczy wszystkich pól współczesnej konsumpcji, ponieważ nabywcy zwracają większą uwagę na to, czy wybierane towary pasują do ich stylu życia, niż na ich funkcjonalność czy techniczne parametry (Tomlinson, 1990). Może odnosić się to zarówno do indywidualnych budynków mieszkaniowych, jak i całych zespołów. Produkt, który wpisuje się w modę, wywołuje pozytywne skojarzenia związane np. z historią, stylem, bogactwem lub przeciwnie – ze swojskością lub tradycją. Jednak dzieje się tak tylko u odbiorców, którym nie przeszkadza, że nabywają kopię. Najczęściej spotykane są nawiązania do historycznych stylów (np. pseudopalladiańskie) lub regionalizmu (niekoniecznie zgodnie z geograficznym położeniem, np. „góralskie” chaty poza obszarami górskimi albo „wiejskie” na przedmieściach). Tematyzacja wynika z dwóch powiązanych ze sobą przyczyn – ideologicznej i konsumpcyjnej. Pierwsza odnosi się do przekonania, że współczesne formy i typologie architektoniczne oraz urbanistyczne nie odpowiadają użytkownikom, ani nie dorównują tradycyjnym wartościom i stylom historycznym lub regionalnym (Lorens, 2006). *...moda kojarzy się przede wszystkim ze sferą estetyki i to estetyki przyjmującej stanowisko subiektywistyczne, która definiuje piękno jako to, co się komu podoba* (Dowgiałło, 2007 str. 112). Z drugiej strony konsumenci poszukują produktów mieszkaniowych odnoszących się do przeszłości, stylizowanych, niewielkich

w skali miejsc zamieszkania. Wyidealizowane osiedla lub miasteczka, takie jak najbardziej znane przykłady realizacji w duchu Nowego Urbanizmu (np. angielskie Poundbury czy amerykańskie Seaside), okazały się sukcesami komercyjnymi. *New Urbanism zakłada także „zmianę stylu życia”. [...] ruch ten dąży do uzyskania pożądanego układu funkcjonalnego, większej intensywności zabudowy i architektonicznej różnorodności w ramach ustalonych ram i zasad kształtowania przestrzeni* (Lorens, 2006, strony 149-150). Wymuszona jednorodność stylistyczna oraz sztucznie tworzone przestrzenie tematyczne prowadzą do powstania struktur o fałszywej tradycji i historii miejsca. [Nowi urbaniści] *w rzeczywistości nie projektują jedynie struktury urbanistycznej – produkowana jest określona społeczność, o z góry założonych właściwościach* (Lorens, 2006, str. 150).

Estetyczna inspiracja nie musi pokrywać się z aspiracją – projektanci niekiedy proponują stylistykę opartą na wzorcach zaprzeczających prestiżowi. Zjawisko to od dawna jest znane w modzie odzieżowej, wykorzystującej m.in. tanie, zniszczone lub przemysłowe tkaniny (np. dżins) albo wybierając wzorce nawiązującą do ubrań ochronnych lub sportowych. W kontekście architektury podobne zjawisko można zaobserwować w tendencjach używania niedrogich lub nietrwałych materiałów oraz nawiązaniach do stylistyki industrialnej lub wernakularnej. Za przełomowy projekt, ekspresję nowego, postindustrialnego podejścia do architektury, uważany jest dom Franka Gehry'ego w Santa Monica z 1978 roku - manifest relacji między architekturą a ekonomią (ryc. 41). Gehry użył kojarzącej się z tymczasowymi budynkami blachy falistej do obudowania istniejącego, typowego dla kalifornijskich przedmieść domu, za który zapłacił kolosalną wówczas cenę. Dekonstrukcji poddał nie tylko formę budynku, ale także organizację przestrzenną, tworząc nowy układ wnętrza. Estetyczne zerwanie z materialną solidnością i elegancją modernistycznych budynków nie miało precedensu, a dom w momencie zamieszkania robił wrażenie niewykończonego (Jameson, 1993).



Ryc. 41. Dom własny, proj. F. Gehry, Santa Monica, 1978. Źródło: (Gössel & Leuthäuser, 2005, str. 508), fot. Tim Street-Porter.

W krajach, które przeszły transformację ustrojowo-gospodarczą, zachodnie wzorce konsumenckie zderzają się z postsocjalistyczną mentalnością i brakiem kapitału, umożliwiającą konsumpcję na poziomie typowym dla bogatszych państw. Do Polski mody i trendy docierają z opóźnieniem, przy czym ich adaptacja do krajowych warunków następuje bardzo szybko. Wiele konsumpcyjno-kulturowych wzorców jest znanych z popularnych środków przekazu i sztuki. Tak stało się w przypadku loftów, które na Zachodzie stały się znane w latach 60. dzięki „The Factory” - atelier Andy’ego Warhola (Featherstone, 1991), a później rozpowszechnione jako scenografia głośnych w latach 80. i 90. filmów¹⁵⁹. Ogromne przestrzenie o industrialnym klimacie polskim widzom wydawały się nieosiągalnym luksusem. Pierwsze w kraju adaptacje budynków przemysłowych nadawały im jednak głównie funkcje kulturalne lub biurowe, podczas gdy obecnie istnieje bogata i intensywnie reklamowana oferta mieszkaniowa obejmująca tego typu obiekty (np. „Le Girarda” w Żyrardowie czy łódzkie „U Scheiblera”).

Oprócz budynków o innych funkcjach, które, podobnie jak lofty, przekształcono na cele mieszkaniowe¹⁶⁰, ekskluzywności nabierają także założenia, która do niedawna nie były traktowane jako „dobry adres”, m.in. zabudowa blokowa. Doskonałą ilustracją tego zjawiska stanowi londyńskie osiedle Barbican (Wallace, 2010). Zrealizowane w latach 1963-1982 założenie, nazywane

¹⁵⁹ Np. „Kiedy Harry poznał Sally”, „Fatalne zauroczenie” czy „Uwierz w ducha”.

¹⁶⁰ Na cele mieszkaniowe adaptowane są m.in. dawne budynki inwentarskie czy kościoły. Z uwagi na konieczność niekonwencjonalnego podejścia do zagadnienia projektowego, realizacje te stanowią przykłady wyjątkowego designu. Podobnie, jak w przypadku adaptacji budynków przemysłowych, z reguły zachowywane są cechy charakterystyczne dla oryginalnych funkcji budynków, np. układ wnętrza lub detale architektoniczne i wykończenia.

przez mieszkańców „betonową dżunglą”, w 2001 roku zostało wpisane na listę obiektów chronionych z uwagi na charakterystyczną dla czasu powstania osiedla brutalistyczną architekturę (patrz ryc. 42). Poddano je kosztującej 35 milionów funtów renowacji, zakończonej w 2007 roku. Obecnie osiedle uważane jest za modną lokalizację zwłaszcza wśród młodych ludzi, wykonujących wolne zawody lub emerytów, którzy poszukują dobrze zlokalizowanych, niewielkich mieszkań (Kamp, 2008) (Glancey, 2001). Prestiżu temu miejscu dodaje centrum kulturalno-konferencyjne, które stanowi siedzibę Londyńskiej Orkiestry Symfonicznej, kino oraz uznany teatr i galeria sztuki. Mieszkańcy doceniają jakość krajobrazu (zieleń i zbiorniki wodne), ogromne tarasy, dostępność usług, lokalizację oraz widoki na centrum Londynu z punktowców, które w momencie powstania były najwyższymi budynkami mieszkalnymi w Europie¹⁶¹.



Ryc. 42. Budynki mieszkalne w londyńskim osiedlu Barbican. Fot. własne.

W Polsce podobnie może stać się z atrakcyjnie zlokalizowanymi blokami o ikonicznej architekturze. „Dolarowiec” w centrum Gdańska Wrzeszcza czy katowicka „Superjednostka” to potencjalnie pożądane miejsca zamieszkania dla konsumentów poszukujących lokalu wygodnego z uwagi na wielkość i lokalizację oraz modnego na fali odkrywania na nowo powojennego

¹⁶¹ Źródło: mat. Barbican.

i „peerelowskiego” wzornictwa i architektury¹⁶². Procesem tworzenia „modnego adresu” trudno jednak sterować, a budynki muszą spełniać określone założenia, aby zwiększyć prawdopodobieństwo sukcesu wykreowanego produktu. Podstawowym warunkiem jest unikalność ich architektonicznej formy, ponieważ największy potencjał posiadają charakterystyczne realizacje – „ikony”. Ogromną szansę mają pojedyncze budynki lub ich niewielkie, zwarte i odróżniające się wyraźnie od sąsiedztwa zespoły. Powtarzalność projektów, typowa dla polskiego masowego budownictwa z lat 70. i 80., nie spełnia warunku unikalności. Istotną rolę odgrywa wartość dodana w postaci np. spektakularnych widoków z najwyższych pięter punktowca¹⁶³, atrakcyjnego zagospodarowania zieleni lub, jak w przypadku londyńskiego Barbicanu, obecność kulturalnych lub rozrywkowych funkcji podnoszących prestiż realizacji¹⁶⁴. Przede wszystkim przewyżczone muszą zostać obawy potencjalnych klientów związane z niskim technicznym standardem budynków. Konieczna jest kompleksowa renowacja i przystosowanie do współczesnych technicznych standardów przy zachowaniu oryginalnych cech powojennej modernistycznej architektury¹⁶⁵. Historia warszawskiego osiedla „Za Żelazną Bramą” wskazuje, że nieprzemyślane dogęszczanie zabudowy oraz prace modernizacyjne, zatracające cechy oryginalnych projektów, mogą bezpowrotnie zniszczyć charakter założeń. Ze zlokalizowanego w samym sercu stolicy pełnego zieleni osiedla o nowoczesnej architekturze powstało chaotyczne blokowisko nazywane żartobliwie warszawskim „Chinatown” z uwagi na azjatyckich imigrantów, którzy osiedlają się tam od lat 80. i 90. Miejsce to wciąż przyciąga osoby poszukujące niewielkiego i niedrogiego mieszkania w centrum¹⁶⁶, jednak z uwagi na utraczone walory architektoniczno-urbanistyczne i niewysoki status mieszkańców pozbawione jest już potencjału, które mogłoby zamienić je w odpowiednik Barbicanu.

Marka

Kreowanie marki polega na zindywidualizowaniu produktu i odróżnieniu go od innych poprzez nazwę, pozytywne skojarzenia związane z reklamą i wizerunkiem medialnym. Kombinacja

¹⁶² Potwierdzają to m.in. warszawskie wystawy „Szare w kolorze” w Zachęcie i „Chcemy być nowocześni” w Muzeum Narodowym czy opracowania dr Zuzanny Grębeckiej z Instytutu Kultury Polskiej Uniwersytetu Warszawskiego, a także renesans rozrywki i lifestyle’u sprzed kilku dekad, m.in. moda na stylizowane na PRL bary z wódką i zakąskami czy pijalnie piwa.

¹⁶³ W historycznych dzielnicach powojenne budynki, pozostałości modernistycznego projektowania, wykraczają skalą poza urbanistyczny kontekst i stanowią jedyne wysokościowce, jakie z uwagi na współczesne wytyczne planistyczne mogą istnieć na tych terenach.

¹⁶⁴ W przypadku gdańskiego „Dolarowca” takie znaczenie ma m.in. restauracja na najwyższym piętrze wieżowca.

¹⁶⁵ Taką strategię przyjęła m.in. firma, która przeprowadziła przebudowę dawnego hotelu robotniczego katowickiego Szpitala Górniczego w Ochojcu na budynek mieszkalny o podwyższonym standardzie. Źródło: Gazeta Wyborcza, wyd. Katowice (internetowe) z 22 lutego 2012.

¹⁶⁶ W ten sposób osiedle odkryła austriacka artystka Heidrun Holzfeind, która nakręciła o nim później dokument „Za Żelazną Bramą” prezentowany w 2010 roku w Centrum Sztuki Współczesnej w Warszawie.

cech produktu z działaniami marketingowymi wyróżnia go spośród konkurencyjnych ofert. Marka oznacza dla konsumenta więcej niż sam towar (Baudrillard, 2005b). Określa pochodzenie i autentyczność produktu oraz zapowiada jakość i satysfakcję z zakupu i użytkowania towaru. Pomaga utrzymać zaufanie i lojalność konsumentów oraz pozwala lepiej pozycjonować produkt, a klientom – identyfikować się z nią. Kreuje konteksty i odniesienia społeczne: *... architektoniczny styl domów na danej ulicy przyciągnie ludzi o specyficznym guście i wartościach bardziej niż innych. [...] Złożony zestaw oczekiwań czy wartości związanych z przedmieściami może być łatwo postrzegany jako podobny do wartości marek produktów* (Webber, 2004). Pomimo tego podobieństwa stworzenie marki na rynku nieruchomości jest wyjątkowo trudne z uwagi na jego lokalny charakter i niewielką powtarzalność zakupu przez tych samych konsumentów. Rolę marki przejmuje firma deweloperska, projektowa lub agencja pośrednictwa nieruchomości. Ułatwione zadanie mają międzynarodowe firmy i sieci, wchodzące na krajowy lub lokalny rynek, ponieważ posiadają już wyrobioną reputację, środki finansowe, pozwalające na korzystanie z najwyższej klasy materiałów promocyjnych i wynajęcie prestiżowej siedziby (Stachura, 2007). W kontekście budownictwa mieszkaniowego są to głównie firmy deweloperskie (np. Hines, Orco), projektowe (np. Aedas) i biura pośrednictwa nieruchomości (np. Ober Haus). W Polsce większość usług związanych z tym rynkiem, oprócz oferowanych przez instytucje finansowe, jest jednak domeną niewielkich, lokalnych firm. Dla reputacji dewelopera szczególne znaczenie ma wysoki poziom oferowanych rozwiązań funkcjonalno-przestrzennych i technologicznych, terminowość i standard obsługi prawno-finansowej oraz satysfakcjonująca komunikacja i informacja w trakcie transakcji¹⁶⁷ (Stachura, 2007). Usługi finansowe są najczęściej świadczone przez instytucje o ustalonej pozycji i reputacji na rynku. Pracując wiele lat na dobry wizerunek i zabiegając o zaufanie klienta, jednocześnie rozpowszechniają wśród konsumentów wiedzę w zakresie złożonych produktów (Stachura, 2007 str. 46). Na utratę renomy najbardziej są narażone niewielkie firmy, prowadzące niewiele inwestycji, z reguły bez własnych działów public relations, które mogłyby zdementować informacje o uchybieniach. Nawet niewielkie błędy mogą w tym przypadku przesłonić ostateczny sukces i zniechęcić potencjalnych klientów. Z kolei udane realizacje, oprócz przyciągnięcia nowych nabywców,

¹⁶⁷ Przeprowadzony przez IQS and QUANT Group w 2008 roku sondaż określił czynniki wpływające na wybór nowego miejsca zamieszkania osób przenoszących się do nowo wybudowanych osiedli mieszkaniowych na obrzeżach Warszawy. Oprócz niskiej ceny mieszkania i utrzymania oraz chęci poprawy warunków mieszkaniowych, które okazały się najistotniejszymi przyczynami, 3 do 7% badanych, w zależności od osiedla, wskazało zaufanie do dewelopera i gwarancję wysokiej jakości (Zubik, 2008). W badaniu CB Richard Ellis i Murator EXPO w 2007 roku mieszkańcy Warszawy ocenili wagę tego czynnika na 2.17 punktu w skali 6 (Martynuska, Terlecka, & Ziemiańska, 2007).

zwiększają szanse na uzyskanie kredytów i sfinansowanie projektów (Stachura, 2007). Firmy deweloperskie startują także w konkursach na najlepsze towary krajowej produkcji¹⁶⁸.

Dla potencjalnego klienta w ocenie kompetencji producentów, jakości ich oferty oraz poziomu ryzyka związanego z powierzaniem im swojego kapitału, pomocne są certyfikaty jakości, np. Certyfikat Dewelopera przyznawany przez Polski Związek Pracodawców Budownictwa przedsiębiorstwom o ustabilizowanej pozycji na rynku lub rekomendacje Polskiego Związku Firm Deweloperskich. Certyfikacji podlegają także firmy projektowe i wykonawcze oraz same budynki - jakość projektu, wykonawstwa oraz energooszczędność. Oprócz wymienionych w rozdziale 2.5. *Odpowiedzialność producentów* obligatoryjnych w Unii Europejskiej certyfikatów energetycznych coraz większą popularność zdobywają inne zagraniczne standardy: brytyjski BREEAM¹⁶⁹, amerykański LEED¹⁷⁰ i certyfikacja Instytutu Domu Pasywnego w Darmstadt¹⁷¹. Wykorzystują je m.in. pojawiają się na polskim rynku firmy budujące silną markę poprzez realizację atrakcyjnych, wysokiej jakości inwestycji mieszkaniowych. Firma Polski Dom 2000 z Alwerni koło Krakowa oferuje projekty i realizację indywidualnych domów jednorodzinnych oraz gotowe, niewielkie osiedla domów pasywnych w systemie certyfikowanym przez Instytut z Darmstadt. Obecnie powstają m.in. dwa takie kompleksy, w Jaworznie i Mikołowie. Można przypuszczać, że popularność takich domów będzie rosła z uwagi na niskie koszty ich eksploatacji oraz wraz ze wzrostem świadomości ekologicznej konsumentów.

¹⁶⁸ Np. poznański Agrobex otrzymał nagrodę w konkursie „Dobre, bo polskie” w 2001 roku.

¹⁶⁹ Building Research Establishment Environmental Assessment Method - system dobrowolnej certyfikacji “zielonych” budynków zainicjowany w Wielkiej Brytanii w 1990 roku. Powstał dla budynków o funkcjach innych niż mieszkalne, jednak w 2000 roku przyjęto standard *EcoHomes* dla nowych oraz modernizowanych budynków mieszkalnych. Istnieją także systemy oceny budynków zamieszkania zbiorowego. Stosowany jest również poza Wielką Brytanią (patrz ryc. 43); dotychczas certyfikaty otrzymało ok. 200 tysięcy budynków (www.breeam.org).

¹⁷⁰ Leadership in Energy and Environmental Design - amerykański odpowiednik certyfikacji BREEAM, przyznawany od 1998 roku przez United States Green Building Council. Obejmuje budynki mieszkalne (jednym z ocenianych aspektów jest edukacja użytkowników i zarządców obiektu), a wprowadzony w 2009 roku LEED for Neighborhood Development ocenia całe dzielnice, uwzględniając m.in. czynniki infrastrukturalne, transportowe, dostęp do usług, szkół, terenów rekreacyjnych oraz lokalną produkcję żywności (www.usgbc.org).

¹⁷¹ Passivhaus Institut - instytut z Darmstadt, odpowiedzialny za projekt i realizację pierwszego domu pasywnego na świecie. Obecnie jest wiodącym ośrodkiem naukowo-technologicznym, zajmującym się budownictwem energooszczędnym. Prowadzi certyfikację m.in. budynków, projektantów, materiałów budowlanych oraz technologii (www.passiv.de)



Ryc. 43. Zasięg stosowania certyfikacji BREEAM. Źródło: www.breeam.org

Architekci, pomimo wysokiego prestiżu zawodu, należą do najstąbiej rozpoznawalnych profesjonalistów w procesie inwestycyjnym. Dzieje się tak szczególnie w Polsce. Architektura, postrzegana jako dziedzina sztuki, uważana jest nie za produkt, ale za dzieło, które powinno mówić samo za siebie, a docenienie przez krytyków i nagrody stanowią najlepsze potwierdzenie jego jakości. Niektórzy architekci, zwłaszcza pracownie projektowe działające na pograniczu sztuki uważają, że agresywna promocja ich pracy stałaby w sprzeczności z ich zasadami. Na drugim krańcu znajdują się komercyjne biura, a pomiędzy tymi dwoma biegunami są firmy, które nie polegając wyłącznie na public relations, korzystają w pewnym stopniu z ich możliwości (Iloniemi, 2004 str. 10). Architekturę mieszkaniową trudno jednak traktować w kategorii sztuki z uwagi na jej użyteczność, powszechność i podleganie prawom rynku. W materiałach reklamowych mieszkaniowych inwestycji deweloperskich podkreśla się głównie renomę pracowni lub wieloletnie doświadczenie projektantów (patrz ryc. 44 – odmienna sytuacja zaczerpnięta z rynku irlandzkiego). Sytuacja zmienia się dzięki popularyzacji wzornictwa przemysłowego i projektowania poprzez czasopisma branżowe i lifestyle'owe¹⁷² oraz internetowe serwisy i programy telewizyjne. Identyfikacja firmy projektowej jest kształtowana za pośrednictwem sposobu, w jaki projekty są przedstawiane w mediach. Jeśli na czele pracowni stoi jedna lub kilka osób firmujących ją swoimi nazwiskami, wtedy biuro i projekty postrzegane są przez pryzmat ich wizerunku. Nie jest to jednoznaczne z kreowaniem marki, którą w architekturze trudno zdefiniować z uwagi na złożoność procesu decyzyjnego oraz fakt, że klienci nie są świadomi, co naprawdę kryje się za daną nazwą (Iloniemi, 2004 strony 203-204). Na rynku

¹⁷² Czasopisma obejmujące zagadnienia związane ze stylem życia, takie jak moda, zakupy i kultura. Zagraniczne przykłady to m.in. „Wallpaper” i „Harper's Bazaar”, polskie - „Exklusiv” czy skierowane do mężczyzn „Logo”.

działa jednak kategoria tzw. *starchitektów* - architektów o popularności medialnych gwiazd, rozpoznawanych także przez osoby spoza branży architektonicznej. Zaprojektowane przez nich budynki są oznaką prestiżu dla ich użytkowników i całego miasta. Rem Koolhaas, którego Office for Metropolitan Architecture często otrzymuje znaczące zlecenia dzięki marce jego nazwiska, twierdzi, że zjawisko *starchitektów* wypromowali deweloperzy. Włodarze miast marzą o powtórzeniu tzw. „efektu Bilbao”¹⁷³, kiedy po zbudowaniu muzeum według projektu Franka Gehry hiszpańskie miasto stało się znane na całym świecie i do dziś przyciąga tłumy turystów. Zjawisko to nie ominęło Polski. W Warszawie powstaje wieżowiec „Złota 44” projektu Daniela Libeskinda, planowano także wysokościowiec Zahy Hadid – w obu przypadkach podkreślano fakt, że nabywcy apartamentów mają szansę zamieszkać w „dziele sztuki”. Sławy inwestycji „Złota 44” pozazdrościły Warszawie inne miasta i do architekta polskiego pochodzenia zwróciły się między innymi Poznań, Bydgoszcz i Gdańsk. Wyjątkowe budynki są często promowane niecodziennymi kampaniami reklamowymi. Zorganizowana przez Shelbourne Developments promocja Chicago Spire, stu pięćdziesięciokondygnacyjnego wieżowca, który miał być najwyższym budynkiem mieszkalnym na świecie, obejmowała spotkania promocyjne w piętnastu miastach Europy, Azji i Afryki, podczas których potencjalni inwestorzy spotkali się z Santiago Calatravą, projektantem wieżowca oraz wysłuchali utworu na chór dziecięcy i orkiestrę, skomponowanego specjalnie z okazji rozpoczęcia projektu (Tyrrell, 2008 str. 7). Moda na spektakularne realizacje architektonicznych sław może jednak się skończyć. Zbyt wiele miast stanęło już w wyścigu do tego typu realizacji, co osłabia ekskluzywność marki – „efektu Bilbao” nie można powtórzyć w dowolnych warunkach. Mieszkania w amerykańskich apartamentowcach według projektów Daniela Libeskinda (Denver), Santiago Calatravy (Dolnym Manhattan) czy Richarda Meiera (Nowy Jork i Miami), które miały przyciągnąć klientów marką nazwisk architektów, nie sprzedają się, ponieważ ranga projektantów nie zrekompensowała mało atrakcyjnych lokalizacji. Wiele z inwestycji zostało odwołanych. Deweloperzy podkreślają, że niska sprzedaż jednostek nie powinna wpłynąć na reputację architektów, ponieważ są oni oceniani na podstawie jakości swoich prac, a nie zysku inwestora (McMullen, 2006), jednak projekty często podlegają ostrej krytyce. Deweloperom zależy na rozpoznawalnym stylu architektów, w związku z czym te same pomysły projektowe często są kopiowane bez uwzględniania kontekstu urbanistycznego albo okazują się zbyt spektakularne lub pretensjonalne, podczas gdy architektura, zwłaszcza mieszkaniowa, nie zawsze musi wyróżniać się na tle otoczenia. Także polscy deweloperzy zaczynają wykorzystywać popularność

¹⁷³ Patrz (Rybczyński, 2002).

i medialny potencjał lokalnych „starchitektów”. Po serii sukcesów na arenie międzynarodowej Robert Konieczny, prowadzący śląską pracownię KWK Promes, zaprojektował „Multivillę” – luksusowy wielorodzinny budynek, który ma stanąć w Katowicach. Inna śląska pracownia, Medusa Group, której „Bolko Loft”, adaptację przemysłowego budynku na cele mieszkalne, spopularyzowały czasopisma i internetowe serwisy, także otrzymuje coraz więcej zleceń na prestiżowe apartamentowce.



Ryc. 44. Prasowe ogłoszenie - dom na sprzedaż, ze wskazaniem uznanego projektanta (Irish Times, dodatek nieruchomości, 25 marca 2010)

*Brandingowi*¹⁷⁴ podlegają także miasta aktywnie konkurujące o przyciągnięcie zarówno nowych inwestycji, jak i mieszkańców oraz turystów. Marketing miejski polega na odróżnieniu miasta od konkurencji poprzez stworzenie zachęcających warunków do pracy i życia. W promowaniu miasta jako idealnego miejsca zamieszkania oprócz łatwej dostępności usług i atrakcyjnego charakteru (zachowanemu dziedzictwu kulturowemu, *genius loci*), istotne jest zdrowe, pozbawione zanieczyszczeń środowisko. Aby przedstawić miasto w korzystny sposób, podkreślany jest jego „zielony” charakter. Dla porównań w większej skali organizowane są konkursy, np. „Zielone stolicy Europy”, w którym brały udział m.in. Toruń i Łódź (Arczyńska & Pancewicz, 2009). Poznań, w ramach cyklicznej akcji „POZnan* dla Ziemi”, zainicjowanej w 2008 roku przy okazji Konferencji Klimatycznej Organizacji Narodów Zjednoczonych COP14, organizuje coroczne koncerty. Najważniejszym z nich był występ w 2009 roku znanego zespołu Radiohead, popularyzującego proekologiczność poprzez monitorowanie zużycia energii i produkcji odpadów oraz koncertowanie w lokalizacjach, do których widzowie mogą dojechać transportem publicznym. Z wpływów z imprez miasto finansuje system

¹⁷⁴Nadawanie produktowi określonej marki, symbolu, logo itp. w celu wyróżnienia i łatwej identyfikacji produktu.

rowerów miejskich oraz konkursy w ramach edukacji proekologicznej¹⁷⁵. Od jednorazowych certyfikatów i nagród większe znaczenie posiada jednak utrwalana latami reputacja, np. Fryburga jako ośrodka badań, eksperymentów i przemysłu związanego z energooszczędnością (więcej w rozdziale 4.3. *Skala miasta – Fryburg Bryzgowijski i „zielony” branding*) lub Gdańską jako „rowerowej stolicy Polski”¹⁷⁶. Taki *branding* może mieć szczególne znaczenie zwłaszcza dla mniejszych ośrodków, ponieważ wiele „zielonych” miast to metropolie o doskonale rozwiniętej infrastrukturze, które i tak będą przyciągać nowe inwestycje i mieszkańców (np. Sztokholm i Kopenhaga). W działaniu ekologicznego, podnoszącego konkurencyjność marketingu, wierzą władze mniejszych miast budujących nową, atrakcyjną tożsamość i deweloperzy tworząc „zielone marki” miasteczek i osiedli¹⁷⁷.

¹⁷⁵ Dane Urzędu Miasta w Poznaniu.

¹⁷⁶ Określenie używane przez media i lokalne władze, zwłaszcza po opublikowaniu w 2010 roku raportu magazynu „RowerTour”, w którym porównano politykę i infrastrukturę rowerową szesnastu polskich miast.

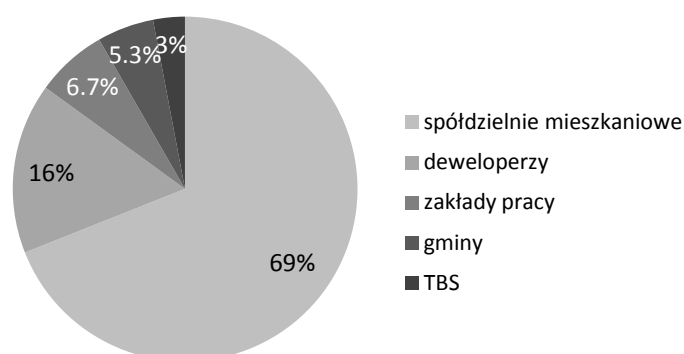
¹⁷⁷ Patrz przykład Siewierza opisany w rozdziale 3.2.2. *Kategoria B – konsumenci o średnim poziomie refleksyjności*.

2.5. Odpowiedzialność producentów

Ludzie stają się niewidoczni w procesie inwestycji mieszkaniowych, ponieważ inwestorzy nie zauważają ich wcale, bądź widzą ich jako stereotypowe jednostki.

(Sanoff, 2000 str. 181)

W procesie tworzenia zasobów mieszkaniowych oprócz prywatnych przedsiębiorstw deweloperskich, współpracujących z projektantami i wykonawcami, działa kilka innych grup producentów (ryc. 45). W krajach, w których duży odsetek lokali mieszkalnych jest wynajmowany (patrz wykres 14, przede wszystkim w krajach niemieckojęzycznych i Skandynawii), istnieją regularnie uzupełniane zasoby komunalne, skierowane nie tylko do osób niezamożnych. W Polsce duża część istniejących jednostek została realizowana przez spółdzielnie mieszkaniowe, a obowiązek zapewnienia tańszych lokali dla osób, których dochody nie pozwalają na zakup mieszkania na wolnym rynku, przejęło Towarzystwo Budownictwa Społecznego, finansowane przez rozwiązany w 2009 roku Krajowy Fundusz Mieszkaniowy. Podmioty publiczne, jako producenci, mają większą możliwość odpowiedzi na zapotrzebowanie mniej zamożnych użytkowników, gdyż posiadają własne grunty, co pozwala zmniejszyć koszt inwestycji. Tylko niewielki odsetek zasobów tworzony jest przez organizacje non profit (np. Habitat for Humanity). Osobną grupą na rynku, która nie przyczynia się bezpośrednio do produkcji, ale posługuje się zbliżonymi do producentów metodami sprzedaży, są pośrednicy i agencje nieruchomości. Rozdział koncentruje się na podmiotach zajmujących się produkcją i obrotem nieruchomościami mieszkaniowymi, których celem jest osiągnięcie zysku z komercyjnej działalności.



Wykres 45: Inwestorzy jednostek mieszkaniowych w zabudowie wielorodzinnej, zrealizowanej w Polsce w latach 1990-2004 (Dąbrowska-Milewska, 2006).

Jeden z najważniejszych etapów planowania inwestycji to określenie grupy docelowej, czyli potencjalnych klientów o podobnych wymaganiach lub potrzebach. Jest to najczęściej przekaz jednostronny. *Proces realizacji nieruchomości pozwala nabywcy domu lub mieszkania na współuczestniczenie w nim i samodzielne określenie części cech wybranego lokum w taki sposób, aby jak najlepiej zaspokoili jego potrzeby. Taka aktywność konsumenta nie zobowiązuje inwestora (dewelопера) do pozyskiwania niektórych informacji o potrzebach i preferencjach klientów. Sprawia, że znaczna część decyzji kształtujących produkt jest podejmowana przez deweloperów intuicyjnie* (Stachura, 2007 strony 77-78). Większość badań rynkowych dotyczących mieszkalnictwa odnosi się do popytu na określony rodzaj nieruchomości – lokalizację, standard wykończenia, parametry mieszkań (np. powierzchnia, liczba pokoi), ceny, jaką potencjalni klienci są gotowi zapłacić.



Ryc. 46. Od hierarchii do fragmentacji - ewolucja wyborów konsumenckich. Źródło: *The Business of New Lifestyles: Chart and Forecast Material*, materiały konferencyjne, Cavendish, 20 lutego 1986, za: (Tomlinson, 1990, str. 29).

Najbezpieczniejsza, z punktu widzenia sukcesu finansowego, jest odpowiedź na wymagania przeciętnego nabywcy i dotyczy wielkości i standardu lokali oraz preferowanej przez grupę docelową typologii zabudowy. Tłumaczy to niechęć do eksperymentowania we wprowadzaniu produktów bardziej wyspecjalizowanych, niszowych, co odróżnia architekturę od innych segmentów rynkowych, ponieważ koszt i czas inwestycji nie pozwalają na wypuszczenie na rynek testowej serii. Zdarza się jednak testowanie, jaką cenę są w stanie zapłacić za dany produkt potencjalni kupujący, tzw. *kominy cenowe*. Poznanie preferencji nabywców umożliwia analiza rynku nieruchomości, określająca uśrednione wymagania stawiane przez klientów¹⁷⁸. Można w ten sposób określić m.in. wymaganą wielkość mieszkania, rodzaj i standard wyposażenia, lokalizację itd. Są to jednak wyłącznie cechy fizyczne i użytkowe mieszkań, przy czym czynniki psychologiczne i społeczne, które są również

¹⁷⁸ W Polsce badaniami takimi zajmuje się m.in. firma REAS.

ważnym elementem satysfakcji użytkownika, bywają często ignorowane jako niemierzalne. Niektóre firmy zbierają informacje o klientach biorąc pod uwagę styl życia, zasoby finansowe lub zainteresowanie określonymi przedmiotami lub usługami. SRI, amerykańska firma zajmująca się badaniami rynkowymi, dzieli ich między innymi na *Actualizers* - preferujących wysmakowane przedmioty, *Experiencers* – przeznaczających dochody głównie na ubrania i rozrywkę, *Makers* - wybierających rzeczy bardzo funkcjonalne i *Strugglers* - kupujących skromne, proste towary (Goss, 2003 strony 211-213). System ten określa się w skrócie VALS (*Values and Lifestyles* – wartości i style życia). Został opracowany w latach 70. i stosowano go między innymi w projektowaniu i sprzedaży domów¹⁷⁹. Współcześnie, w kontekście zamieszkania, funkcjonuje tak wiele różnorodnych konstelacji związanych z wiekiem, płcią, wzajemnymi relacjami czy specyficznymi potrzebami mieszkańców, że trudno dokonywać uogólnień. Zmianom uległa także struktura konsumentów uszeregowanych względem wymagań i wartości poszukiwanych w produktach. Dawną hierarchię, na szczycie której znajdowali się doceniający jakość i gotowi za nią odpowiednio zapłacić koneserzy, a na dole osoby koncentrujące się na funkcjonalności towarów, zastąpiła fragmentacja wyborów konsumenckich. Większość decyzji dyktuje obecnie styl życia (patrz ryc. 46). Ponieważ producenci zasobów mieszkaniowych starają się dotrzeć do największych, czyli jak najbardziej uśrednionych grup docelowych, nietypowe gospodarstwa domowe bywają ignorowane. Przedsiębiorstwa deweloperskie obserwują także swoich konkurentów, zarówno w zakresie głównej produkcji, jak i wyszukiwania rynkowych nisz (Bourdieu, 2010, str. 208). Podnoszą własną konkurencyjność poprzez atrakcyjniejszą ofertę cenową w porównaniu ze zbliżonym produktem mieszkaniowym lub wartość dodaną, odróżniającą ofertę od innych (mogą nią być np. rozwiązania energooszczędne¹⁸⁰). Badania pozwalają na segmentację rynku¹⁸¹ - możliwe jest stworzenie „portretów” konsumentów, które dzięki określeniu ich społecznej tożsamości jako konsumpcyjnego stylu życia, umożliwiają manipulowanie nimi poprzez oferowanie dopasowanych do ich wizerunku towarów oraz całych łańcuchów produktów: *Na poziomie pojedynczego człowieka kapitalizm ubiega się o konsumentów, których potrzebny da się kształtować i manipulować nimi* (Barber, 2005 str. 22).

¹⁷⁹ Np. kobiety z grupy *Achievers*, koncentrujące się głównie na karierze, preferują niewielkie, łatwe do utrzymania w czystości kuchnie oraz duże, luksusowe łazienki, podczas gdy *Belongers*, skupiający się bardziej na rodzinie, wolą przestronne kuchnie (Davis, 1996 strony 128-129).

¹⁸⁰ W Stanach Zjednoczonych potwierdzono, że domy z certyfikatami energooszczędności sprzedają się szybciej i w wyższej cenie niż standardowe (McKinsey, 2009).

¹⁸¹ Podział na podstawie określonych kryteriów na względnie homogeniczne rynki cząstkowe, czyli stosunkowo jednorodne grupy konsumentów zwane segmentami. Segmenty są adresatami odmiennych produktów, cen, sposobów sprzedaży i działań promocyjnych. Wyznaczają obszar ekspansji przedsiębiorstwa, stanowią podstawę ustalenia rynku docelowego i formułowania strategii marketingowej (Stachura, 2007, str. 70). Pozycjonowanie produktu polega na umieszczeniu go w określonym segmencie.

Zakłada się ciągły wzrost zamożności konsumentów, np. student – absolwent – awansujący pracownik oraz prognozuje wydarzenia zmieniające model konsumpcji, m.in. założenie rodziny lub pojawienie się dzieci. Przedstawione w tabeli 47 kryteria stanowią podstawę dla ustalenia profilu konsumenta.

Kryteria odnoszące się do konsumenta		
Społeczno-ekonomiczne	Demograficzne	Psychologiczne
dochód	wiek	styl życia
zawód	płeć	aktywność
wykształcenie	wielkość rodziny	zainteresowania
miejsce zamieszkania	faza cyklu życia rodziny	opinie
	narodowość	
Kryteria odnoszące się do produktu		
Wzorce zakupów	Warunki zakupu	Korzyści oferowane przez produkty
częstotliwość użycia	rodzaj zakupu	wiedza nabywcy o produkcie
posiadanie innych produktów	czas zakupu	umiejętność postrzegania korzyści
lojalność wobec marki produktu	impuls	predyspozycje nabywców
	okazje	do kupowania i sprzedawania
	częstotliwość zakupu	

Tab. 47: Kryteria segmentacji rynku odnoszące się do konsumenta i produktu (Stachura, 2007, str. 72).

Przedsiębiorstwa deweloperskie specjalizują się najczęściej w określonym profilu inwestycji, więc zdobyte przy wcześniejszych projektach doświadczenia mogą zostać wykorzystane do zidentyfikowania problemów i do ich wyeliminowania przy kolejnej realizacji. Umożliwia to m.in. Post-Occupancy Evaluation, badanie oceniające satysfakcję mieszkańców po pewnym czasie użytkowania wybranego produktu mieszkaniowego. Inwestorzy rzadko używają tego narzędzia, ponieważ ich zaangażowanie w projekt kończy się z reguły w momencie sprzedaży lokali. Porównanie percepcji produktu mieszkaniowego przez potencjalnych nabywców na etapie analizowania oferty dewelopera i po dwóch latach użytkowania wykazuje, że konsumenci dopiero na etapie zamieszkania są w stanie wyodrębnić i ocenić poszczególne elementy projektu (Lundgren & Lic, 2010).

Inna strategia, charakterystyczna dla postfordowskiego kapitalizmu, to marketing niszowy, skierowany do niewielkich grup odbiorców o specyficznych potrzebach i *dający ludziom większą możliwość ekspresji poprzez konsumpcję pewnych produktów* (Dunn, 2008 str. 194). Sukces niszowej inwestycji zachęca kolejnych inwestorów do podejmowania podobnych działań. Taka sytuacja miała miejsce m.in. w przypadku pierwszych polskich loftów, kiedy po ogłoszonych

przez inwestorów obiecujących wynikach sprzedaży kolejni deweloperzy, korzystając z medialnego zainteresowania i sprawdzonej już rynkowej atrakcyjności towaru, zdecydowali się na przeprowadzenie podobnych realizacji¹⁸². Niekiedy były to przygotowywane wcześniej projekty, jak m.in. adaptacja żyrardowskich fabryk, które od dawna uznawano za potencjalnie atrakcyjny obszar inwestycyjny, jednak dopiero sukces innych loftów potwierdził, że duże zainteresowanie klientów może pomóc w zredukowaniu ryzyka przedsięwzięcia.

Podczas gdy większość towarów produkowana jest w nadmiarze, w wielu krajach mamy do czynienia z niedoborem zasobów mieszkaniowych – mogłoby to sugerować, że nie można ich traktować analogicznie do innych produktów. Mieszkań brakuje jednak między innymi dlatego, że w związku ze zmieniającymi się wymaganiami użytkowników stare zasoby przestają odpowiadać oczekiwaniom potencjalnych nabywców, np. mieszkania są zbyt małe, ich standard nie spełnia współczesnych wymogów lub dzielnica, w której są zlokalizowane, nie jest już „dobrym adresem”. W Europie Środkowej i Wschodniej taka sytuacja związana jest z budownictwem wielkopłytyowym, jednak z uwagi na poziom siły nabywczej i wysoki procent zasobów mieszkaniowych, jakie stanowią bloki z prefabrykatów, ma ona różny wymiar w poszczególnych krajach. Problem blokowisk osiągnął alarmujący poziom przede wszystkim w dawnej NRD, gdzie migracje i rosnące wymagania użytkowników przyczyniły się do ich wyludnienia. Niekontrolowany wzrost zasobów tego samego typu, spowodowany wysokim popytem, miał miejsce między innymi w Irlandii w erze tzw. „Celtyckiego Tygrysa”. Bezprecedensowy w historii kraju boom budowlany i łatwość uzyskania kredytów hipotecznych zachęciły deweloperów do realizacji w krótkim czasie ogromnej liczby domów jednorodzinnych. Często powstawały one w nieatrakcyjnych, pozbawionych podstawowej infrastruktury lokalizacjach, przy niedbałym wykonawstwie i powtarzalnych, niefunkcjonalnych projektach. Efektem tych nastawionych na łatwy i szybki zysk działań są tysiące pustostanów, których duża część nie ma szans na sprzedaż bardziej wymagającym, doświadczonym kryzysem konsumentom. Polscy deweloperzy także powielają strategię irlandzkich przedsiębiorców. Najłatwiejszymi, pod względem realizacji i zarządzania inwestycjami, są osiedla zlokalizowane na obrzeżach dużych miast. Stosunkowo niedrogi koszt zakupu działek, często na odrolnionych terenach, pozwala na realizację oferty skierowanej do masowego, mało wymagającego klienta. Duży, niezabudowany teren umożliwia wykorzystanie powtarzalnego projektu, zamówienie standardowych elementów budowlanych i prowadzenie wielu prac budowlanych jednocześnie, co skraca czas

¹⁸² Niekiedy, jak w przypadku łódzkich loftów „U Scheiblera”, początkowe zainteresowanie nie przełożyło się na ostateczne wyniki sprzedaży. W ciągu dwóch lat po zakończeniu budowy nie sprzedano wszystkich lokali, a inwestor, spółka MNE Investment, ogłosił upadłość (Gazeta Wyborcza, 12 kwietnia 2012).

realizacji i obniża jej koszt¹⁸³. Taka strategia nie pozwala na optymalne wykorzystanie już zagospodarowanych obszarów o zróżnicowanych funkcjach, lepiej wyposażonych w usługi i z łatwiej dostępnych dzięki transportowi publicznemu. Dodatkowy problem stanowi wielkość większości jednostek, ponieważ dyktowany niską siłą nabywczą popyt na małe mieszkania powoduje, że stanowią one duży odsetek nowych zasobów, a przedsiębiorstwa deweloperskie starają się umieścić na działkach jak najwięcej lokali. Przy wymogu zapewnienia miejsca postojowego dla każdego mieszkania, co znacznie podnosi koszt całkowitej inwestycji, działki zabudowywane są zbyt intensywnie, a redukcji ulegają urządzenia rekreacyjne, zieleń i miejsca zabaw dla dzieci (Przesmycka & Pytlarz, 2006). Niekiedy, preferowane przez deweloperów, szybkie i tanie technologie utrudniają późniejsze modyfikacje lokali – z takim problemem zmaga się m.in. Holandia. W ubiegłym stuleciu wraz ze zwiększającą się liczbą jedno- i dwuosobowych gospodarstw domowych zrealizowano tam dużo niewielkich mieszkań, głównie w technologii żelbetowej monolitycznej. Jest ich obecnie za dużo na rynku, a sondaże przeprowadzone w 2001 roku w Amsterdamie wskazywały, że tylko 6% potencjalnych nabywców jest nimi zainteresowanych. Typowy metraż i standard sprzed kilkunastu lub kilkudziesięciu lat nie jest już akceptowalny z uwagi na ograniczoną powierzchnię użytkową, a materiał konstrukcji nie pozwala na racjonalne ekonomicznie łączenie lokali (Tol & Uittenbogaard, 2002).

W Polsce krytyczną kwestią jest jakość architektoniczna zamawianych przez deweloperów projektów. Deweloper określa szczegółowo wymagania odnośnie projektu i przekazuje je architektom. Jakość projektu jest kompromisem pomiędzy założeniami ekonomicznymi (planowanym kosztem budowy oraz zyskiem), lokalnymi uwarunkowaniami planistycznymi (założeniami planu miejscowego lub decyzji o warunkach zabudowy) i terminarzem inwestycji. Architekci, wykonujący zlecenia dla firm deweloperskich, wskazują na krótkie terminy uniemożliwiające przestudiowanie różnych wariantów oraz naciski zleceniodawców na maksymalne wykorzystanie powierzchni działki w ramach limitów założeń planistycznych. Preferowana jest powtarzalność i ekonomiczność proponowanych rozwiązań¹⁸⁴. Zarówno zbyt odważna, jak i zbyt mało wyróżniająca się architektura mogłaby nie wpasować się w preferencje przeciętnych nabywców, zatem często wybierane jest rozwiązanie bezpieczne, czyli łatwa w odbiorze stylizacja.

¹⁸³ Odwrotnie w przypadku małych projektów, np. zabudowy plombowej, która najczęściej skierowana jest do zamożniejszej grupy docelowej. Jest to spowodowane wyższymi cenami gruntu w obrębie miasta, trudnościami związanymi z prowadzeniem robót budowlanych na zabudowanym terenie (transport, organizacja placu budowy), małymi, droższymi zamówieniami materiałów i koniecznością wykonania indywidualnego projektu architektonicznego.

¹⁸⁴ Na podstawie rozmów z architektami biur architektonicznych wykonujących projekty założeń mieszkaniowych dla prywatnych firm deweloperskich w Trójmieście i Warszawie w latach 2005-2008.

...w sytuacjach wymagających zaangażowania intelektualnego odbiorcy, otwarcia na nowe prądy i tendencje – czy to w sztuce, czy w architekturze – często górę bierze nieco uładowy, pseudohistoryczny kicz. Bo najłatwiej i najwygodniej jest tłumaczyć, że „społeczeństwo tego chce” (Lorens, 2006, str. 34) Niezwykle rzadko prywatne firmy deweloperskie organizują konkursy architektoniczne. Ta strategia uzyskania najlepszej koncepcji projektowej stosowana jest przeważnie w przypadku luksusowych inwestycji, gdzie wysoka jakość projektu autorstwa znanego architekta ma znaczenie marketingowe (patrz także rozdział 2.4.5. *Moda i marka*) oraz dużych założeń mieszkaniowych. Pierwszy taki konkurs zorganizowała w 2006 roku w Warszawie firma Petro-Invest przy współpracy ze Stowarzyszeniem Architektów Rzeczypospolitej Polskiej (SARP), w celu wyłonienia najlepszej koncepcji apartamentowca Villa Daglezja na Saskiej Kępie¹⁸⁵. Pod patronatem SARP odbył się także międzynarodowy konkurs Invest Komfortu na osiedle Motława Apartments, w którym wzięło udział 314 uczestników, a łączna pula nagród wynosiła 100 tysięcy euro.

Rozwiązania energooszczędne

Pomimo iż rozwiązania energooszczędne przynoszą długofalowe korzyści, inwestycje, zarówno prywatne, jak i publiczne, wymagają ogromnych nakładów kapitałowych, niedostępnych zwłaszcza dla indywidualnych użytkowników (McKinsey, 2009). W Polsce inwestor zobligowany jest do spełnienia we wszystkich nowo realizowanych inwestycjach mieszkaniowych wymagań dotyczących ochrony cieplnej budynków, które określono w Rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 roku w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie, Dz. Ustaw Nr 75, poz. 690, z późniejszymi zmianami¹⁸⁶ oraz w Polskich Normach. Wymagania dyktowane są unijnymi dyrektywami określającymi kierunki i cele zmian wymagań energetycznych¹⁸⁷. Niektóre europejskie kraje przyjęły bardziej restrykcyjne standardy. W Wielkiej Brytanii wszystkie nowo realizowane po 2016 roku domy i mieszkania będą musiały spełniać standard *zero carbon*¹⁸⁸. Wymaga to stosowania rozwiązań kosztowniejszych niż tylko zapewnienie odpowiedniej izolacyjności przegród – są to m.in. standardy domu pasywnego, odzysku ciepła lub wykorzystanie ciepła ze źródeł odnawialnych (m.in. geotermalnych, kolektorów

¹⁸⁵ www.walecznych62.home.pl

¹⁸⁶ M.in. rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 6 listopada 2008 r. w sprawie metodologii obliczania charakterystyki energetycznej budynku i lokalu mieszkalnego lub części budynku stanowiącej samodzielną całość techniczno-użytkową oraz sposobu sporządzania i wzorów świadectw ich charakterystyki energetycznej.

¹⁸⁷ Dyrektywa 89/106/EEC Rady Wspólnot Europejskich w sprawie zbliżenia ustaw i aktów wykonawczych Państw Członkowskich dotyczących wyrobów budowlanych oraz Dyrektywa 2002/91/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie charakterystyki energetycznej budynków.

¹⁸⁸ Patrz przypis 22.

słonecznych) albo produkcja energii elektrycznej przy użyciu ogniw fotowoltaicznych. Wymóg ten niechętnie przyjęli deweloperzy, obawiając się podniesienia kosztów i wydłużenia czasu inwestycji oraz braku odpowiednio wykwalifikowanej siły roboczej (Goodier & Pan, 2010, str. 20). W Polsce większość firm deweloperskich nie zajmuje się zarządzaniem zrealizowanymi przez siebie inwestycjami, więc nieopłacalne może być dla nich stosowanie droższych rozwiązań budowlanych i technicznych nawet wtedy, gdy przyniosą one oszczędności w kosztach eksploatacji. Wyższa cena produktu mieszkaniowego na etapie sprzedaży mogłaby obniżyć jego konkurencyjność na rynku nieruchomości¹⁸⁹, lecz potencjalni klienci zaczynają poszukiwać rozwiązań energooszczędnych. Obecnie, w polskich inwestycjach deweloperskich, traktowane są one najczęściej jako wartość dodana, skierowana do trzech głównych grup klientów: poszukujących przyjaznych środowisku produktów, traktujących „zielone” technologie jako modny dodatek do nieruchomości oraz do osób, którym zależy na mieszkaniu tanim w eksploatacji. Jednym z pierwszych sygnałów zwiększonego zainteresowania ograniczeniem zużycia energii była masowa termomodernizacja istniejących zasobów – ocieplanie ścian i dachów oraz wymiana okien na nowe, o niższym współczynniku przenikalności ciepła. W krajach zachodnich stosowanie droższych rozwiązań ekologicznych w budownictwie jest rekompensowane na różne sposoby, np. poprzez zewnętrzne granty albo negocjacje z władzami planistycznymi (np. w BedZED - patrz studium przypadku w rozdziale 4.1. *Skala osiedla - BedZED, Londyn*). W Niemczech, gdzie obok innych krajów niemieckojęzycznych i skandynawskich jest najwięcej domów pasywnych, istnieje możliwość skorzystania z ulg podatkowych oraz subsydiów w ramach programów promocji budownictwa energooszczędnego. W Polsce można obecnie uzyskać m.in. dofinansowanie do spłaty kredytu na zakup i montaż kolektorów słonecznych, jednak dotyczy to wyłącznie właścicieli indywidualnych i wspólnot. W komercyjnych inwestycjach mieszkaniowych najczęściej stosowane są poszczególne elementy domów pasywnych, np. mechaniczna wentylacja nawiewno-wywiewna z systemem rekuperacji ciepła, kolektory słoneczne, niekiedy pompy ciepła lub podwójne obiegi wody, pozwalające na używanie deszczówki lub wody szarej¹⁹⁰ do spłukiwania toalet. Towarzystwo Ziemskie realizuje Osiedle Energooszczędne w Gdańsku Osowa, podkreślając głównie aspekt ekonomiczny inwestycji (ryc. 48). Na stronie internetowej za pomocą specjalnego kalkulatora można obliczyć, ile wyniosą oszczędności na ogrzewaniu w ciągu 30 lat w zależności od wielkości

¹⁸⁹ Opisane w rozdziale 4.1. *Skala osiedla – BedZED, Londyn* osiedle BedZED demonstruje jednak, że wyższa cena lokali może przynieść zyski inwestorowi.

¹⁹⁰ Woda zabrudzona, wolna od fekaliiów, w gospodarstwach domowych pochodząca głównie z mycia, kąpieli i prania.

gospodarstwa domowego oraz wielkości mieszkania. Firma prowadzi także internetowy blog z opisem stosowanych rozwiązań.

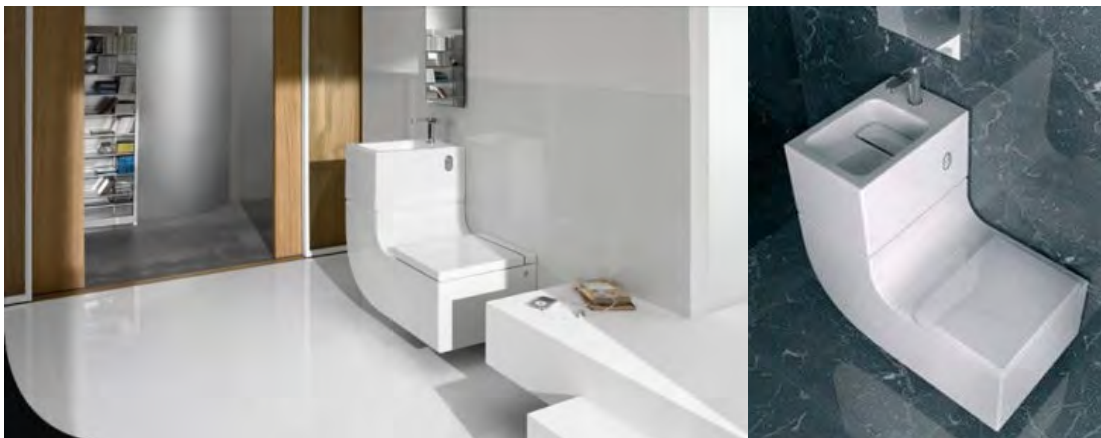


Ryc. 48. Osiedle Energooszczędne w Gdańsku (Osowa) realizowane przez Towarzystwo Ziemskie. Źródło: materiały inwestora.

W polskich luksusowych domach i apartamentach rzadko spotyka się rozwiązania energooszczędne, gdyż nie jest to najbardziej pożądana przez klientów wartość dodana. Ekskluzywne nieruchomości, które świadczą o statusie ich właściciela, nie powinny kojarzyć się z oszczędnością, a standardem w tego rodzaju inwestycjach jest energochłonna klimatyzacja. Konsekwencje środowiskowe wiążą się przede wszystkim z rozrzutnym zagospodarowaniem przestrzeni oraz z energią konieczną do obsługi dodatkowych funkcji. Można to porównać z modą na samochody terenowe, które stanowią wyłącznie ekspozycję zamożności i pozycji właścicieli – są droższe i spalają znacznie więcej paliwa niż auta, które mogłyby dla nich stanowić alternatywę. W ten sposób ich właściciele udowadniają, że nie muszą się liczyć z wydatkami. Niekiedy chodzi tylko o atrakcyjnie brzmiące slogany reklamowe, jak w realizowanym obecnie warszawskim wieżowcu mieszkalnym Złota 44 (proj. Daniela Libeskinda), gdzie wśród wariantów wykończenia oferowany jest m.in. „Ekologiczny luksusowy pakiet” dający możliwość zastosowania desek bambusowych - - materiału szybko odnawialnego, jednak o ogromnym wbudowanym śladzie węglowym z uwagi na konieczność odległego transportu. „Ekologiczność” pozostałych wykończeń to według inwestora stosowanie energooszczędnego sprzętu AGD oraz nawiązujące do natury materiały i kolorystyka¹⁹¹.

¹⁹¹Przypomina to sytuację z okresu rewolucji przemysłowej. W Anglii i Stanach Zjednoczonych w XIX wieku nowoczesne rozwiązania techniczne, takie jak ogrzewanie gazowe czy oświetlenie elektryczne, uważano za nieprzystające klasie wyższej oznaki nuworyszostwa; z drugiej strony niewiele gospodarstw domowych było stać na ich zainstalowanie (Rybczyński, 1987 strony 143-153).

Zamożnym, wymagającym konsumentom zależy na atrakcyjności architektury projektu, wartości drugorzędnej w przypadku większości „zielonych” inwestycji. Dyktowana pragmatyzmem i wymaganiami technicznymi estetyka ekologicznych produktów jest często kompromisowa, w związku z czym może okazywać się niewystarczająca dla potencjalnego klienta, płacącego więcej niż za alternatywny, „niezielony” produkt. Na rynku zauważalny jest jednak trend nadawania ekologicznym produktom atrakcyjnego lub nowoczesnego wzornictwa, niekoniecznie kojarzącego się z „naturalnością”, które automatycznie podnosi ich ekskluzywność. Dotyczy to nie tylko samych budynków, ale i elementów wyposażenia – przykładem jest urządzenie firmy Roca (ryc. 49) integrujące funkcję umywalki i miski ustępowej, pozwalające na używanie do spłukiwania zużytej do mycia wody. Minimalistyczna forma, połączona z pomysłowym rozwiązaniem recykliczacji wody, pozwoliła produktowi na zdobycie wielu nagród na targach i w czasopismach wnętrzarskich, a jego cena potwierdza, że nie jest to przedmiot dla przeciętnych klientów. Wśród budynków mieszkalnych połączyć rozwiązania energooszczędne z atrakcyjnym designem udało się m.in. Piotrowi Kuczia, który za dom pod Pszczyną zdobył już kilka nagród. Inny interesujący przykład to Dom TypOwy Roberta Koniecznego (ryc. 50), wykorzystujący pewne cechy domu pasywnego (wentylacja mechaniczna z odzyskiem ciepła, wysoka izolacyjność ścian i okien), zaprojektowany na planie koła, który zapewnia maksymalną zwartość formy, czyli najmniejsze straty ciepła oraz można go ustawić na dowolnej działce i zorientować optymalnie względem stron świata.



Ryc. 49. Washbasin+Watercloset (W+W), prod. Roca, proj. Gabriele i Oscar Buratti. Źródło: strona internetowa producenta.



Ryc. 50. Po lewej: Modelowy Dom Ekologiczny, proj. Piotr Kuczia, źródło: www.kuczia.com. Po prawej: Dom TypOwy, proj. Robert Konieczny, źródło: www.kwkpromes.com

Wbudowana nietrwałość

Mieszkania pozostają jednym z niewielu towarów, który bywa użytkowany latami i jest przekazywany kolejnemu pokoleniu (Baudrillard, 2005b). Długość cyklu życiowego budynków mieszkalnych można przewidzieć z dużą dokładnością. Poszczególne elementy składowe posiadają gwarancje na określoną liczbę lat, w związku z czym regularne remonty i wymiana instalacji czy okładzin pozwala na wydłużone użytkowanie. Przeciętną trwałość budynku mieszkalnego, w zależności od zastosowanej konstrukcji (drewniana, mieszana, masywna), przewiduje się na 80 do 150 lat. Powłoka zewnętrzna oceniana jest na 20-40 lat, instalacje 15-30 lat, a elementy układu wnętrza (ściany działowe, drzwi, posadzki, wbudowane meble) na 10-30 lat (Stachura, 2007). Nieruchomości mieszkaniowe w atrakcyjnych lokalizacjach, nobilitującym sąsiedztwie lub o wyjątkowej architekturze, potrafią utrzymać wysoką cenę pomimo zużycia technicznego. Pozostałe budynki, pozbawione podobnych walorów, wyceniane są z reguły obiektywnie, w odniesieniu do obniżającego się z czasem standardu. W praktyce jedyną gwarancją przetrwania obiektu stanowi objęcie go ochroną konserwatorską, w przeciwnym razie nieunikniona jest jego rozbiórka w celu uwolnienia miejsca pod nową zabudowę. Ponieważ trwałość jest przewidziana na ograniczony czas, po którym cały przedmiot lub jego elementy będą musiały zostać wymienione, producenci zapewniają ich stały zbyt lub serwisowanie. Jest to jednak tylko nietrwałość w sensie jakościowym, a oprócz niej istnieją dwa inne powody, dla których dane produkty wychodzą z użytku, a których nie da się w pełni zaprogramować. Jedną z nich jest utrata funkcjonalności wraz z ewolucją standardów lub potrzeb użytkowników, drugą brak popytu na dany towar (Packard, 1963). Zmieniające się potrzeby, przede wszystkim dotyczące parametrów wielkościowych (powierzchni i wysokości mieszkania, liczby pokoi, pomieszczeń gospodarczych itp.) związane są z coraz wyższym, przyjętym społecznie standardem zamieszkania i zmieniającymi się cyklicznie modami. Zastąpienie zabudowy

mieszkaniowej nową, unowocześnioną technicznie, użytkowo lub architektonicznie wersją, praktykowane jest od dawna (patrz przykład jakobińskich domów opisany w rozdziale 2.4.5. *Moda i marka*), jednak w dwudziestym stuleciu cykl życiowy budynku skrócił się najbardziej. Czynniki ekonomiczne skłaniają inwestorów do rozbiórki budynków o zadowalającym jeszcze stanie technicznym w momencie zmiany koniunktury i możliwości osiągnięcia wyższych zysków¹⁹².

Ludzie czują potrzebę unowocześniania swojego najbliższego otoczenia, podobnie jak sezonowo wymieniają swoją garderobę czy przedmioty codziennego użytku. Wskazuje na to rosnący odsetek dochodów wydawanych na umeblowanie i wyposażenie¹⁹³ oraz popularność czasopism, serwisów i forów internetowych poświęconych dekoracji wnętrz. *...w wysoko rozwiniętych zachodnich społeczeństwach cyklicznie wymienia się kuchnie, łazienki, a nawet cały wystrój mieszkania, nie mówiąc o mieszkaniu jako takim. Uwarunkowania ekonomiczno-kulturowe naszego kraju z pewnością hamują rozkwit neomanii, rozumianej jako szaleńcza pogoń za nowością* (Dowgiało, 2007 str. 113). Ta pogoń ma już jednak w Polsce miejsce, a ułatwia ją między innymi obecność dużych sieci handlowych z tanimi artykułami wyposażenia wnętrz, czyli dekoratorskiego odpowiednika odzieżowego *fast fashion*¹⁹⁴ (podobne zjawisko miało miejsce w Stanach Zjednoczonych wraz z wejściem na rynek w 1985 roku szwedzkiej sieci IKEA, które wpłynęło na natychmiastowy wzrost sprzedaży mebli i elementów dekoracji wnętrz (Schor, 2010)). Tendencja ta przyczynia się także do zastępowania „lepszymi”, bo nowymi, dawnych, solidnych sprzętów i mebli, projektowanych i wykonywanych z myślą o użytkowaniu przez kilka pokoleń. Obecnie szacunek dla nich wynika między innymi z silnego na Zachodzie trendu do odnawiania i konserwacji starych mebli, stolarek lub wykończeń, bądź tzw. *upcyclingu*, czyli nadawania starym meblom nowego życia w zmienionej szacie. Warto także zwrócić uwagę na występujące niekiedy w inwestycjach deweloperskich zapewnianie podstawowego wyposażenia lokali. Najczęściej jest to biały montaż, okładziny w łazience oraz wyposażenie kuchni - umeblowanie i sprzęt AGD. Deweloperzy podkreślają zalety takiego rozwiązania – nabywca może wprowadzić się od razu do wykończonego lokalu. W rzeczywistości wielu użytkowników preferuje samodzielne urządzenie mieszkania, w związku z czym cykl życiowy tych rozwiązań ulega skróceniu.

¹⁹² W Warszawie na 2012 rok planowana jest bezprecedensowa w Polsce rozbiórka niespełna dwudziestoletniego budynku mieszkalnego przy ul. Pereca, który uniemożliwia planowane przez dewelopera zagospodarowanie sąsiedniej działki (Wojtczuk, 2012).

¹⁹³ Na przykład Duńczycy wydają prawie jedną trzecią przychodów na konsumpcję związaną z mieszkalnictwem (Gram-Hanssen & Bech-Danielsen, 2004), a Amerykanie aż połowę na cele mieszkaniowe i transport (Dittmar, 2002, str. 114).

¹⁹⁴ Szybka, tania i masowa produkcja towarów zgodnych z aktualnymi, zmieniającymi się szybko trendami (zwłaszcza w kontekście mody i globalnych sieci sklepów odzieżowych).

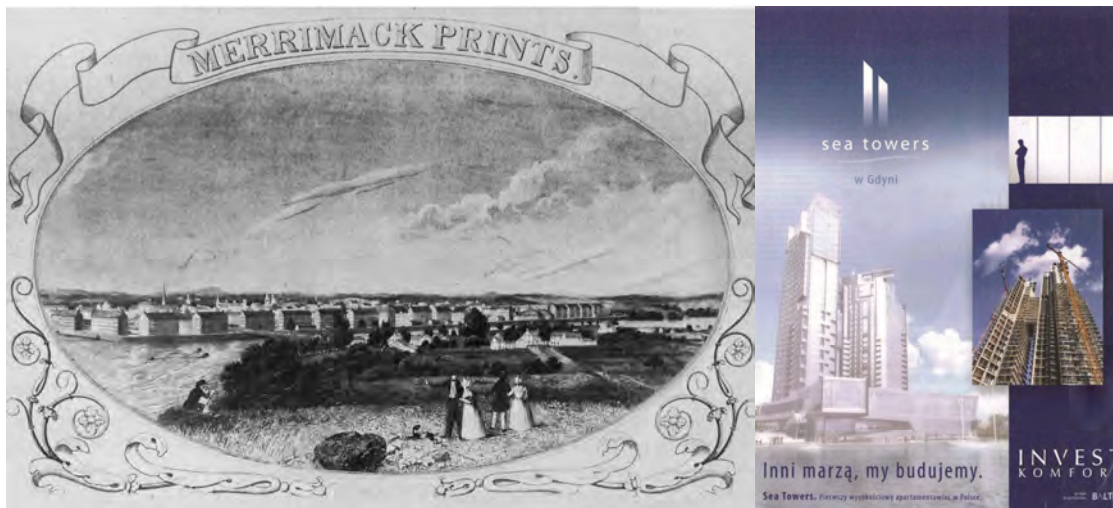
Strategie marketingowe

Przekazanie informacji o planowanej lub realizowanej inwestycji mieszkaniowej ma najczęściej charakter masowy. Wszyscy adresaci, także spoza segmentu, do którego jest ona kierowana, otrzymują taki sam przekaz, najczęściej ogłaszany za pośrednictwem mediów elektronicznych lub prasy. Ponieważ nieruchomości są z reguły oferowane na rynku lokalnym, stosunkowo rzadko stosuje się środki komunikacji masowej o dużym zasięgu, czyli np. reklamowanie inwestycji w ogólnopolskich czasopismach. Czyni się tak głównie w przypadku luksusowych nieruchomości. Ogłoszenia mają charakter edukacyjny – pozwalają odbiorcom w całym kraju zapoznać się z rynkową ofertą w innych miejscach i porównać je z lokalizacją, w której są zainteresowani zakupem (Stachura, 2007). Rozpowszechniają także modne wzorce mieszkaniowe. Zainteresowani konkretną inwestycją klienci mogą skorzystać z promocji osobistej, bezpośredniego przekazania informacji o produkcie, np. prezentacji podczas dni pokazowych inwestycji. Promocja dodatkowa opiera się na stosowaniu zachęt ekonomicznych w celu skłonienia do zakupu. Okresowe obniżki cen lub prezenty, mocno nagłaśniane przez media, są często stosowane w celu sprzedaży ostatnich lokali w zrealizowanym założeniu¹⁹⁵. Wielu deweloperów oferuje kupującym okresowe wyprzedaże lub darmowe miejsce postojowe, wykończenie kuchni bądź łazienki, darmową poradę architekta wnętrz, ogródek czy komórkę lokatorską. Niekiedy sprzedawane są mieszkania, najczęściej luksusowe apartamenty, z gwarancją najmu przez określony czas (np. Holland Park w Warszawie zarządzany przez Keen Property Partners)¹⁹⁶. Strategia ta jest skutecznie stosowana w przypadku masowych dóbr konsumpcyjnych, jednak w kontekście nieruchomości konieczna jest duża ostrożność i kreatywność, gdyż przy całkowitym wysokim koszcie zakupu nabywcę trudno zachęcić nawet droгим upominkiem. Public relations (PR) polegają na tworzeniu pozytywnego wizerunku firmy. Komunikaty PR, upowszechniające misję firmy i podkreślające jej tożsamość, są odbierane przez potencjalnych klientów jako najbardziej wiarygodne źródło i mogą być luźno związane z samym produktem. Ważnym elementem są opinie dotychczasowych klientów. Najbardziej popularną reklamą jest przekaz za pośrednictwem mediów audiowizualnych - materiały poligraficzne, billboardy, reklamy radiowe i telewizyjne, internetowe ogłoszenia. Ich język jest uzależniony od grupy docelowej. Klasy niższe są najbardziej podatne na bezpośredni, wyraziste wizualnie przesłanie, podkreślający praktyczność reklamowanych produktów, podczas gdy klasy

¹⁹⁵ Np. na początku 2010 roku spółka ECC Real Estate do apartamentów w warszawskim kompleksie Puławska 111 dodawała fiata 500, inne przedsiębiorstwa m.in. lot balonem nad Krakowem lub wycieczki zagraniczne.

¹⁹⁶ Dane zebrane w internetowym serwisie Gazety Wyborczej w marcu 2010 roku.

wyższe lepiej odczytują subtelny symbolizm, przekaz bardziej zindywidualizowany oraz odnoszący się do statusu i prestiżu (patrz ryc. 51) (Assael, 1987).



51. Reklamy inwestycji mieszkaniowych.

Po lewej: rycina z ok. 1850 roku (Massachusetts), prezentująca sielski obraz mieszkania w mieście przemysłowym pomimo zanieczyszczeń powodowanych przez fabryki (Wright, 1981, str. 60).

Po prawej; prasowa reklama gdyńskich wieżowców Sea Towers, odnosząca się do marzeń, przestrzeni i prestiżu (Polityka 11/2645 15 marca 2008 str. 67).

Potrzeby, odzwierciedlające wartości kulturowe i społeczną orientację, są głęboko zakorzenione i niemal niemożliwe do zmodyfikowania przez reklamę, dlatego np. kampanie społeczne, usiłujące wpłynąć na zachowania grupowe, mają niską skuteczność. *Kiedy ludziom naprawdę na czymś zależy, nieważne, ile trzeba by poświęcić [środków finansowych], aby wpłynąć na ich decyzje; postąpią zgodnie ze swoją wolą* (Naisbitt, 1984 str. 191). Analogiczne zjawisko można odnieść do architektury - decyzją ważną jest postanowienie o zakupie nieruchomości o danym typie lub standardzie (dom, mieszkanie, wielkość, lokalizacja, cena itd.). Dopiero po jego podjęciu potencjalny klient może poddać się manipulacji reklamy na etapie wyboru konkretnego domu czy mieszkania spośród dostępnych na rynku. W strategiach marketingowych sprawdza się podkreślanie atmosfery bądź pozytywnych emocji związanych z produktem, a niekoniecznie rekomendowanie jego konkretnych właściwości. *...przesunięcie ciężaru analizy konsumpcji z relacji techniczno-produkcyjnych na symbolikę kulturową pozwala wreszcie na zrozumienie, jakie satysfakcje konsument czerpie z konsumpcji* (Jung, 2005, str. 9). Zjawisko to jest wyraziste w przypadku towarów luksusowych, na przykład samochodów, gdzie reklamy nie podkreślają parametrów technicznych, ale prestiż związany z posiadaniem auta czy radość, jaką sprawi jeżdżenie nim na rodzinne wycieczki za miasto. Baudrillard wskazuje pewien rodzaj intymności symulowanej pomiędzy nadawcami a adresatami reklamy (Baudrillard, 2005a). Konsumentci posiadają dwie

podstawowe kategorie oczekiwań względem produktu: informacyjne i oceniające. Pierwsze są związane z konkretnymi i wymiernymi cechami, drugie z korzyściami, jakie może przynieść używanie danego towaru (Assael, 1987 str. 184). Identyczne zjawisko można zaobserwować w przypadku reklamowania budowanych przez deweloperów nieruchomości. Fotografie uśmiechniętych mieszkańców mają sugerować szczęśliwe życie, jakie zapewni zamieszkanie na reklamowanym osiedlu. W materiałach promocyjnych często nie pojawiają się żadne wizualizacje ani fotografie budynków. Nawet atrakcyjna forma czy wykończenia przemawiają do przeciętnego potencjalnego nabywcy mniej niż kwestie wizerunku i stylu życia, jaki będzie można prowadzić w nowym miejscu. Na tej zasadzie opiera się kampania promocyjna gdańskiego osiedla „Garnizon” firmy deweloperskiej Hossa (ryc.52). Osiedle posiada wiele atutów: atrakcyjną lokalizację w centrum Gdańska Wrzeszcza, sporo istniejącej zieleni, zachowane historyczne budynki. Zaproponowana nowa architektura nie wyróżnia się spośród realizowanych w podobnym okresie trójmiejskich inwestycji, nie pojawia się także w reklamach osiedla. Zamiast wizualizacji przedstawiono ośmiorgo przyszłych mieszkańców wraz z wyjaśnieniem, dlaczego wybrali właśnie to miejsce. Wszyscy mają ze sobą wiele wspólnego: są wykształceni (inżynier, profesor), stosunkowo młodzi i atrakcyjni, wykonują prestiżowe lub artystyczne zawody (prawnik, projektantka mody), osiągnęli sukces (własna firma, 28-letni dyrektor banku), a każdy prowadzi interesujący styl życia pełen podróży i rozwijania własnych pasji. Wybrali „Garnizon” ze względu na wygodę oraz dostępność oferty kulturalnej i rozrywkowej. Zamieszkanie w tak prestiżowym sąsiedztwie ma być uznane za nobilitujące dla innych nabywców mieszkań.



DLACZEGO IZA WYBRAŁA GARNIZON?

IZA
Prawnik, 32 lata. Prowadzi aktywny styl życia – biegi, rower, rolki. Myślała, że z dala od miasta, gdzie ostatnio mieszkała będzie mogła nawiązać bliski kontakt z naturą. Dziś wie, że stracony w korkach czas warto zamienić na czas spędzony na aktywnym wypoczynku w centrum miasta. Iwona zaczyna dzień od joggingu, kończy zajęciami na siłowni, basenie lub zajęciach tanecznych. To pozwala się jej zrelaksować i zdystansować od pracy. Z mężem Michałem wybrali czteropokojowy apartament z tarasem. Poranny jogging Iwony nie koliduje już z odwożeniem dzieci do szkoły. Teraz szkoła jest bardzo blisko – chodzą tam same.

Iza odważnie idzie przez życie. Dlatego zamieszka w Garnizonie.

Więcej »

Ryc. 52. Reklama internetowa osiedla „Garnizon” w Gdańsku-Wrzeszczu firmy deweloperskiej Hossa www.garnizon.pl, pobrano 20 listopada 2010.

Na podobnej zasadzie skutecznym magnesem dla potencjalnych nabywców są tzw. *celebryci*¹⁹⁷ reklamujący inwestycje - badania potwierdzają wysoka skuteczność tej strategii marketingowej (Elberse & Verleun, 2011). Twarzami wspomnianego w rozdziale 2.4.5. *Moda i marka* wieżowca Chicago Spire była znana aktorska para Liam Neeson i Natasha Richardson (Arczyńska & Pancewicz, 2008). Aktor Piotr Fronczewski reklamował firmę Carisma, pośredniczącą w zakupie nieruchomości za granicą (Grzeszak, 2008 str. 35), a telewizyjny prezenter Hubert Urbański - toruńskie Osiedle Sztuk Pięknych firmy Marbud (ryc. 53). Lofty miały stać się modne między innymi dzięki popularnemu aktorowi Borysowi Szycowi (mieszka w loftach „U Scheiblera”, których kampanii promocyjnej jest twarzą)¹⁹⁸ oraz piosenkarcie Justynie Steczkowskiej („De Girarda” w Żyrardowie)¹⁹⁹. Kiedy zawodzą tradycyjne strategie, firmy sięgają po bardziej nietypowe środki - zaskoczenie lub szok może skutecznie zaintrygować klientów. Międzynarodowa agencja reklamowa McCann Erickson przygotowała dla LM Developments prowokacyjną kampanię dla osiedla Belmayne (ryc. 53). Seria zdjęć mocno rozneglizowanych par w różnych pomieszczeniach oferowanych mieszkań wyróżniała się na tle spokojnych ilustracji przedstawiających ciepło domowego ogniska. Adresatami reklam mieli być młodzi, przedsiębiorczy i energiczni ludzie, którzy zamiast myśleć o założeniu rodziny i przeprowadzce, jak wszyscy – na przedmieścia, koncentrują się na swoich przyjemnościach i cenią własną wolność. Lokalizacja (północne obrzeża miasta) i architektura inwestycji wskazują jednak, że reklamowane osiedle nie różni się od typowej oferty deweloperskiej²⁰⁰.



Ryc.53. Po lewej: reklama wielkopowierzchniowa Osiedla Sztuk Pięknych w Toruniu (deweloper Marbud) – prezenter Hubert Urbański jako „twarz” inwestycji. Fot. własna. Po prawej: kontrowersyjna reklama osiedla Belmayne dla LM Developments, źródło: McDonald & Sheridan, 2008, wkładka z ilustracjami.

¹⁹⁷ Popularne określenie osób znanych z showbiznesu.

¹⁹⁸ www.uscheiblera.com.pl

¹⁹⁹ www.loftydegirarda.eu

²⁰⁰ www.belmayne.com

Dla poszukujących prestiżu, lecz mniej majątnych konsumentów tworzone są imitacje luksusowych towarów (Baudrillard 2005). W budownictwie mieszkaniowym wyróżnia się cztery podstawowe standardy: minimalny, powszechny, podwyższony i luksusowy. Na ten ostatni stać tylko najzamożniejszych, lecz ponieważ brakuje obecnie precyzyjnej definicji apartamentu, deweloperzy wykorzystują ten fakt i jako apartamenty reklamują mieszkania o podwyższonym standardzie. W rezultacie pod tą nazwą często figurują „wyroby apartamentopodobne” - mieszkania niewielkie, niskie, bez wykończenia odpowiedniej klasy. Prawdziwy apartament charakteryzuje się przede wszystkim prestiżową lokalizacją w śródmieściu lub atrakcyjnych dzielnicach, wysokością pomieszczeń około trzech metrów, zabezpieczeniem przed hałasem, klimatyzacją, wysokim standardem wykończenia, wyjątkowym widokiem z okien i odpowiednim doświetleniem światłem dziennym. Minimalna powierzchnia powinna wynosić co najmniej sto metrów kwadratowych. Podobna sytuacja dotyczy loftów, czyli mieszkań o dużej powierzchni i wolnym planie w zaadaptowanych obiektach przemysłowych lub magazynowych. Na świecie są to najczęściej luksusowe nieruchomości z zachowanymi industrialnymi elementami wnętrza; tradycyjnie ich powstawanie wiązało się z procesami gentryfikacji dzielnic – wnętrza przemysłowych budynków w zdegradowanych częściach miast początkowo adaptowali artyści, poszukujący na pracownie dużych przestrzeni i niskich czynszów. Moda na podobne mieszkania spowodowała znaczne podniesienie cen, a ten typ nieruchomości uważany jest obecnie za ekskluzywny. Z kolei większość oferowanych na polskim rynku loftów oprócz lokalizacji w poprzemysłowych budynkach nie różni się od typowych deweloperskich mieszkań. W ofercie łódzkiej inwestycji Opal Property Developments „U Scheiblera” (zaadaptowana na cele mieszkaniowe dawna przędzalnia) znalazły się m.in. kawalerki o powierzchni poniżej 30m². Lokale można zakupić w ramach programu „Rodzina na swoim”²⁰¹, otrzymując dopłaty Skarbu Państwa do odsetek kredytu hipotecznego, którego jednym z warunków jest cena nieprzekraczająca średniego wskaźnika przeliczeniowego kosztu odtworzenia metra kwadratowego powierzchni użytkowej budynków mieszkalnych w danym regionie. Traktowanie tych lokali jako dostępnych dla przeciętnego nabywcy zaprzecza idei loftu jako mieszkania luksusowego, jednak reklamy odwoływały się do jego nobilitującego charakteru. Obniżenie progu cenowego miało na celu dotarcie do szerszego segmentu potencjalnych nabywców - w Polsce grupa docelowa, mogąca pozwolić sobie na zakup lokali luksusowych, jest nadal niewielka (Arczyńska, 2011). Podobne zjawisko nieuczciwego przedstawiania oferty występuje także w przypadku produktów

²⁰¹ Program dotacji Skarbu Państwa do odsetek kredytu skierowany do młodych osób i rodzin kupujących lub budujących swój pierwszy dom lub mieszkanie. Od wprowadzenia programu w 2007 roku do końca III kwartału 2010 roku udzielono niemal 80 tysięcy kredytów na sumę ponad 12 miliardów złotych. Źródło: www.rodzinaswoim.pl

ekologicznych. „Zielony marketing”, czyli podkreślanie ekologiczności zastosowanych rozwiązań, wpisujących się we współczesne trendy, może przyczynić się do zwiększonej sprzedaży poprzez przyciągnięcie klientów poszukujących tego typu inwestycji lub podniesienie konkurencyjności produktu. Niektórzy producenci wykorzystują niski poziom wiedzy konsumentów sugerując proekologiczność zastosowanych rozwiązań, podczas gdy ich oddziaływanie na środowisko jest negatywne lub nieproporcjonalnie przeceniając znaczenie użytych „zielonych” rozwiązań. Zjawisko to, krytykowane przez organizacje konsumenckie i instytucje zajmujące się uczciwością reklamy, określa się jako *greenwash*²⁰² (Kronenberg & Bergier, 2010). Ma na celu nadanie produktowi pozytywnego wizerunku, poprawienie samopoczucia i prestiżu osobistego konsumenta, opierając się na charakterystycznych dla społeczeństwa ryzyka²⁰³ obawach dotyczących stanu środowiska: *...w rynkowym konsumpcyjnym społeczeństwie wszelki niepokój, strach i panika są potencjalnym źródłem zysku* (Bauman, 1996, str. 277).

²⁰² Ang. „przemycanie na zielono” – nazywane niekiedy „zielonym kłamstwem” działania przedstawiające produkt, przedsiębiorstwo lub usługę jako proekologiczne, podczas gdy w rzeczywistości wpływają one negatywnie na środowisko.

²⁰³ Termin zaproponowany przez Ulricha Becka na określenie sposobu, w jaki w zaawansowanych procesach modernizacji społeczeństwo organizuje się w odpowiedzi na ryzyko (Beck, 2005).

2.6. Podsumowanie

Powyższe rozdziały potwierdzają tezę o negatywnych konsekwencjach dyktowanych konsumpcjonizmem wyborów mieszkaniowych. Odpowiedzialność leży zarówno po stronie konsumentów, jak i producentów, a preferencje potencjalnych nabywców, wpływające na popyt i podaż na rynku nieruchomości, determinowane są przyczynami ekonomicznymi i pozaekonomicznymi.

Aspekty ekonomiczne wymagają dopasowania ceny i kosztów eksploatacji nieruchomości do dochodów. Konsumenty poszukują optymalnego produktu za minimalną cenę, ale decyzje mieszkaniowe, pomimo wysokiej ceny produktu, tylko pozornie są w pełni racjonalne. Jak potwierdzono w rozdziale 2.4.2. *Zachowania konsumenckie*, nieruchomości podlegają takim samym wzorcom zachowań konsumentów, jak inne kosztowne produkty. Inwestorzy niechętnie akceptują dłuższy okres zwrotu, nadmiernie sugerują się decyzjami podejmowanymi przez otoczenie i ceną potencjalne zyski bardziej niż możliwe straty. Wysokie kredyty, charakterystyczne dla konsumpcyjnej postawy, powodują nadmierne obciążenie budżetu gospodarstw domowych. Zasoby mieszkaniowe, które pozwalają na prowadzenie „zrównoważonego” stylu życia, bywają droższe od standardowych m.in. z uwagi na lokalizację w dzielnicy zaopatrzonej w usługi lub zastosowanie energooszczędnych rozwiązań. Zakup musi zostać zrekompensowany ograniczeniem wydatków na innym polu (np. komfortu - mniejszą powierzchnią użytkową) lub późniejszymi oszczędnościami w eksploatacji, na co konsumenci decydują się niechętnie, oczekując szybkiego zwrotu nakładów. Ograniczony kapitał to podstawowy argument przeciwko podnoszeniu „zielonych” standardów, przytaczany zarówno przez konsumentów, jak i producentów. Odnosi się to zwłaszcza do mniej zamożnych krajów, gdzie nieruchomości mieszkaniowe są niedostępne²⁰⁴ finansowo dla obywateli o przeciętnych dochodach. W związku z powyższym, harmonizowanie celów środowiskowych i społecznych z ekonomicznymi powinno stać się jednym z priorytetowych działań na rzecz zapewnienia „zrównoważonych” zasobów mieszkaniowych, dostępnych dla wszystkich grup odbiorców. Produkty te muszą być opłacalną inwestycją nawet pomimo wyższych początkowych nakładów, w związku z czym należy rozważyć alternatywne źródła finansowania, subsydia, sposób zarządzania obiektami lub inne dodatkowe oszczędności.

²⁰⁴ Kryteria dostępności zostały opisane w rozdziale 3.2.3. *Kategoria C – konsumenci wykluczeni*.

Przyczyny pozaekonomiczne konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych wynikają między innymi z narzucanych przez otoczenie materialistycznych aspiracji, prestiżu i pragnienia dorównania innym, przy czym jednostki nie zawsze są świadome motywacji własnych decyzji. Oszczędność, zarówno w kategoriach ograniczania zużycia energii, jak i minimalizowania własnych pragnień, traktowana jest w kategoriach przymusu spowodowanego niezadowolającą sytuacją finansową, a nie świadomej decyzji. Wymaga zastanowienia nad motywacjami i konsekwencjami własnych wyborów oraz odwagi w podejmowaniu decyzji niezgodnych z oczekiwaniami otoczenia lub zaprzeczających przyjętemu wizerunkowi. Wprowadzone w dalszej części rozprawy pojęcie refleksyjności zostało użyte dla określenia cechy, która umożliwia wybory zgodne z założeniami zrównoważonego rozwoju i przeciwstawia się dyktatowi konsumpcjonizmu. Jednocześnie posiada potencjał rekompensowania niedoborów kapitałowych, ponieważ jej wysoki poziom pozwala na odrzucenie materialistycznych pragnień i aspiracji, a w kontekście mieszkalnictwa także oszczędności poprzez wybór rozwiązań nietypowych, opartych na istniejących zasobach i wymagających wkładu pracy własnej. W przeciwieństwie do siły nabywczej wartość ta nie podlega łatwej ocenie ani kwantyfikacji - kolejne rozdziały koncentrują się na próbach zdefiniowania takiej postawy, określeniu strategii jej rozpowszechniania oraz wykorzystania jej potencjału w tworzeniu nowych „zrównoważonych” zasobów i efektywnej eksploatacji istniejących.

Dwa wymienione powyżej czynniki, refleksyjność oraz poziom siły nabywczej konsumentów, determinują indywidualne decyzje mieszkaniowe i nakreślają możliwości wyboru. Oba zostały uwzględnione w dalszej części rozprawy w kontekście badania możliwości przeciwdziałania konsumpcyjnej manipulacji. Kategoryzacja konsumentów, oparta na tych wartościach, pozwala na poszukiwanie alternatywnych rozwiązań zarówno ze strony podaży produktów mieszkaniowych, jak i popytu – podnoszenia refleksyjności konsumentów i wyrównywania niedoborów kapitałowych. Zaproponowaną klasyfikację konsumentów potwierdzają przytoczone w rozprawie przykłady inwestycji mieszkaniowych o zróżnicowanej skali (od domów jednorodzinnych do regulującej zasoby mieszkaniowe polityki miejskiej), w przypadku których zdefiniowanie odbiorców według ich siły nabywczej i poziomu refleksyjności pozwoliło na stworzenie „zielonych” produktów mieszkaniowych opłacalnych dla inwestora, a jednocześnie dostępnych dla grupy docelowej. Ujęte zostały również rozważania na temat współczesnej roli architekta w tworzeniu zasobów mieszkaniowych i nowych szans, jakie wiążą się ze zmianą myślenia o mieszkalnictwie w kontekście zrównoważonego rozwoju.

3. Strategie przeciwdziałania konsumpcyjnym wyborom mieszkaniowym

Przestrzeń symboliczna to przestrzeń swobodnego wyboru, a nie konieczności. Aby uchwycić proces formowania sfery symbolicznej, trzeba „uruchomić” świadomość refleksyjną. Ludzie wierząc w racjonalność swoich decyzji często nie analizują dodatkowych przesłanek swoich wyborów. Odwołują się do motywów racjonalnych, zwłaszcza ekonomicznych. (Dowgiąło, 2007 str. 111)

3.1. Refleksyjność w dokonywaniu wyborów mieszkaniowych

Od konsumpcji – używania dóbr i usług, zwłaszcza tak podstawowych, jak mieszkanie – nie ma odwrotu. Możliwa jest jednak alternatywa, czyli dokonywanie świadomych wyborów ze zrozumieniem ich konsekwencji. Decyzje powinny opierać się na prawidłowym rozpoznaniu własnych potrzeb, wiedzy oraz poczuciu odpowiedzialności za swoje działania. Kronenberg konsumpcję opartą na oszacowaniu potencjalnych zysków i strat środowiskowych nazywa „racjonalną” (Kronenberg & Bergier, 2010). W niniejszej pracy dla nazwania wynikającej z etyki poszanowania drugiego człowieka oraz środowiska postawy wobec dokonywanych wyborów użyte zostanie określenie „refleksyjna”. Pojęcie to nawiązuje koncepcji refleksyjności, która pojawia się w latach 60. i 70. XX wieku w różnych dziedzinach, od psychologii społecznej²⁰⁵, antropologii, przez etnografię po ekonomię²⁰⁶. Beck odnosi ją do społeczeństwa ryzyka - refleksyjnej fazy nowoczesności: *[...] uprawianie refleksji czyni świat bezpieczniejszym dla jego mieszkańców i [...] wiedza o tym, co się dzieje, jest równoznaczna z wiedzą o tym, co robić i z możliwością robienia tego właśnie, co trzeba* (Bauman, 1996, str. 274). Z uwagi na rozbieżności pojęciowe używana w tej pracy definicja refleksyjności będzie interpretowana jako zdolność jednostki do krytycznego myślenia o samej sobie, dostrzegania zjawisk negatywnych i patologicznych, definiowania przyszłych zagrożeń i podejmowania na podstawie takiej diagnozy prewencyjnych środków zaradczych, powstrzymujących lub odwracających niekorzystne trendy. Wyraża się ona w presji opinii publicznej, mobilizacji ruchów społecznych, a także działaniach politycznych podejmowanych coraz częściej, nawet wbrew wąskim interesom ekonomicznym, przez rządy wielu krajów (Sztompka, 2005, strony 572-573). Kluczowy dla rozważań jest jej związek z ponowoczesnością, detradycjonalizacją i kryzysem ekologicznym, w którego obliczu dawne, oparte na materializmie wartości, tracą swoją aktualność. To nie krytyka konsumpcjonizmu i całkowita rezygnacja z niego, ale zrozumienie mechanizmów jego działania i znalezienie dla siebie miejsca w tym systemie. Interpretacja najbliższa jest koncepcji

²⁰⁵ M.in. w pracach G.H.Meada z lat 30. (Salzman, 2002)

²⁰⁶ O refleksyjności wpływającej na cykle osiągnięcia i zaburzeń równowagi na rynku pisał m.in. G. Soros (Soros, 1987).

refleksyjnej nowoczesności w społeczeństwie ryzyka, w którym dawne instytucje i sposób organizacji świata nie odpowiadają współczesnemu rozumieniu kwestii wolności, odpowiedzialności i indywidualizmu (Beck, Giddens, & Lash, 2007). Lash rozróżnia dwa rodzaje refleksyjności - jeden polega na uwolnieniu od wiążących i ograniczających społecznych struktur, drugi to autorefleksyjność. Giddens postrzega ją jako bardziej ogólne zjawisko zakotwiczone w tradycji oraz kulturowych i społecznych zasadach i zasobach. Pokłada zaufanie w opiniach ekspertów (preferuje określenie „refleksyjność instytucjonalna”), dzięki którym możliwe jest osiągnięcie racjonalnego porządku i bezpieczeństwa. Odpowiedzialność i prewencja są współcześnie zastępowane minimalizowaniem ryzyka poprzez system jego szacowania oraz ubezpieczeń, a nie wprowadzaniem zmian wynikających z prawdziwie refleksyjnej postawy (Sulkunen, 2009). Eksperci, tradycyjnie traktowani jako wiarygodne i neutralne źródło opinii, wraz ze wzrostem braku zaufania dla instytucji oraz większym zaangażowaniem obywateli w samodzielne podejmowaniu decyzji i inicjatywy, zaczęli być jednak poddawani krytyce za promowanie własnych interesów i zawężone, jednostronne widzenie problemów (Toffler, 1980 str. 273). Dyskusyjna jest także kwestia ich odpowiedzialności za niewłaściwe doradztwo lub manipulację²⁰⁷. Według Becka krytyka eksperckich opinii i coraz większe uniezależnianie się od nich są charakterystyczne dla refleksyjnej nowoczesności (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 116). Instytucje posiadają jednak nadal silną pozycję w ramach zakresu kompetencji, np. poprzez wprowadzanie regulacji rynkowych lub certyfikacji dla poszczególnych produktów i usług²⁰⁸. Dane te stają się coraz dostępniejsze dla odbiorców, jednak umiejętność ich odczytania i interpretacji nie jest oczywista dla wszystkich. Dodatkowo niekorzystna sytuacja ekonomiczna, która pozornie powinna wymuszać większą refleksyjność, ogranicza możliwości wyboru. Brak dostępu do informacji, medium pozwalającego na dokonywanie świadomych decyzji (zarówno życiowych, jak i konsumenckich), zastąpił nierówności klasowe jako źródło nierówności społecznych. W społeczeństwach rozwiniętych uprzywilejowane jednostki kumulują jednocześnie informację i kapitał²⁰⁹. Wiedza ma znaczenie nie tylko w kontekście naukowym i technologicznym, ale także humanistycznym i społecznym, co jest wyraźnie widoczne

²⁰⁷ Przykładem takiego zjawiska jest kryzys na amerykańskim rynku kredytów mieszkaniowych, spowodowany m.in. zbyt pochopnym udzielaniem wysoko oprocentowanych, ryzykownych pożyczek osobom o niskiej zdolności kredytowej. W proces zaangażowani byli rzeczoznawcy przedstawiani jako niezależni eksperci, wyceniający wartość kredytowanych nieruchomości, którzy przyznawali, że pod naciskiem banków i innych instytucji finansowych szacowali wartości domów na sugerowane kwoty. Brak zgody na tę nieuczciwość oznaczał często utratę kolejnych zleceń (Immergluck, 2009).

²⁰⁸ Np. amerykańska Federal Housing Association zaczęła stosować certyfikację LEED Neighborhood Design przy ocenie aplikacji grantowych dla projektów mieszkalnictwa socjalnego.

²⁰⁹ Zasada ta nie ma bezpośredniego zastosowania m.in. w krajach byłego bloku wschodniego, gdzie wysoki kapitał intelektualny i kulturowy nie zawsze wiąże się z finansowym.

w kontekście kryzysu ekologicznego, wymagającego umiejętności pogłębionej oceny środowiskowych zysków i strat (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 179).

Potrzeba refleksyjności wynika także z ekologii głębokiej, nurtu filozofii zainicjowanego w latach 70. XX w. przez Arne Naessa, krytykującego konsumpcjonizm i antropocentryzm dominujące we współczesnej kulturze. Zakłada przewartościowanie życia jednostki tak, aby symbiotycznie współistniała z naturą, ograniczyła zużycie zasobów naturalnych i energii (Naess, 1973). Nurt przeciwstawiony jest ekologii płytkiej, stawiającej człowieka i jego komfort w centrum uwagi oraz przewidującej, że nowe technologie, umożliwiające redukcję zużycia energii lub recykling materiałów, rozwiążą wszystkie problemy ekologiczne. Obie koncepcje poddawane są krytyce – ekologia głęboka za swój radykalizm i nieprzystawanie do warunków współczesnego życia, a płytka za powierzchowne i konsumpcyjne podejście do zagadnień, których ignorowanie lub niewłaściwa interpretacja mogą skutkować globalną środowiskową katastrofą. Pojęcie refleksyjności można odnieść do koncepcji „tragedii wspólnego pastwiska”, ilustrującej problem nieograniczonego wzrostu oraz odpowiedzialności. Konsekwencje zwiększania indywidualnego zużywania wspólnych zasobów w celu osiągnięcia własnych korzyści ponoszą wszyscy. Im większe są ich straty, tym bardziej zależy im na zbilansowaniu ich zwiększonymi zyskami, więc w rezultacie sami intensywniej eksploatują istniejące zasoby, przyczyniając się do ich jeszcze większej degradacji (Hardin, 1968). Przy przełożeniu tego zjawiska na kwestie mieszkaniowe wspólne, nadmiernie eksploatowane pastwisko to między innymi grunty pod zabudowę, przepustowość dróg, którymi przemieszczają się mieszkańcy przedmieść czy energia wbudowana oraz zużywana na transport i eksploatację mieszkań. Przyjęta w 1998 roku Nowa Karta Ateńska zakłada, że przyszłe miasta powinny być zamieszkałe przez spójne i zbalansowane pod względami ekonomicznymi i ekologicznymi społeczności. W kontekście zamieszkania wymaga to oszczędnego korzystania z nieodnawialnych zasobów naturalnych, zwłaszcza terenu, powietrza i wody. Ograniczenia w ich eksploatacji są skuteczne tylko wówczas, gdy wynikają zarówno z polityki miejskiej, jak i ze zmiany wzorców konsumenckich jednostek, także w kontekście wyborów mieszkaniowych. Nie ograniczają się one tylko do zakupu lub wynajmu danego lokalu, istotne jest monitorowanie zużycia energii, dopasowywanie mieszkania do własnych potrzeb oraz dostosowanie swojego stylu życia do zmieniających się warunków lub, w najbardziej skrajnym przypadku, przeprowadzka w inne miejsce, które bardziej odpowiada potrzebom użytkownika i umożliwiała mniej energochłonny tryb życia. Badania firmy Siemens AG, dotyczące strategii redukcji emisji gazów cieplarnianych oraz zużycia energii dla Londynu, wykazują,

że 40% proponowanych rozwiązań jest uzależniona od indywidualnych działań mieszkańców miasta²¹⁰, które odpowiadałyby za około 70% możliwej redukcji zużycia energii (Watson, 2008).

Zmiana postawy jednostki okazuje się szczególnie trudna, jeśli jej utrwalone wzorce konsumenckie są oparte na popularnych i szeroko społecznie akceptowanych modelach. Konsumpcja często odbywa się nieświadomie, na podstawie przyzwyczajzeń i stereotypów. *Konsument [...] jest ponieważ zawsze uzbrojony, reprezentuje bowiem już jakieś określone gusta i preferencje. Każdy wybór jest zatem częściowo uzależniony od dokonywanych poprzednio.[...] we wszystkich naszych poczynaniach istnieje pewna logiczna konsekwencja, dążymy do ustalenia jakiegoś osobistego stylu życia bez względu na to, czy działamy świadomie, czy też nie* (Toffler, 1999 str. 297). Zmiana wzorców konsumpcji wiąże się z ryzykiem częściowej utraty wypracowanego wizerunku lub ostracyzmu ze strony otoczenia. Przekształcenie własnego stylu życia na taki, który będzie zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, jest zawsze trudniejsze od poddania się konsumpcjonizmowi. Oznacza głęboką analizę własnych potrzeb i nierzadko rezygnację z pragnień, wygody i satysfakcji, które konsumenci przedkładają, ponad dobro wspólne: *Samochody mają większe znaczenie niż drogi, po których jeżdżą. [...] Przykładamy wielką wagę do wzrostu prywatnego bogactwa, ale żałujemy dopłat na policję, która je chroni* (Galbraith, 1963 str. 116). Barber nazywa to zjawisko „obywatelską schizofrenią” lub „psychopatologią prywatyzacji” (Barber, 2007), a Galbraith wyjaśnia je rozróżnieniem pomiędzy czterema podstawowymi potrzebami człowieka czyli zapewnioną przez prywatną produkcję żywnością, odzieżą i schronieniem oraz harmonijnym, bezpiecznym otoczeniem, które stanowi domenę publiczną, bardziej kosztowną, więc opłacaną kolektywnie (Galbraith, 1963 str. 117). Pragnienie przeciwstawnych rzeczy odnosi się także do kwestii zamieszkania. Idealną wizję podmiejskiego domu z ogrodem niweczą codzienne problemy z dojeżdżaniem do pracy zakorkowanymi drogami, jednak do nadmiernego ruchu przyczyniają się sami mieszkańcy przedmieść wybierając samochód zamiast transportu publicznego.

Wypracowanie refleksyjnej postawy wobec konsumenckich decyzji utrudnia współczesna nieograniczoność możliwości wyboru, dotycząca również własnej tożsamości i wizerunku. Przyczynia się ona do paraliżu decyzyjnego poprzez odkładanie decyzji na później oraz do niższej satysfakcji z zakupu, niż gdyby wariantów wyboru było mniej. Ponieważ proces selekcji spośród wielu możliwości jest trudniejszy i dłuższy, następuje eskalacja oczekiwań wobec wybranego ostatecznie produktu. Ważne jest zrozumienie tych zależności i świadomość, że nawet najbardziej przemyślana

²¹⁰ Działania te obejmują m.in. energooszczędne zachowania użytkowników oraz poprawę jakości istniejących zasobów.

decyzja może okazać się mało satysfakcjonująca (Schwartz, 2005). Konieczne jest także krytyczne spojrzenie na kreowany przez producentów marketingowy wizerunek²¹¹, który ma istotne znaczenie w przypadku wyborów mieszkaniowych. Wybór miejsca i formy zamieszkania, decyzja determinująca komfort i styl życia, stanowi kompromis między osobistymi oczekiwaniami a możliwościami, ma jednak szersze znaczenie w kontekście ekspresji własnych przekonań. Kluczową kwestię stanowi umiejętność rozpoznania konsekwencji indywidualnych wyborów. Nawet eksperci różnią się w swoich opiniach, a zagadnienia zrównoważonego rozwoju mają zbyt złożony charakter, aby można było dokonywać na bieżąco jednoznacznych ocen. W kontekście środowiskowym z refleksyjnością wiążą się takie koncepcje jak „inteligencja zielona” lub „ekologiczna” – definicja stworzona przez Daniela Golemana, autora pojęcia inteligencji emocjonalnej. Wiąże się z tzw. ekologią przemysłową i metodami oceny cyklu życiowego produktów z uwzględnieniem energii wbudowanej i emisji. Oznacza zdolność do intuicyjnego rozpoznania, czy dany produkt lub usługa, nawet jeśli reklamowane są jako ekologiczne, wiążą się z faktycznymi oszczędnościami dla środowiska. W kontekście zamieszkania przekłada się to nie tylko na wybór danego produktu (m.in. technologii umożliwiającej zminimalizowanie strat energii lub wybór optymalnej pod względem transportowym lokalizacji), ale także na sposób użytkowania przestrzeni i rozwiązań technicznych lub nawyki związane ze zużyciem energii elektrycznej. Podobnie jak inne rodzaje inteligencji, również „zieloną” można rozwijać, np. poprzez naukę demaskowania *greenwashu*²¹² (Goleman, 2009).

Postpolityka rozumiana jako indywidualne strategie dokonywania politycznych wyborów w codziennym życiu prowadzi do kolejnej redefinicji podziału na sferę publiczną i prywatną (Jacyno, 2007 str. 40). W rozwiniętych społeczeństwach rozszerzanie możliwości wyboru wskazywane jest jako synonim zwiększania wolności obywateli - Barber przypomina popularną opinię, że demokracja jest nierozzerwalnie związana z wolnym rynkiem (Barber, 2005 str. 21). Kapitalizm zakłada ciągły wzrost, a szybkość wprowadzania i sprzedaży nowych produktów przekłada się na wyższą wydajność i zyski. Rynek wymusza efektywne i opłacalne rozwiązania, które nie zawsze odpowiadają koncepcji zrównoważonego rozwoju, wymagającego pogłębionego rozpatrzenia potencjalnych rozwiązań i konsekwencji (Ikerd, 2008). W przyjętej w rozważaniach definicji poziom refleksyjności jest jednak związany z postawą postmaterialistyczną. Badania Ingleharta, które miały na celu określenie wyznawanych przez ludzi wartości, wskazują na jej rosnące, wraz z potrzebą poczucia przynależności

²¹¹ Potwierdza to przeprowadzony w 2008 roku wśród mieszkańców nowych podwarszawskich osiedli sondaż IQS and QUANT Group. Mimo iż warunki życia większości mieszkańców poprawiły się, a swój wybór uważają za słuszny, są jednocześnie zawiedzeni niedostateczną infrastrukturą, trudnościami transportowymi oraz trudnym dostępem do terenów rekreacyjnych, które według materiałów marketingowych miały być jedną z głównych atrakcji osiedli (Zubik, 2008).

²¹² Patrz rozdział 2.5. *Odpowiedzialność producentów*.

i samowyróżnienia, znaczenie: *Wartości zachodnich społeczeństw przesuwają się z nacisku na materialny dobrobyt i fizyczne bezpieczeństwo w stronę wyższej jakości życia. Przyczyny i implikacje tej zmiany są złożone, ale główną zasadę można przedstawić w prosty sposób: ludzie przejmują się bardziej najbliższymi potrzebami i zagrożeniami niż kwestiami, które wydają się im bardziej odległe lub pozornie niegroźne* (Inglehart, 1990, str. 5). Transformacja ta jest efektem wymiany pokoleniowej – osoby, które wychowały się w warunkach dobrobytu i stabilnej sytuacji polityczno-gospodarczej, nie odczuwają potrzeby rekompensowania niedostatku gromadzeniem materialnych dóbr. Dawne konflikty klasowe zastąpiły tarcia związane z różnicami w jakości życia, spowodowanymi polaryzacją społeczną. Zmiany gospodarcze wpływają na przekształcenia kulturowe, a ogólna życiowa satysfakcją bardziej niż od indywidualnego poziomu zamożności zależy od kondycji ekonomicznej kraju zamieszkania (Inglehart, 1990, strony 7-13).

Budowanie własnej tożsamości, bez względu na poziom związanej z tym procesem świadomości i refleksyjności, opiera się na indywidualnych wyborach życiowych. Bauman proces kształtowania swojego życia jak dzieła sztuki, w kierunku determinującym kolejne decyzje, nazywa „refleksyjnym projektem Ja”²¹³ (Bauman, 2009). W sferze tej, podobnie jak w przypadku wyborów konsumenckich, istnieje niemal nieograniczona ilość łatwo dostępnych możliwości: ... *przyszło nam żyć w świecie kultury rozumianej jako moda, gdzie każdy z nas może wybrać sobie tożsamość kulturową tak samo, jak wybiera sobie ubranie* (Mathews, 2005 str. 17). Ta indywidualizacja to zjawisko współczesne. Nawet w okresie najintensywniejszego rozwoju konsumpcjonizmu w Stanach Zjednoczonych, aż do końca lat 60., Amerykanie nie mieli wielkich możliwości wyboru tożsamości i wyrażającego ją stylu życia. Dopiero lata 80. przyniosły bezprecedensową różnorodność i dawały taką możliwość. *W krótkim czasie zunifikowana masa społeczna wyodrębniła wiele różnorodnych grup ludzi o szerokim zakresie różniących się gustów i wartości [...]. Wybór „to lub tamto” w podstawowym zakresie rodziny i pracy eksplodował w różnorodność wysoce zindywidualizowanych stylów życia* (Naisbitt, 1984 str. 260). W przeciwieństwie do klasycznego modelu dążenia do uzyskania założonej tożsamości, który Sartre nazywał „projektem życiowym”, Bauman sugeruje, że ta wykreowana czy wybrana spośród gotowych modeli tożsamość to tylko Baudrillardowskie *symulakrum*²¹⁴, będące złudną reprezentacją samego siebie. Prawo do jej wyboru, za który ponosimy pełną odpowiedzialność, uważa jednak za jedyne uniwersalne prawo człowieka

²¹³ Podobne rozważania prowadzi Anthony Giddens w: *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późniejszej nowoczesności*. Warszawa, PWN, 2002

²¹⁴ Stworzone przez Baudrillarda pojęcie określające obraz będący symulacją lub sztucznym kreowaniem rzeczywistości (Baudrillard, 2005).

i obywatela, umożliwiające materializację własnej tożsamości (Bauman, 2008, str. 276). Giddens nazywa to „refleksyjną biografią”, podczas gdy Beck podkreśla ryzyko związane z każdą z podejmowanych w celu kształtowania własnego życia decyzji (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 15). Jedną z głównych jego przyczyn jest rynkowa manipulacja i kontrola: *Korporacje chcą nam dawać narzędzia do tworzenia najróżniejszych nowych tożsamości, ponieważ czerpią z tego korzyści. Mają kontrolę nad naszą zdolnością tworzenia własnych tożsamości. Wchodzimy do galerii handlowej, na półkach i wieszakach są przedmioty, które proponują gotową tożsamość* (Kokoszka, 2007). Także wprowadzane normy, standardy jakości i systemy zarządzania, które wydają się obiektywne i konieczne w kontekście minimalizacji ryzyka, są jednocześnie narzędziami władzy i wpływają na to, jak ludzie postrzegają siebie i dają nad nimi kontrolę: *Gospodarki są regulowane lub „zarządzane” dzięki wytwarzaniu swobodnie „wybierających” podmiotów, a tworzenie określonych form osoby stanowi centralny aspekt regulacji społecznej, która kształtuje i jest kształtowana przez struktury makroekonomiczne* (Dunn, 2008 str. 195). Tożsamość nie jest wrodzona ani narzucona, ale musi zostać samodzielnie wypracowana, zdefiniowana i wyeksponowana poprzez prowadzenie określonego stylu życia i konsumpcję danych produktów. Ich użytkownicy „wkupują się” w sprecyzowany styl życia i w ten sposób znajdują się pod ciągłą presją udawania kogoś, kim tak naprawdę nie są. Ten proces zakłada, że jednostka też jest produktem i ma stać się rozpoznawalna i atrakcyjna (Bauman, 2007, strony 100, 111), a powtarzane w sloganach reklamowych „bycie sobą” to podporządkowanie się oczekiwaniom i prowadzenie ustalonego i zaakceptowanego społecznie stylu życia. W tym rozumieniu refleksyjność pozwala jednostce na bardziej świadome kształtowanie własnej tożsamości i wizerunku oraz dokonywanie wynikających z niej wyborów: *Konsument późnego kapitalizmu jest ukształtowany przez dekady życia w obfitości i dobrobycie [...] jest zarówno zdolny do bojkotu poszczególnych dóbr i producentów, jak i do nadawania reklamowanym przedmiotom zupełnie innych znaczeń i funkcji, niż te, jakie sugeruje mu producent czy reklama. [...] lepiej rozumie uwarunkowania i konsekwencje swoich wyborów konsumpcyjnych* (Jung, 2005, str. 10).

Refleksyjność polskich konsumentów

W Polsce i innych krajach bloku wschodniego najpierw system socjalistyczny, a później transformacja ustrojowa, ustaliły szczeble społecznej drabiny. Ten drugi moment wprowadził hierarchię konsumpcyjnych wartości. Nastąpiło przejście zachodnich wzorców, do których Polacy tęsknili przez wiele lat funkcjonowania na granicy minimum egzystencjalnego i przy ciągłych niedoborach nawet podstawowych towarów. O pozycji jednostki zaczęły świadczyć czynniki kwantyfikowalne, pozwalające na porównanie z innymi, przede wszystkim zamożność (ale także poziom wykształcenia): *...orientacja na „mieć” miała w pokoleniu rodziców inne niż współcześnie dla młodych uzasadnienie (miała potwierdzać status i wynagradzać lata wyrzeczeń i niedoborów), dla dzieci tworzyła najbliższy świat zastany, wobec którego wpływ kultury masowej był już tylko wtórny* (Szafraniec & Boni, 2011, str. 29). Oznaki statusu przyjęły ostentacyjne formy przesadnie eksponujące bogactwo, ale przede wszystkim pozwalające na indywidualizację i wyzwolenie od szarej rzeczywistości socjalizmu. Własność prywatna nabrała wysokiego znaczenia w przeciwieństwie do sfery publicznej i wspólnej, co przełożyło się na nieumiejętności dopasowania się do innych i otoczenia oraz niedoceniaenie wartości obywatelskich. Naśladowcze społeczeństwo nie miało kiedy wykształcić refleksyjności. *Zmiana społeczna jest przede wszystkim zmianą ludzkich zachowań. Te zaś wyznaczone są nie tylko przez obecne możliwości instytucjonalne, lecz również, a może nawet przede wszystkim, przez nawyki społeczne, zakorzenione w strukturalnych właściwościach społeczeństwa będących produktem minionych rozwiązań systemowych* (Marody, 1991, str. 267). Wraz ze zmianą pokoleniową następuje już proces eliminacji dawnych nawyków, a znaczenia nabierają czynniki o charakterze symbolicznym (Kolasa-Nowak, 2005). Zdobywanie wykształcenia motywowane jest nie tylko aspiracjami intelektualnymi i kulturowymi, ale także traktowane jako środek do późniejszego korzystania z możliwości oferowanych przez społeczeństwo konsumpcyjne (Szafraniec & Boni, 2011, str. 31). Obecnie, ponad dwie dekady po 1989 roku (czyli pokolenie później), wykształcają się podstawy społeczeństwa obywatelskiego. Fundacje i organizacje pozarządowe, w tym lokalne oddolne inicjatywy, mają coraz większe znaczenie, jednak uczestnictwo w działaniach na rzecz społeczności jest nadal słabo rozwinięte (Kubicki, 2010).



Wykres 54. Najważniejsze elementy i wymagania stawiane architekturze mieszkaniowej, Źródło: R. Boguszewski, Polacy o architekturze. Komunikat z badań, CBOS, Warszawa, 2005, str. 19

Świadomość ekologiczna Polaków utrzymuje się na stosunkowo niskim poziomie, a rozwiązania narzucane w związku z dostosowaniem do współczesnych ekologicznych norm, uważane są często za ograniczanie wolności (np. przymus segregacji śmieci lub ograniczenia związane z parkowaniem²¹⁵). W dyskusjach dotyczących zrównoważonego rozwoju często pojawiają się odwołania do takich koncepcji, jak *środowiskowa krzywa Kuznetza*²¹⁶ i argumentowanie, że polskie społeczeństwo nie osiągnęło jeszcze poziomu gospodarczego, który mógłby pozwolić na zwrócenie się w stronę zrównoważonego rozwoju. Odbywa się to zarówno w kontekście polityki, m.in. przy negocjowaniu unijnych wymogów ograniczenia zużycia energii i emisji, jak i indywidualnych decyzji. Rozwiązania proekologiczne są także często rozumiane jako odgórnie regulowane kompleksowe inwestycje infrastrukturalne, bez rozpoznania roli ostatecznego odbiorcy i użytkownika. Przeprowadzone przez CBOS w 2005 roku na zlecenie Izby Architektów, SARP i Ministerstwa Kultury badania potwierdzają, że Polacy przykładają niewielką wagę zarówno

²¹⁵ W opisanych w pracy przykładach osiedli mieszkaniowych w Tybindze i Fryburgu Bryzgowijskim urbanisci wprowadzali ograniczenia parkingowe ze świadomością, że nawet najlepiej przygotowana infrastruktura i ułatwienia sprzyjające bardziej „zielonym” działaniom użytkowników nie są wystarczające. W większości przypadków głównie wygoda determinuje wybory i zachowania mieszkańców.

²¹⁶ Przekonanie, że zużycie zasobów naturalnych jest wyznaczone poziomem rozwoju cywilizacyjnego i rośnie do momentu, kiedy korzystna sytuacja gospodarcza i świadomość konsekwencji środowiskowych powodują zwrot w kierunku ograniczenia eksploatacji i emisji. Po osiągnięciu tego momentu krzywa w kształcie odwróconej litery U powinna spadać. Opracowana w 1991 roku koncepcja była przedmiotem krytyki i została potwierdzona wyłącznie w wybiórczych przypadkach (Schor J. B., 2010).

do proekologiczności mieszkalnictwa, jak i do ładu przestrzennego (patrz wykres 54). *Pomimo że na poziomie ogólnych deklaracji Polacy dostrzegają potrzebę istnienia przepisów regulujących zabudowę, skłonność do ich akceptacji maleje w sytuacji konfliktu między dwiema wartościami – prawem jednostki do samostanowienia o swojej własności a poszanowaniem ładu przestrzennego* (CBOS, 2005). Jest to szczególnie istotne w kontekście budownictwa jednorodzinnego, gdzie poddawane coraz większej liberalizacji regulacje planistyczne²¹⁷ nie wystarczają dla zapewnienia dopasowania nowo budowanych domów do sąsiedztwa (patrz ryc. 55).



Ryc. 55. Niedopasowane architektonicznie domy jednorodzinne. Osiedle 800-lecia w Świeciu. Fot. własna.

Możliwość kształtowania swojego życia ma ograniczony charakter w porównaniu z krajami zachodnich. Częściowo wpływają na to czynniki ekonomiczne uniemożliwiające usamodzielnienie się lub utrudniające decyzję o zmianach (stąd m.in. niska mobilność). Dzięki szerszym możliwościom edukacyjnym i zawodowym oraz coraz bardziej liberalnej obyczajowości, która pozwala na bardziej zindywidualizowany wybór ścieżki życiowej, młodzi Polacy mają zdecydowanie większą wolność w planowaniu swojego życia niż pokolenie ich rodziców. *Refleksyjność różnicuje strategie związane z pozyskaniem i zagospodarowaniem własnego mieszkania, przy czym wyraźnie ujawnia się w tej kwestii klucz stratyfikacyjny. Młodzież, zwana dawniej „inteligencją” [...], dąży do jak najwcześniejszego odseparowania przestrzennego swojego „ja”, kierowana potrzebą, jak to ujmuje, „odnalezienia siebie” czy „wyrażenia siebie”* (Woroniecka, 2007 str. 15). Propagowany przez media i producentów konsumpcyjny styl życia coraz częściej wydaje się mało atrakcyjny i nużący, co wpisuje się jednocześnie w charakterystyczne dla społeczeństwa dobrobytu tendencje poszukiwania nowych stymulujących doświadczeń. Obecnie konsumpcyjne aspiracje mają częściowo zrekompensować lata socjalistycznej gospodarki i siermiężność ówczesnego życia. Nie oznacza to jednak, że nie ma szans

²¹⁷ M.in. ułatwienia w legalizacji samowoli budowlanych oraz zaproponowana w 2009 roku przez Sejmową Komisję „Przyjazne Państwo” nowelizacja Prawa Budowlanego dopuszczająca możliwość rozpoczęcia budowy na podstawie zgłoszenia (uznana przez Trybunał Konstytucyjny jako niezgodna z ustawą zasadniczą).

na przeniesienie do Polski wzorców postmaterialistycznych. Podnoszący się poziom życia pozwala na docenienie niematerialnych i niemierzalnych wartości, które nabierają znaczenia w krajach zamożniejszych. Również w związku ze swobodą przepływów – studia za granicą, masowa emigracja po akcesji Polski do Unii Europejskiej - wielu Polaków miało szansę przyswoić zachodnie standardy i po powrocie do kraju aplikować je na polskim gruncie bez obaw przed ostracyzmem. *Już dzisiaj wartości ekologiczne wiążą się z aktywnością obywatelską, lepszym wykształceniem i z tolerancją. [...] To już w tym momencie postmaterialistyczne elity* (Szlendak, 2011). Za liderów zmian uważani są tzw. „nowi mieszczaństwo”, pokolenie wykształcającej się klasy mieszczańskiej, opierającej własną tożsamość o kulturę wielkomiejską. Często należą do klasy kreatywnej²¹⁸, cenią wielokulturowość, lokalność i otwartość, wybierają mieszkanie w pobliżu śródmieść, aby korzystać z oferowanych przez miasto atrakcji kulturalnych i rozrywkowych. Angażują się w działalność organizacji pozarządowych na rzecz miast lub dzielnic (Kubicki, 2010). Stają się motorem zmian poprzez świadome wybory i działania, pozwalające na ich utrzymanie w zbalansowanym poziomie rozwoju. Dzięki wysokiej refleksyjności odczuwają potrzebę działania, czy też raczej przeciwdziałania negatywnym skutkom konsumpcyjnych decyzji. Grupa ta stanowi jednak niewielką część mieszkaniowych konsumentów. W kolejnych rozdziałach przedstawione są propozycje strategii ułatwiających im dokonywanie wyborów mieszkaniowych zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju, a pozostałym grupom konsumentów - podniesienie poziomu refleksyjności oraz zapewnienie szerszej, bardziej zróżnicowanej oferty na rynku nieruchomości, obejmującej również „zielone” rozwiązania.

²¹⁸ Pojęcie wyjaśnione w rozdziale 2.4.4. *Status i prestiż*.

3.2. Grupy docelowe „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych

***Nie rodzimy się z umiejętnością wybierania, lecz ją nabywamy.
Aby wolny rynek oferował prawdziwy wybór, konsumentów trzeba nauczyć
sztuki wybierania i przedstawić im prawdziwie zróżnicowany program,
a nie tylko różne możliwości zakupów. Strategia, jaką posługuje się McŚwiat
przy tworzeniu globalnego rynku, polega w znacznej mierze na systematycznym
eliminowaniu wszelkiej autonomii konsumenta [...]***

(Barber, 2005 str. 178)

Powyższe rozdziały wskazują na konieczność transformacji w mieszkalnictwie z uwagi na następującą degradację środowiska, wyczerpywanie się zasobów nieodnawialnych i następujące przemiany społeczno-ekonomiczne. W celu stworzenia warunków zamieszkania zrównoważonych pod względem ekonomicznym, ekologicznym i społecznym, potrzebne są dwie główne zmiany. Pierwsza koncentruje się na technologii i jej wykorzystaniu w celu ograniczenia emisji poprzez produkcję energii ze źródeł odnawialnych oraz stosowanie energooszczędnych rozwiązań. Wymaga badań i inwestycji infrastrukturalnych, których przeprowadzenie wiąże się z ogromnymi nakładami finansowymi i stanowi trudność zwłaszcza w okresie kryzysu gospodarczego. Druga konieczna zmiana wiąże się ze sposobem użytkowania przez indywidualnych konsumentów istniejących zasobów oraz koniecznej do ich eksploatacji energii. Wybiega poza kwestie środowiskowe i wymaga przewartościowania stylu życia oraz podnoszenia poziomu refleksyjności użytkowników, a jednocześnie pozostaje stosunkowo niezależna od ich siły nabywczej. W warunkach gospodarki wolnorynkowej konsumentów rozróżnia się jednak przede wszystkim pod względem ich poziomu zamożności, a nowe technologie przeceniane są jako remedium na problemy współczesnego świata i źródło zysku. Oba aspekty powinny zostać uwzględnione w planowaniu „zrównoważonego” mieszkalnictwa, lecz podczas gdy technologie związane z produkcją i eksploatacją energii mogą podlegać regulacjom i ograniczeniom, zmiana konsumenckich nawyków stanowi znacznie trudniejsze zadanie.

Próby narzucania ograniczeń spotykają się ze społecznym oporem. Etos samodoskonalenia, pracy i odpowiedzialności za swoje czyny nakłada się na brak autorytetów oraz porozumienia odnośnie definicji „wspólnego dobra”. Nawet tak oczywiste cele, jak poprawa warunków życia, mogą przynieść negatywne konsekwencje w postaci niezdrowego nadmiaru. W zestawieniu z wolnością wyboru, którą przyniosło społeczeństwo konsumpcyjne i utratą monopolu państwa w decydowaniu

o tym, co wolno obywatelom, ograniczenia odnośnie stylu życia i konsumpcji²¹⁹ są społecznie akceptowalne wyłącznie wówczas, gdy dotyczą wszystkich jednakowo i odnoszą się do tak neutralnych moralnie wartości jak zdrowie (Sulkunen, 2009). Państwowe działania mają wówczas głównie charakter informacyjny i edukacyjny - przedstawiają możliwe konsekwencje indywidualnych działań obywateli lub ograniczają dostęp do oddziałujących negatywnie towarów. W kontekście mieszkalnictwa nowo powstające zasoby regulowane są ogólnie narzuconymi standardami, jednak odnoszą się one wyłącznie do parametrów funkcjonalnych i technicznych budynków takich jak wielkość, termoizolacyjność przegród czy konieczność zapewnienia odpowiedniej liczby miejsc postojowych. W wielu krajach, w tym w Polsce, nie podlegają regulacjom zmienne czynniki związane z dostępem do transportu publicznego lub stylem życia mieszkańców, przekładającym się na użytkowanie lokali²²⁰. W rezultacie powstają np. „ekoosiedla” na przedmieściach, do których można dojechać wyłącznie samochodem, a do mieszkańców kierowane są akcje promujące wyrywkowo wybrane elementy „zielonego” stylu życia²²¹. Konieczny jest nowy model myślenia o zrównoważonych zasobach mieszkaniowych i stylach życia w kontekście rynku i wyborów konsumenckich oraz polityki mieszkaniowej, planistycznej i energetycznej. Strategie, mające na celu nakłonienie konsumentów do podejmowania bardziej „zrównoważonych” decyzji mieszkaniowych, powinny zostać zaadresowane do odpowiednich grup docelowych. Polityka zgodna z założeniami zrównoważonego rozwoju wymaga konsekwencji i zintegrowania działań inicjowanych, przeprowadzanych i finansowanych zarówno przez władze na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym, organizacje i fundacje pozarządowe, jak i indywidualnych konsumentów. W przypadku osób o wysokim poziomie refleksyjności, gotowych do dokonywania „zielonych” wyborów, wsparcie powinno polegać na ułatwieniu tych decyzji poprzez odpowiednie regulacje i subsydia dla mniej zamożnych konsumentów. Istotną rolę odgrywa także rozpowszechnienie informacji o możliwych rozwiązaniach, które mogą zainspirować naśladowców. Odnosi się to zarówno do działań ogólnych, jak i rynkowych, promujących ekologiczne produkty oraz medialnych, popularyzujących „zielony” styl życia. Wykres 56 przedstawia pola działań, które poszczególne inicjatorzy powinni kierować do adresatów usystematyzowanych według zaproponowanych poniżej kategorii.

²¹⁹ Sulkunen podaje przykład alkoholu, którego nadużywanie ma obiektywnie negatywne konsekwencje, jednak jego spożywanie uzależnione jest od indywidualnych decyzji jednostek i nie podlega państwowym zakazom.

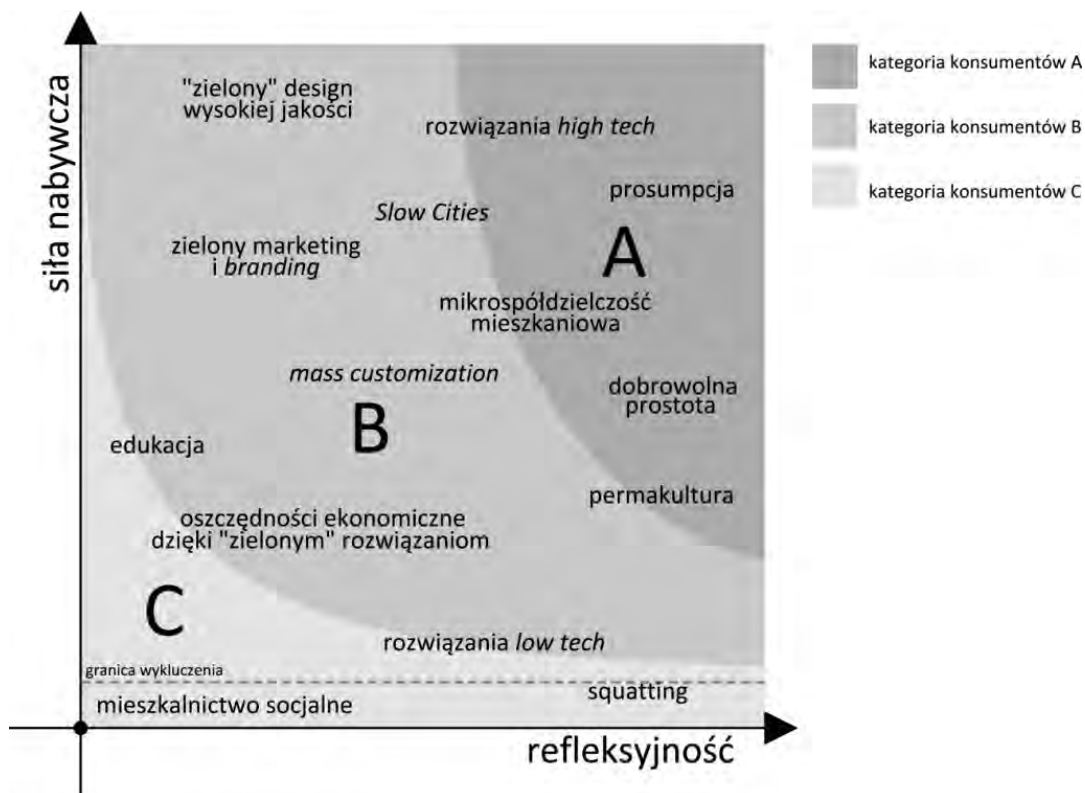
²²⁰ Niektóre z tych czynników uwzględniane są w certyfikacji BREEAM lub LEED opisanej w rozdziale 2.4.5. *Moda i marka*.

²²¹ Np. segregację odpadów, jednak zanim polskie gminy rozpoczęły proces przekształcania systemu zagospodarowania śmieci zgodnie z wprowadzoną na początku 2012 roku nową ustawą o utrzymaniu czystości i porządku w gminach.



Wykres 56. Inicjatorzy, kierunki i pola działania wobec strategii wpływania na wybory mieszkaniowe konsumentów. Opr. własne.

Zaprezentowane w kolejnych rozdziałach strategie wspierania „zielonych” mieszkaniowych wyborów, zarówno odgórne, zgodne z polityką mieszkaniową i energetyczną, jak i rynkowe, związane z podażą odpowiednich produktów, zostały zdywersyfikowane względem poszczególnych grup konsumentów stanowiących ich grupę docelową. Ustalone one zostały według gradacji ich poziomu refleksyjności przy uwzględnieniu zamożności, obejmując również grupę wykluczoną z konsumpcji oraz dostępu do wiedzy i informacji. Wykres 57 przedstawia klasyfikację konsumentów usystematyzowanych pod względem poziomu refleksyjności oraz poziomu siły nabywczej, który umożliwia lub utrudnia te decyzje. Poszczególne kategorie stanowią grupy docelowe proponowanych działań wspierających zrównoważone wybory mieszkaniowe.



Ryc. 57. Kategorie konsumentów o różnych poziomach refleksyjności oraz siły nabywczej. Opr. własne.

Na wykresie umieszczono skierowane do poszczególnych grup konsumentów produkty mieszkaniowe i strategie działań mające na celu wspieranie dokonywania „zrównoważonych” wyborów mieszkaniowych.

Kategoria A to osoby o wysokim poziomie refleksyjności, które są gotowe na przedstawienie swojego stylu życia na bardziej „zielony” tor oraz inicjują te działania (podrozdział 3.2.1.). Przedstawione propozycje sugerują i klasyfikują kierunki możliwych aktywności oraz obejmują propozycje rozpropagowania tych koncepcji na szerszą skalę tak, aby wpłynęły one na grupy o niższym poziomie refleksyjności. Osoby te cechują się odwagą w dokonywaniu niekonwencjonalnych wyborów konsumenckich i życiowych, bez obaw przed ryzykiem braku akceptacji otoczenia. Są świadome konsekwencji swoich działań i poszukują nieruchomości dopasowanych do własnych potrzeb, często nietypowych, o nieodkrytym przez poszukujących bardziej standardowych rozwiązań potencjale. Do ich stylu życia i wzorców konsumenckich aspirują grupy mniej refleksyjne, naśladowcze, o niższym kapitale ekonomicznym i kulturowym. Konsumentów kategorii A cechuje gotowość do odrzucenia konsumpcyjnego stylu życia, a status opierają głównie na wartościach postmaterialistycznych i etycznych. To grupa wspomnianych powyżej „nowych mieszczan” (Kubicki, 2010) lub „nowych elit” (Szlendak, 2011).

Do konsumentów **kategorii B** skierowane są strategie przedstawione w podrozdziale 3.2.2. Obejmują różny poziom i zakres działań oraz cechują się największym potencjałem zmian. Skierowane są do grupy o średnim poziomie refleksyjności, czyli do osób podatnych na mody i wpływ otoczenia, bardziej ostrożnych w podejmowaniu niekonwencjonalnych decyzji. Ich poziom zamożności pozwala na samodzielnie zapewnienie miejsca zamieszkania, a wiedza na odróżnienie korzystnych i niekorzystnych działań, jednak poszukują racjonalnych powodów dla zmiany swoich nawyków i wyborów konsumenckich. Są gotowi na jej dokonanie, jednak tylko wtedy, gdy wiąże się to z konkretnymi korzyściami. Skierowane są do nich koncepcje związane z oszczędnością (energetyczną i finansową) oraz „zielonym” marketingiem. Konsumentów kategorii B są potencjalnymi nabywcami produktów o wyrazistym wizerunku marketingowym odnoszącym się do prestiżu i mody (np. osiedli ekologicznych). Poszukują swojej tożsamości i istnieje szansa, aby skierować ich ku bardziej zrównoważonym wyborom poprzez przedstawienie pozytywnych wzorców i udowodnienie, że ich powielanie może także wiązać się z prestiżem (Domański, 1999) (Griskevicius, Tybur, & Van den Bergh, 2010).

Strategie zaprezentowane w rozdziale 3.2.3. skierowane są do osób o niewielkim kapitale ekonomicznym i niskiej refleksyjności, należących do **kategorii C**. To grupa wykluczona z konsumpcji, pozbawiona dostępu do wiedzy i informacji, która w kwestiach mieszkaniowych najczęściej polega na pomocy państwa, w związku z czym rzadko może dokonywać niezależnych wyborów

mieszkaniowych. Oprócz działań w celu poprawy jakości życia i osiągnięcia przez nią samodzielności, kluczowe kwestie to edukacja oraz zapewnienie komunalnych i socjalnych zasobów mieszkaniowych (energooszczędnych i elastycznych w kontekście adaptowalności do potrzeb użytkowników i zmian klimatycznych). Istotne jest także zapewnienie dostępu do wiedzy eksperckiej oraz przekonanie, zwłaszcza osób o wyższym poziomie refleksyjności, a niewielkiej sile nabywczej, że pomimo niedoborów finansowych możliwe jest prowadzenie stylu życia zgodnego z zasadami zrównoważonego rozwoju. Uwagę zwraca nieliczna grupa o niskiej refleksyjności i wysokiej sile nabywczej. To rzadko spotykane połączenie, gdyż osiągnięcie zamożności najczęściej wymaga współdziałania pewnych cech charakterystycznych dla wysokiej refleksyjności - gotowości do podjęcia inicjatywy, umiejętności uzyskania dostępu do informacji. Cechy te mogą jednak być wykorzystywane do realizacji własnych pragnień, bez brania odpowiedzialności za swoje działania wobec dokonywanych wyborów i poszanowania drugiego człowieka oraz środowiska.

Założenie, że poziom refleksyjności i siła nabywcza są od siebie bezpośrednio uzależnione, jest zbytnim uproszczeniem pomimo powiązań pomiędzy dostępem do edukacji, kapitałem kulturowym i ekonomicznym oraz poziomem kwalifikacji wpływającym na dochody. Wykształcenie i pozycja zawodowa nie zawsze odpowiadają jednak poziomowi zamożności, zwłaszcza w Polsce i innych krajach postsocjalistycznych, gdzie nowe relacje społeczno-ekonomiczne wykształciły się dopiero po 1989 roku. Przedstawiciele niektórych profesji, wymagających specjalistycznych kwalifikacji i wykształcenia, posiadają niewielką siłę nabywczą pomimo wysokiego poziomu prestiżu²²². Paradoksalnie sytuacja ta jest bardzo obiecująca w kontekście aspiracji konsumpcyjnych wzorowanych na grupach sytuowanych wyżej w społecznej hierarchii. Wzorce konsumpcji mieszkaniowej osób o wysokim prestiżu osobistym i zawodowym mają szansę na powielenie wśród grupy o zbliżonej zamożności, ale niższej refleksyjności. Z drugiej strony nawet osoby, których poziom wykształcenia i kapitał kulturowy sugerowałaby wysoką refleksyjność, mogą kierować się w stronę konsumpcjonizmu na zasadzie rekompensowania wcześniejszych materialnych niedoborów²²³, podnoszenia statusu lub bezrefleksyjnego imitowania znanych z zamożniejszych krajów wzorców (Inglehart, 1990). Wykluczenie ekonomiczne i informacyjne oznacza wyłączenie z wolności konsumenckich wyborów, podczas gdy bardziej refleksyjna grupa, pomimo podobnie niskiej siły nabywczej, może to zrekompensować własną aktywnością i inicjatywą podejmowaną

²²² Patrz rozdział 2.4.4. *Status i prestiż*.

²²³ Inglehart opiera swoją koncepcję na dwóch hipotezach: niedostatku (priorytety odzwierciedlają środowisko społeczno-ekonomiczne jednostki, która najwyżej ceni rzeczy, na których niedobory cierpi) oraz socjalizacji (system wartości jednostki zakorzeniony jest w warunkach, które przeważały w jej młodzieńczych latach) (Inglehart, 1990, str. 56).

w celu współtworzenia własnych produktów. Granice pomiędzy kategoriami są bardzo płynne i w zależności od sytuacji, m.in. wpływu otoczenia czy statusu materialnego, konsumenci mogą przemieszczać się pomiędzy nimi. Niektóre produkty mieszkaniowe lub strategie wspierania zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju decyzji mogą być skierowane do więcej niż jednej grupy odbiorców.

Przedstawiona klasyfikacja została stworzona na podstawie analiz literaturowych w zakresie teorii społeczeństwa konsumpcyjnego oraz zrównoważonego rozwoju w celu określenia motywacji wyborów mieszkaniowych. Studia przypadków o różnej skali (od osiedla do miasta) zostały dokonane, aby potwierdzić skuteczność ustalonych kategorii i przyjętych strategii. Zaproponowana klasyfikacja udowadnia, że niedobory finansowe, uniemożliwiające „zrównoważone” wybory mieszkaniowe, stanowią problem przede wszystkim w przypadku konsumentów o niskim poziomie refleksyjności²²⁴. Poszukiwanie rozwiązań alternatywnych utrudnia w ich przypadku brak inicjatywy i wiedzy oraz silne utożsamianie się z klasą mieszkaniową i wizerunkiem, którego istotny aspekt stanowi symboliczne znaczenie własnego miejsca zamieszkania. Przedstawiona klasyfikacja wpisuje się w istniejące praktyki segmentacji rynku mieszkaniowego i w kontekście strategii wspierania rozwiązań zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju oraz spełnienia potrzeby schronienia dla wszystkich, również wykluczonych grup, może stać się narzędziem wykorzystywanym przez:

- **konsumentów** (indywidualnych albo wspólnot i spółdzielni) poszukujących alternatywnych rozwiązań mieszkaniowych;
- **rząd i samorzady** starające się ocenić zapotrzebowanie na określony typ mieszkalnictwa, potencjał planowanych inwestycji, ustalające subsydia i ulgi oraz dopasowujące regulacje do zmieniających się uwarunkowań;
- **organizacje pozarządowe, instytucje i fundacje** w celu identyfikacji strategii działań mających na celu przekonanie mieszkańców do bardziej refleksyjnych wyborów, zapewniania „zrównoważonych” zasobów mieszkaniowych (zwłaszcza dostępnych finansowo) i prowadzące akcje edukacyjne uświadamiające problematykę konsekwencji konsumpcyjnych decyzji;

²²⁴ Badania wskazują, że osoby o postawie postmaterialistycznym osiągają niższe przychody niż osoby nastawione materialistycznie, pomimo wyższego wykształcenia i pochodzenia z zamożniejszych rodzin (Inglehart, 1990, str. 56).

- **architektów** poszukujących optymalnych rozwiązań projektowych zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju i uwarunkowanych wymaganiami inwestora, potrzebami przyszłych użytkowników oraz budżetem;
- **przedsiębiorstwa deweloperskie** poszukujące nowych lub niszowych segmentów rynku mieszkaniowego oraz ustalające strategie marketingowe w celu dotarcia do odpowiednich adresatów.

Poniżej przedstawiono uszczegółowienie kategorii wraz z propozycjami zaadresowanych do nich „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych oraz działań mających na celu przekonanie do rezygnacji z konsumpcyjnych wyborów o negatywnych środowiskowych, ekonomicznych i społecznych konsekwencjach. Strategie obejmują zarówno działania edukacyjne i informacyjne, skierowane do indywidualnych użytkowników, jak i instytucjonalne, rynkowe i marketingowe. Podane propozycje są oparte na studiach przypadków – głównych, przedstawionych w rozdziale 4. oraz pobocznych, potraktowanych mniej szczegółowo, ale obrazujących adekwatność przyjętych założeń względem poszczególnych kategorii konsumentów. Nie stanowią wyczerpującego katalogu możliwych rozwiązań - byłoby to niemożliwe z uwagi na lokalne uwarunkowania – jednak wykazują, że zwłaszcza w przypadku działań o dużej skali (dzielnicy lub miejskiej) konieczne jest objęcie nimi wszystkich kategorii konsumentów, aby zapobiec wykluczeniu przyczyniającemu się do większej społecznej polaryzacji i segregacji.

3.2.1. Kategoria A – konsumenci o wysokim poziomie refleksyjności

Wysoki poziom refleksyjności w połączeniu z siłą nabywczą, pozwalającą na stosunkowo swobodne wybory mieszkaniowe, umożliwia konsumentom kategorii A na prowadzenie stylu życia i zamieszkania zgodnie z potrzebami i wyznawanymi wartościami. Ich decyzje nie opierają się na zewnętrznej pomocy i są najmniej uzależnione od panujących trendów. Jako prekursorzy rozwiązań alternatywnych inspirują swoimi działaniami innych konsumentów. Przetestowanie nowych lub niestandardowych koncepcji zamieszkania umożliwia im powtórzenie w szerszej skali wśród mniej refleksyjnych lub zamożnych osób.

Bez względu na poziom zamożności jednostki, wybory zgodne z założeniami zrównoważonego rozwoju wiążą się z niezgodnym z istotą konsumpcjonizmu samoograniczeniem. Koncepcja ta skierowana jest do osób, których poziom refleksyjności pozwala na krytyczny dystans i uwolnienie się od symbolicznego znaczenia konsumowanych przedmiotów jako potwierdzenia własnego statusu i wartości. W kontekście mieszkaniowym oznacza to wybór dopasowany do własnych prawdziwych potrzeb, zaspokojonych w możliwie minimalny sposób, podczas gdy ludyczna ciekawość ponowoczesnego społeczeństwa skłania do próbowania coraz to nowych rzeczy. *„Człowiek konsumpcyjny” jest ciągle opanowany przez strach, że coś go ominie. To już nie pożądanie, gust czy specyficzna preferencja [...], ale ogólna ciekawość napędzana przez nieokreślone poczucie niepokoju* (Baudrillard, 2005a str. 80). Ów niepokój, odczuwany zwłaszcza w związku z dużą presją otoczenia, na dłuższą metę jest odbierany przez wiele osób jako męczący. Czują się zagubione w „supermarkecie” cywilizacyjnym i oprócz odnalezienia własnego rytmu i głębszego sensu działania, zależy im także na zrzućeniu przybranej maski. Oznacza to wyzwolenie z porównywania się i udziału w konsumpcyjnym wyścigu. Istnieje jednak cienka i trudna do wyznaczenia granica pomiędzy prawdziwą potrzebą wyzwolenia od konsumpcjonizmu a przyjęciem postawy wskazującej na swoją wyższość wobec materialnych dóbr i wyścigu po atrakcyjną pozycję w społecznej hierarchii (Griskevicius, Tybur, & Van den Bergh, 2010). Samoograniczanie to także zrewidowanie własnych aspiracji i dostosowanie oczekiwań do możliwości: *Nowoczesną strategię walki z ambiwalencją można zastosować - mimo niewielkiego prawdopodobieństwa sukcesu – tylko wtedy, gdy potrzeby/pragnienia/marzenia nieustannie tak się planuje, by wciąż pozostawały w tle obiektywnych możliwości ich zaspokojenia* (Bauman, 2008 strony 87-88).

Koncepcje skromnego, pozbawionego materialistycznych aspiracji stylu życia są w Europie znane od dawna. W Stanach Zjednoczonych rozwinęły się w związku z gospodarczą stagnacją lat 70. i 80., a ich geneza wykraczała poza przyczyny ekonomiczne. Konserwatyzm i materializm lat 80. zatrzymał tę tendencję (Assael, 1987 str. 307). Działania związane z chęcią osobistego rozwoju, życia w naturalnym środowisku oraz zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, podejmowane są głównie przez osoby zainteresowane przeorganizowaniem swojego życia, przede wszystkim przez młodych mieszkańców miast (są to m.in. opisani powyżej „nowi mieszkańcy”). Zależy im na samodzielności i samowystarczalności – w skrajnym przypadku sprzeciwiają się kupowaniu wszystkiego, łącznie z usługami, które są w stanie sami sobie zapewnić (gotowanie, uprawa warzyw, wymiana oleju w samochodzie itd.). Ludzie wybierający taki tryb życia stanowią obecnie znaczny rynkowy segment, do którego kierowane są specyficzne produkty: proste, wydajne, ekologiczne i trwałe, a także możliwe do samodzielnego wyprodukowania lub złożenia²²⁵. Wyraźnie rysuje się zależność między ekologicznym życiem a zamieszkaniem w kontekście czynności związanych z funkcjonowaniem rodziny i społeczności. Angielski czasownik *live* posiada kilka znaczeń - podkreśla wagę domu jako centrum aktywności, o którym jednostka może sama decydować. Kwestie „pozadomowe”, czyli na przykład związane z pracą zawodową (poza własną działalnością, która może być wykonywana zgodnie z wyznawanymi zasadami), wykraczają poza zakres decyzji, jakie można samodzielnie podejmować i ponosić ich konsekwencje. Prostota życia wyraża się w trzech sferach – konsumpcji, komunikacji i pracy. Pierwsza, najistotniejsza, wymaga znalezienia równowagi pomiędzy nadmiarem a niedoborem i odróżnienia potrzeb od pragnień. [...] *potrzebujemy schronienia, aby przetrwać. Możemy pragnąć ogromnego domu z wieloma pokojami, których rzadko używamy* (Elgin, 1993, str. 147). Dom w angielskim powiedzeniu *My Home is My Castle* ma w tym kontekście dwa znaczenia – twierdzy, której mieszkaniec może robić, co mu się tylko podoba, ale także miejsca, w którym prawa i zasady ustalane są na podstawie własnych przekonań.

W amerykańskich ruchach wymierzonych w konsumpcjonizm można wyodrębnić trzy główne nurty odnoszące się do równowagi między życiem zawodowym a prywatnym oraz stylem życia. Miejsce i model zamieszkania, jako centrum życia wpływające na codzienne wybory, a także jako jeden z największych wydatków, stanowią kluczowe zagadnienie tych koncepcji. *Downshifters*

²²⁵ Konsumenci przejmują coraz większą liczbę czynności wykonywanych wcześniej przez sprzedawców i usługodawców. Oszczędzany jest w ten sposób czas i zasoby ludzkie, przynosząc dodatkowy zysk producentom. Szwedzka firma IKEA, podkreślając proekologiczność płaskich, tekturowych opakowań, pakuje w ten sposób meble. Z drugiej strony mniejsze, mieszczące się w samochodzie osobowym opakowania oraz niższa cena efektywniej składowanych produktów zachęcają klientów do większych zakupów.

(ang. „przeskakujący w dół”) to osoby zamożne, które rezygnują z pewnej formy konsumpcji, ale zachowują generalnie wysoki poziom życia np. poprzez zmniejszenie godzin pracy, co wiąże się z niższymi dochodami lub poprzez korzystanie z tańszych produktów. *Strong simplifiers* (ang. „intensywnie upraszczający”) to osoby porzucające odpowiedzialną, lecz stresującą i wymagającą poświęcenia dużej ilości czasu pracę. Rezygnują z wysokich dochodów, ale prowadzą spokojniejsze życie i koncentrują się na sprawach osobistych i rodzinnych (podjęte zobowiązania finansowe, przede wszystkim wysokie kredyty hipoteczne i konsumpcyjne, nie pozwalają im na zmniejszenie dochodów). *Holistic simplifiers* (ang. „upraszczający holistycznie”) podejmują bardziej radykalne działania prowadzące do zupełnej zmiany stylu życia, wiążące się z przeprowadzką do nowego miejsca zamieszkania i całkowitym przekształceniem wzorców konsumpcji (Ziemkowski, 2004). Inspirację stanowi rozwinięta na początku lat 80. XX wieku koncepcja *Voluntary Simplicity* (ang. „dobrowolnej prostoty”). Ruch rozpoczął się jeszcze zanim sformułowano pojęcie zrównoważonego rozwoju i został zainicjowany książką Duane’a Elgina i jego badaniami ankietowymi (Elgin, 1993). Nieusatysfakcjonowani konsumpcjonizmem ludzie poszukiwali wówczas wśród religii oraz filozofii Wschodu i Zachodu duchowości, spirytualizmu i sposobów na osiągnięcie równowagi i pełni życia, a skromna i prosta egzystencja wydawała im się bardziej refleksyjna, celowa i świadoma.

Elgin wyróżnia dwa poziomy świadomości: „zakorzenioną” (ang. *embedded*) oraz autorefleksyjną. Pierwszy związany jest z zaakceptowaniem narzuconych przez otoczenie masek w rezultacie czego przyjmowana bezkrytycznie społeczna fasada staje się wzmacniana i kultywowana jako bezdyskusyjnie właściwa. Poziom autorefleksyjny dotyczy głębokiej analizy własnych zachowań i wyciągania wniosków, aktywnych poszukiwań właściwych decyzji nawet wówczas, gdyby nie odpowiadały przyjętemu wizerunkowi. Przynoszą szerszy, bo nieskrępowany ograniczeniami własnego społecznego wizerunku wybór możliwości, ale wiążą się także z ryzykiem niezrozumienia i ostracyzmu, jeśli wybrany styl życia nie zgadza się z oczekiwaniami otoczenia. Prostota skromnego życia powierzchownie kojarzy się z ubóstwem, rezygnacją z rozwoju i zdobyczy cywilizacyjnych. Ludzie żyjący według zasad *voluntary simplicity* podkreślają, że są często uznawani za ubogich. Bierze się to z braku zrozumienia dla świadomej rezygnacji z konsumpcji na pokaz oraz ich klasyfikacji, na podstawie zewnętrznych oznak, do grupy osób wykluczonych, których model życia i użytkowane przedmioty wynikają z biedy lub braku alternatywy. Jednym ze sposobów uniknięcia tego ryzyka może być ostentacyjne eksponowanie własnych antymaterialistycznych wyborów („antykonsumpcja na pokaz”) w celu przekonania otoczenia o celowości rezygnacji z pewnych udogodnień

lub przyjemności. W odniesieniu do zamieszkania może to oznaczać ograniczenie powierzchni mieszkalnej, długoletnie korzystanie z tego samego wyposażenia, jednak przy wyraźnym wskazaniu, że są to działania celowe, wpisujące się w tendencje proekologiczne. W tym kontekście samoograniczanie nakłada się na strategię typu B skierowane do odbiorców o niższym poziomie refleksyjności, odnoszących swoje decyzje do aktualnych mód i tendencji.

Pewne elementy koncepcji Elgina obecne są także we współczesnych strategiach „odkonsumpcyjnienia” stylu życia. Zaproponowana przez Juliet Schor idea *Plenitude* (ang. „pełnia”) wskazuje jak funkcjonować w postmaterialistycznej rzeczywistości ograniczając negatywny wpływ własnych działań i wyborów na środowisko, ale bez zakładania włosiennicy i rezygnowania z podstawowych wygod. Schor udowadnia, że pozorne obniżenie standardu życia może podnieść jego całościową jakość. W jej interpretacji nowy materializm ma polegać na docenieniu prawdziwej wartości, jakości i użyteczności przedmiotów, które w społeczeństwie konsumpcyjnym mają drugorzędne znaczenie ustępując symbolicznej denotacji. Widzi przyszłość i szansę dla rozwoju gospodarki w sektorze „zielonym”, także projektowym, budowlanym i mieszkaniowym. Zwraca uwagę na konieczność skierowania się ku tańszemu stylowi życia, który będzie wiązał się z bardziej racjonalną produkcją, ale i krótszym czasem pracy i niższymi dochodami, w mniejszym stopniu przeznaczanymi na spełnianie konsumpcyjnych pragnień (Schor J. B., 2010). Obie, odległe o trzy dekady, wizje prostego, skromnego życia we współczesnym świecie mogą wydawać się zbyt romantyczne i infantylne. W kontekście mieszkaniowym refleksyjność oznacza przede wszystkim zrozumienie, jak jednostka funkcjonuje w swoim naturalnym otoczeniu i jak może zminimalizować swój negatywny na nie wpływ. Ma to być prostota estetyczna, a nie ascetyczna (Elgin, 1993, str. 150), polegająca na jak najlepszym wykorzystaniu miejsca, w którym się mieszka. Samoograniczanie wymaga zindywidualizowania – dopasowania do charakteru, potrzeb, wymaganego standardu życia. Ani Elgin, ani Schor nie zalecają skrajności, nie dają gotowych recept ani nie ograniczają wyborów. Liczą na refleksyjność i intuicję – *Każdy sam wie najlepiej, w jakiej sferze jego życie jest najbardziej skomplikowane* (Elgin, 1993, str. 24). Zwracają uwagę na upolitycznienie konsumpcji i „głosowanie portfelem” m.in. poprzez bojkotowanie towarów pochodzących od nieetycznych producentów lub sprzedawców (Klein, 2004). W kontekście mieszkaniowym jest to szczególnie trudne. Nieruchomość wymyka się możliwości swobodnego wyboru z uwagi na koszt oraz skomplikowany proces inwestycyjny. Rezygnacja z oferty deweloperskiej ogranicza znacznie możliwe wybory mieszkaniowe pozostawiając ofertę rynku wtórnego lub prosumpcję (produkcja i konsumpcja, czyli przyjęcie roli producenta i konsumenta

własnego wyrobu jednocześnie) - samodzielne zainicjowanie i przeprowadzenie procesu inwestycyjnego.

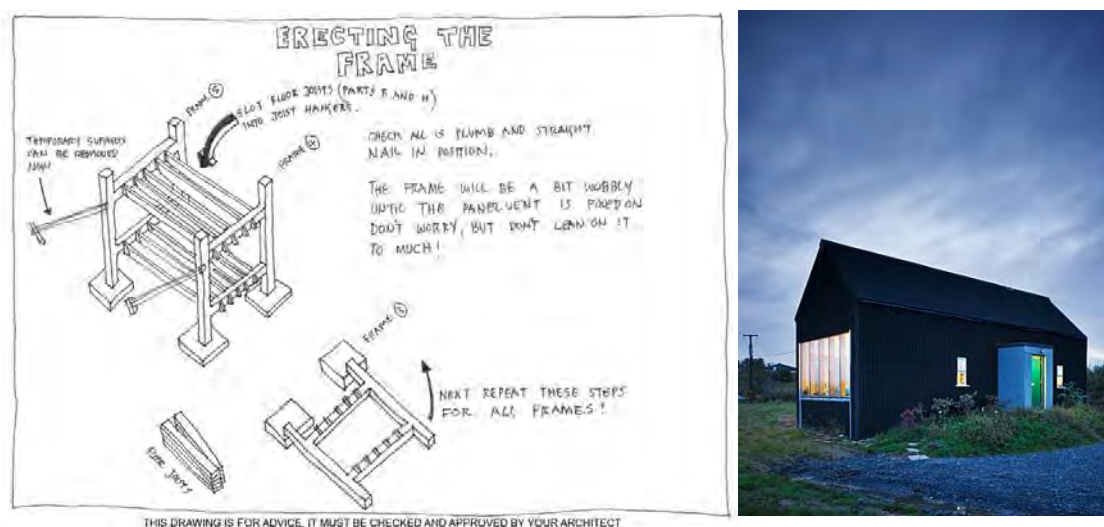
W okresie opisywanym przez Tofflera jako „Pierwsza Fala”, czyli do ok. 1650-1750 roku, prosumpcja funkcjonowała w odniesieniu do większości przedmiotów codziennego użytku, gdyż ludzie wytwarzali wówczas samodzielnie dobra na własne potrzeby. „Druga Fala” do ok. 1955 roku, kiedy liczba „białych kołnierzyków” po raz pierwszy przekroczyła w USA liczbę „niebieskich”, wprowadziła wyraźny podział na producentów i konsumentów (Davis, 1996, str. 119). Z kolei współczesna cywilizacja („Trzeciej Fali”) rozprawia się z dotychczasowym rozłamem pomiędzy produkcją a konsumpcją sprzyjając odrodzeniu prosumpcji (Toffler, 1980 strony 28, 277). Granice zacierają się, podobnie jak pomiędzy zabawą a pracą, a oprócz prosumpcji powstały pojęcia takie jak autokonsumpcja (w zakresie *...wytwarzania na własny użytek wielu usług i wyrobów o wysokim stopniu przetworzenia i złożoności, szczególnie w dziedzinie rozrywki*) (Jung, 2005, strony 10-11). Spopularyzowanie trendu „zrób to sam”, którego głównym czynnikiem rozwojowym było oszczędzanie poprzez własnoręczne wykonywanie przedmiotów, to pierwsze zjawisko prowadzące do coraz powszechniejszego przejmowania części obowiązków producentów przez konsumentów (Davis, 1996 str. 69). Obecnie samodzielna produkcja lub wykonywanie czynności zarezerwowanych dla specjalistów odnosi się do szerokiego zakresu dziedzin – od medycyny po budownictwo, a internet jako źródło i medium wymiany informacji oraz systemy *open source*²²⁶ umożliwiają uzyskanie dowolnych instruktaży. Coraz bardziej dostępne i proste w użytkowaniu sterowane komputerowo narzędzia pozwalają na szybkie i tanie wytwarzanie nawet bardzo precyzyjnych przedmiotów (np. technologie CNC²²⁷ używane w tzw. *fab labs*²²⁸). Samodzielna realizacja swojego miejsca zamieszkania oznacza poprowadzenie całości lub fragmentu procesu inwestycyjnego. *Zbudowanie własnego domu i zamieszkiwanie miejsca, które samemu się stworzyło, uważane jest często za szczyt luksusu* (Rybczyński, 2003 str. 192). Sudjic wskazuje na pewien rodzaj przyjemności, którą daje zaangażowanie w proces budowlany, proces przekształcania idei w fizyczną rzeczywistość. Nie da się jej powtórzyć w codziennym użytkowaniu gotowego budynku, jednak zjawisko to tłumaczy, dlaczego tak wiele osób budując raz, połyka bakcyła i chce powtarzać to doświadczenie.

²²⁶ Wywodząca się z produkcji oprogramowania koncepcja i metodologia polegająca na darmowej redystrybucji i dostępie do detali produktu oraz udziale użytkowników w jego tworzeniu lub udoskonalaniu.

²²⁷ Computer Numerical Control (komputerowe sterowanie urządzeń numerycznych) - system komputerowego sterowania urządzeniami do obróbki materiałów.

²²⁸ Warsztat umożliwiający stworzenie przedmiotów (pojedynczych sztuk lub krótkich serii), które z reguły produkowane są masowo, przy użyciu sterowanych komputerowo urządzeń. Warsztaty działają na całym świecie na różnych zasadach, najczęściej są dostępne dla wszystkich zainteresowanych osób lub współpracują z ośrodkami edukacyjnymi lub prywatnymi przedsiębiorstwami. Program został zainicjowany na Massachusetts Institute of Technology (www.cba.mit.edu).

Być może chodzi o wyrażenie własnej woli i władzy – *Zaprojektowanie budynku bądź zlecenie jego zaprojektowania, to sugestia, że oto jest świat taki, jakiego chcę* (Sudjic, 2005 str. 220). Najbardziej rozpowszechnionym przykładem takiego działania, zwłaszcza w Polsce, jest budowa wolno stojącego domu jednorodzinnego według projektu typowego²²⁹. Duży potencjał – gotowość do działania i umiejętności potrzebne do przeprowadzenia inwestycji – pożytkowany jest jednak często na realizację powtarzalnych, energochłonnych jednostek na podmiejskich terenach, które przyczyniają się do nadmiernej suburbanizacji i rozrutnego zagospodarowania gruntu. Rozwiązania energooszczędne, nawet jeśli oszczędne w długiej perspektywie czasowej, wymagają sporych inwestycji na początku, na które poszukujący taniego domu na przedmieściach konsument nie zawsze może sobie pozwolić. Ten rodzaj prosumpcji to wyłącznie przejęcie procesu produkcji, ale bez dopasowania samego projektu i sposobu prowadzenia inwestycji do własnych potrzeb i możliwości. Domy te równie dobrze mógłby budować deweloper, a jedyna korzyść dla użytkownika to niższa, bo wyłączająca marżę producenta, cena. Świadomość konsekwencji ekonomicznych i ekologicznych realizacji własnego domu mogłaby przynieść alternatywne, mniej typowe rozwiązania.



Ryc. 58. Po lewej: instrukcje budowy domu Dominika Stevensa, źródło: www.irishvernacular.com. Po prawej: dom własny Dominika Stevensa. Źródło: www.inspirationalhomes.ie

²²⁹ W krajach zachodnich domy realizowane samodzielnie, sposobem gospodarczym, stanowią niewielki odsetek (ok. 10%, dane Build It Magazine).

Przykładem niekonwencjonalnego podejścia do samodzielnej realizacji własnego miejsca zamieszkania jest dom własny irlandzkiego architekta Dominika Stevensa – antykonsumpcyjny manifest. Pragnienie posiadania własnego domu stało się siłą napędową ekonomicznego wzrostu w Irlandii i zdeterminowało jednocześnie życie wielu rodzin. Wysoki kredyt hipoteczny wymaga długich godzin pracy obojga partnerów i nie pozwala na równowagę między karierą a sprawami osobistymi oraz narzuca społecznie przyjęty konsumpcyjny styl życia klasy średniej. Dom Stevensa był realizowany na wzór domów Waltera Segala²³⁰ - budowany samodzielnie, stopniowo oraz adaptowany na bieżąco do potrzeb użytkowników. Proces projektowania i realizacji odbył się podczas zaledwie pięćdziesięciu dni wolnych od pracy w przeciągu dwóch lat (ryc. 58). Ważnym elementem procesu było zaangażowanie w prace budowlane lokalnej społeczności i znajomych - sąsiadów i studentów architektury. Podczas budowy cała rodzina mieszkała w namiocie na działce. Dom zbudowany jest z biodegradowalnych materiałów i nie był projektowany z myślą o długim cyklu życiowym (Gardiner, 2006). Jego koszt wyniósł 25 tysięcy euro przy średniej cenie irlandzkich domów osiągających w tym czasie ok. 300 tysięcy²³¹. Duże okna na południe i czarna okładzina pochłaniająca energię słoneczną zmniejszają zapotrzebowanie na ogrzewanie. Stevens widzi w ruralistycznej Irlandii szansę na poradzenie sobie z kryzysem energetycznym dzięki lokalnej produkcji żywności i ograniczaniu zapotrzebowania energetycznego (Stevens, 2007). Wernakularna tradycja budowania, korzystanie z lokalnych zasobów materiałowych i ludzkich (wiedzy, doświadczenia i czasu członków lokalnej społeczności), mogłoby stać się alternatywą dla zakupu gotowego domu lub nawet, z uwagi na niższy koszt, drogą do zapewnienia własnej nieruchomości dla mniej zamożnych rodzin. W celu popularyzacji tego modelu Stevens stworzył eksperymentalny internetowy blog²³² z instrukcjami budowania własnego domu zachęcając odbiorców do dzielenia się własnymi doświadczeniami (zgodnie z zasadami *open source*²³³). Prowadzi także, wraz z innymi ekspertami-wolontariuszami, warsztaty budowy trzech domów szeregowych w Cloughjordan²³⁴ (ryc. 58 i 59).

²³⁰ Brytyjski architekt, który w latach 60. stworzył i rozpowszechnił metodę samodzielnej budowy domu sposobem gospodarczym w szkielecie drewnianym (Segal Self-Build Trust, www.segalselfbuild.co.uk).

²³¹ "Architects Inhabit", seminarium zorganizowane przez Architectural Association of Ireland, Trinity College Dublin 11 marca 2010.

²³² www.irishvernacular.com

²³³ Podobną działalnością zajmuje się serwis Open Architecture Network zachęcający architektów, lokalnych aktywistów i użytkowników do umieszczania przykładów ich projektów i pomysłów w Internecie w celu wymiany doświadczeń (www.openarchitecturenetwork.org).

²³⁴ Projektami tanich domów zajmowało się także amerykańskie Rural Studio założone jako satelitarna jednostka Auburn University w celu edukacji „obywatelskich architektów” (nacisk na społeczną odpowiedzialność i etykę zawodową). „\$20K House” i jego zmodyfikowane wersje to projekty tanich domów dla mieszkańców zachodniej Alabamy, często starszych lub niepełnosprawnych, których zdolność kredytowa nie przekracza 20 tysięcy dolarów, w związku

W irlandzkich miastach indywidualni inwestorzy chętnie dokonują rozbudów domów jednorodzinnych, jednak stosunkowo rzadko decydują się na ich realizację od zera. Większość nowych nieruchomości budowana jest przez firmy deweloperskie, a inwestycje indywidualne, oprócz terenów wiejskich, to przede wszystkim luksusowe posiadłości lub domy własne projektantów. Puste działki w obrębie śródmieścia Dublina, który boryka się z problemem rozległej suburbanizacji, stanowią duży potencjał do zwiększenia intensywności użytkowania terenów o łatwym dostępie do transportu publicznego. W 2009 roku Urząd Miejski w Dublinie rozpoczął pilotażowy program „Dublin House” w celu zidentyfikowania problemów stojących przed potencjalnymi indywidualnymi inwestorami lub kooperatywami budowlanymi zainteresowanymi takimi działkami. Jednym z głównych ograniczeń okazały się trudności przy uzyskiwaniu kredytów na spółdzielcze inwestycje oraz przepisy budowlane wymagające zapewnienia przynajmniej jednego miejsca postojowego na jednostkę mieszkaniową. Wymóg ten w przypadku niedużych działek może być spełniony jedynie poprzez zajęcie całego przyziemia budynku przez parking, co nie zawsze jest możliwe biorąc pod uwagę lokalne uwarunkowania planistyczne lub zbudowanie parkingu podziemnego, co podnosi znacznie koszt inwestycji. Potencjalnych inwestorów indywidualnych zniechęca także długi przebieg całego procesu (około 5-6 lat). Kupno domu lub mieszkania od firmy deweloperskiej oznacza możliwość wprowadzenia się wkrótce po podpisaniu umowy i natychmiastowe rozpoczęcie spłacania rat kredytu. W przypadku własnej inwestycji kredyt musi zostać zaciągnięty stosunkowo wcześniej przez zakończeniem prac budowlanych i niesie konieczność jednoczesnego spłacania rat oraz ponoszenia kosztów innego miejsca zamieszkania²³⁵. We wspierającej podobne inicjatywy Wielkiej Brytanii problemy z finansowaniem inwestycji rozwiązywane są między innymi dzięki organizacjom takim jak Ecology Building Society²³⁶, udzielającym pożyczek na realizację energooszczędnych lub ekologicznych inwestycji mieszkaniowych (także adaptacji lub modernizacji). Wymagany jest jednak spory wkład własny (20-30%), a w jego zebraniu pomagają inne organizacje jak np. Radical Routes, sieć spółdzielni wspierających działalność przyczyniającą się do pozytywnych społecznych zmian²³⁷.

Innym finansowym problemem, na który natrafiają pragnące zamieszkać w miejskiej lokalizacji osoby zainteresowane prosumpcją, to wysoka cena gruntu. Także koszt zastosowania

z czym mieszkają w substandardowych warunkach (m.in. w przyczepach kempingowych). Dane: wystawa „Small Scale, Big Change: New Architectures of Social Engagement” 2010-2011 w Museum of Modern Art w Nowym Jorku (curator A.Lepik).

²³⁵ Dane z seminarium „Dublin House” zorganizowanego podczas „Dublin Innovation Week” 15 listopada 2010 roku w Urzędzie Miejskim w Dublinie.

²³⁶ www.ecology.co.uk

²³⁷ www.radicalroutes.org.uk

pewnych rozwiązań energooszczędnych może być nieosiągalny dla inwestora indywidualnego. Dodatkowo część z nich osiąga optymalną wydajność, jeśli zastosuje się je w większej skali niż pojedynczy dom (m.in. systemy centralnego ogrzewania, recyklicacji, oczyszczania wody, urządzenia solarne lub wiatrowe). Sposobem na ominięcie tych problemów jest kolektywna presumpcja, czyli wspólna z przyszłymi użytkownikami realizacja zespołu jednostek mieszkalnych, najczęściej budynku wielorodzinnego. Legislacja poszczególnych krajów pozwala na różne sposoby organizowania tego procesu, jednak najpopularniejsze są dwie formy. Jedną to realizacja inwestycji przez spółdzielnię pozostającą właścicielem nieruchomości wynajmowanej członkom (forma popularna w Polsce już przed II wojną światową (Syrkus, 1976)). Drugi model to samodzielne przeprowadzenie inwestycji przez grupę osób, które stają się właścicielami lokali. Ten pierwszy przypomina bardziej inwestycje deweloperskie pod wynajem albo TBS. Ciekawszy, zwłaszcza w kontekście prosumpcji, wydaje się drugi model pozwalający na zapewnienie własnościowego, zindywidualizowanego mieszkania, we współpracy z przyszłymi sąsiadami, przy kosztach inwestycji niższych niż porównywalna oferta deweloperska. Mogą to być np. grupy budowlane lub mikroszpółdzielnie mieszkaniowe. Przykładem takich działań jest opisana w rozdziale 4.2. *Skala dzielnic – prosumpcja w Tübingen-Südstadt* Tybinga – osiedle mieszkaniowe, w którym realizację obiektów na poszczególnych działkach powierzono grupom przyszłych użytkowników. Kolektywne inwestowanie stało się bardzo popularne w Niemczech i jest wspierane jako element polityki mieszkaniowej, to alternatywa dla niedostępnych dla wszystkich realizacji komercyjnych. Samorządy propagują tę formę inwestowania jako szansę na zagospodarowanie pustych działek i powiększenie zasobów mieszkaniowych o wysokiej jakości, różnorodności i poziomie innowacyjności. Koncepcja wpisuje się także w tendencję powrotu do miasta z przedmieść. W Berlinie 15% miejskich gruntów pod zabudowę mieszkaniową przeznaczono na ten rodzaj zainwestowania²³⁸. Potencjalni uczestnicy procesu mogą przyłączyć się do już istniejących lub zainicjować własną wspólnotę budowlaną lub spółdzielnię dzięki internetowemu serwisowi przedstawiającemu dostępne działki i charakter planowanych inwestycji²³⁹. Głównymi zainteresowanymi grupami są młode rodziny z dziećmi, osoby poszukujące mieszkania na zasadach *co-housingu* oraz ci, dla których proekologiczny styl życia ma istotne znaczenie. Przeprowadzanie tego typu inwestycji, od wstępnych koncepcji i określenia warunków współpracy z partnerami, wprowadziły do swojej oferty lokalne pracownie architektoniczne. Możliwość najkorzystniejszego doboru odpowiedniej w różnych fazach inwestycji

²³⁸ Dane Wydziału Planowania Urzędu Miasta (www.stadtenwicklung.berlin.de)

²³⁹ www.wohnportal-berlin.info Wyszukiwania można dokonać m.in. określając lokalizację, koszt lub nawet planowane zapotrzebowanie energetyczne inwestycji.

formy prawnej współpracy pozwala na przekształcenie grupy partnerów w spółkę, spółdzielnię lub wspólnotę mieszkaniową.

W Polsce i innych krajach postsocjalistycznych, gdzie przed wojną istniały tradycje spółdzielczości, w ramach centralizacji dawne spółdzielnie przekształcono w państwowe przedsiębiorstwa o dużej skali²⁴⁰. Straciły wówczas swój oddolny charakter i lokalną skalę - nastąpiła bezprecedensowa masowa produkcja powtarzalnych jednostek. Do dziś spółdzielnie odgrywają ważną rolę pomimo uwłaszczenia dużej części lokali. Ten model inwestycji może jednak zmienić charakter stawiając na oddolne działania przy wykorzystaniu korzyści płynących z dzielenia kosztów i organizacji inwestycji, a także bardziej racjonalnego zagospodarowania ograniczonych zasobów i przestrzeni wspólnych. Potencjał ten odkrywają na nowo architekci Maciej Czeredys i Piotr Topiński²⁴¹. Zauważają brak państwowego wsparcia dla oddolnych inicjatyw. Przywołując modele niemieckie i austriackie, w tym państwowe dotacje dla osób o niskich dochodach decydujących się na formę zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych, wskazują na możliwość realizacji spółdzielczej nieruchomości wspólnie z partnerami, przy pominięciu deweloperskiej marży. 20 czerwca 2011 roku Ministerstwo Infrastruktury przedstawiło projekt ustawy o społecznych grupach mieszkaniowych, jednak nawet obecnie istnieje narzędzie prawne umożliwiające takie rozwiązanie - spółdzielczość reguluje „Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o spółdzielniach mieszkaniowych”²⁴². Do założenia spółdzielni potrzebnych jest przynajmniej dziesięć osób oraz statut i rejestracja w Krajowym Rejestrze Sądowym. Eksperymentalną symulację takiego procesu wykonali architekt Dariusz Hyc oraz psycholog Anna Wieczorek. W Muzeum Sztuki Nowoczesnej poprowadzili w 2011 roku warsztaty „Zakładamy Spółdzielnię!”²⁴³. Warsztat okazał się sukcesem i udowodnił możliwość powodzenia podobnych inicjatyw, jednak było to tylko ćwiczenie, bez ryzykownego inwestowania funduszy uczestników²⁴⁴. Prototypy podobnych działań miały miejsce w przypadku samodzielnego kończenia realizacji inwestycji przez nabywców lokali od przedsiębiorstwa deweloperskiego, które ogłosiło upadłość lub straciło płynność finansową. Np. inwestycja PIB War Inwest na warszawskim Targówku, gdzie planowano założenie spółdzielni, jednak ostatecznie inwestycję dokończył syndyk²⁴⁵ lub na osiedlu Zielona Dolina Gdańsku, gdzie po ogłoszeniu upadłości dewelopera mieszkańcy próbują

²⁴⁰ www.ica.coop

²⁴¹ Rozmowa z architektami opublikowana w internetowej „Krytyce Politycznej” 29 września 2011 roku („Urealnić rynek mieszkań”, www.krytykapolityczna.pl). Problematykę spółdzielczości budowlanej podejmuje także pierwszy numer dwumiesięcznika „Miasta” 1/2012 (red. J.Erbel i M. Żakowska).

²⁴² Nowelizacja z 14 czerwca 2007.

²⁴³ Nagranie ze strony www.artmuseum.pl, pobrano 30 stycznia 2012.

²⁴⁴ Koncepcja mikrospółdzielczości wymaga wkładu własnego oraz zdolności kredytowej.

²⁴⁵ P. Jasica, *Dokończyli budowę z syndykiem i nowym deweloperem*, Rzeczpospolita 19.03.07 Nr 066, wyd. internetowe.

dokończyć inwestycję poprzez przekształcenie upadłości likwidacyjnej w upadłość układowo-naprawczą²⁴⁶.

Permakultura, holistyczna koncepcja, która kładzie nacisk na samowystarczalność osad wzorowanych na stabilnych i różnorodnych naturalnych ekosystemach, wymaga ze strony użytkownika działań i kompromisów związanych ze stylem życia. Polega na egzystencji w zgodzie z naturą oraz minimalizowaniu negatywnego wpływu na środowisko (Holmgren, 2009). Produkcja rolna na poziomie zapewniającym samowystarczalność wymaga jednak odpowiednio dużej powierzchni upraw. Lokalizacja na terenach wiejskich lub rolniczych koliduje z ograniczaniem potrzeb transportowych, jeśli mieszkańcy pracują lub uczą się w mieście. Rozwiązanie może stanowić praca w domu, ułatwiona dzięki nowym technologiom telekomunikacyjnym lub prowadzenie lokalnego biznesu. Permakultura to jedna z koncepcji coraz liczniejszych alternatywnych sposobów życia. Należą do nich także wspólnotowe ekowioski czy *co-housing*, koncepcje zamieszkania rozwijane od lat 60., których w samej Europie działa obecnie kilkaset, w tym cztery zarejestrowane w Polsce²⁴⁷. Posiadają wiele odmian i mogą funkcjonować między innymi na zasadzie spółdzielni lub współpracy przy prowadzeniu gospodarstwa. Internet ułatwia znalezienie partnerów na podstawie lokalizacji i preferowanego profilu współpracy²⁴⁸. Osoby pragnące żyć według zasad permakultury często decydują się na realizację siedlisk na działkach rolnych, niekiedy również na samodzielną budowę własnego domu, w prostych technologiach, wykorzystując naturalne materiały, np. glinę, ubijaną ziemię czy słomę. Tworzone przez nich zasoby mieszkaniowe cechują się niskim poziomem energii wbudowanej dzięki użyciu naturalnych, lokalnie pozyskiwanych materiałów. Domy lub ich komponenty mogą być wykonane samodzielnie (nie wymagają specjalistycznych kwalifikacji), co pozwala znacząco ograniczyć koszty budowy. Pewne elementy koncepcji permakultury, zwłaszcza dotyczące produkcji żywności w miastach, przy założeniu, że nawet intensywnie zurbanizowane środowisko może być samowystarczalne, zostały rozpropagowane jako tzw. *urban farming* (ang. „miejskie rolnictwo”), funkcjonujące na pograniczu

²⁴⁶ J. Kiwnik, *Mieszkańcy przejęli swojego dewelopera*, Gazeta Wyborcza Trójmiasto, 2 listopada 2010, wyd. internetowe.

²⁴⁷ Wioski są zrzeszone w GEN – Global Ecovillage Network (www.gen.ecovillage.org).

²⁴⁸ Przykładowe ogłoszenie z brytyjskiej strony www.cohousing.org.uk z 10 listopada 2009 roku: *Ja i mój mąż mamy ponad 50 lat i mieszkamy w pięcioakrowym gospodarstwie z ogromną szklarnią (ponad 2 akry!) niedaleko Selby w Yorkshire. Uprawiamy truskawki i pomidory, które sprzedajemy lokalnym sklepom, 'skrzynek od rolnika' [forma sprzedaży lokalnie uprawianych warzyw z dostawą do domu lub zbiorczego punktu odbioru] i na targach. Mój mąż zajmuje się gospodarstwem w pełnym wymiarze godzin, podczas gdy ja wykonuję pracę etatową i pomagam wieczorami i w weekendy. Mimo to mamy po prostu zbyt dużo pracy na nas oboje, więc szukamy podobnych do nas osób - pasjonatów pysznego jedzenia, którzy dbają o środowisko i pragnęliby zamieszkać na wsi.*

mody na ekologiczny styl życia, oddolnych programów regeneracji miast i działań w kierunku energooszczędności.

Irlandzkim przykładem ekologicznej wioski opartej na zasadach permakultury jest otwarta w 2009 roku Cloughjordan w hrabstwie Tipperary (ryc. 59). Została ona zainicjowana przez grupę osób związanych z działaniami na rzecz zrównoważonego rozwoju - aktywistów ekologicznych, konsultantów i wykładowców. Aby zredukować transport indywidualny, inwestycję zlokalizowano w pobliżu stacji kolejowej oraz wyposażonej w podstawowe usługi i infrastrukturę istniejącej wsi. Współpraca z jej mieszkańcami (ekowioska przylega do jej głównej ulicy) umożliwiła integrację „starych” i „nowych” mieszkańców oraz szybki, bo pozbawiony częstych w Irlandii protestów sąsiedzkich, proces planistyczny, obejmujący pierwszych czterdzieści domów. Na prawie 30 hektarach terenu ma docelowo powstać ok. 130 jednostek mieszkaniowych, w tym wolno stojące domy, bliźniaki i niewielkie budynki wielorodzinne. Mały zespół domów szeregowych będzie realizowany jako prowadzony przez Dominika Stevensa warsztat samodzielnej budowy (patrz ryc. 59). Nowi mieszkańcy poprzez zakup działki w wiosce automatycznie stają się członkami spółki *Sustainable Projects Ireland Ltd.* i otrzymują prawo uczestniczenia w podejmowaniu wszystkich decyzji dotyczących osady²⁴⁹. Domy są budowane przy użyciu „zielonych” technologii, zarówno *low tech*, np. bloczków z ubitej ziemi jak i *high tech*, m.in. ogniw fotowoltaicznych. Do ogrzewania pomieszczeń i wody wykorzystywana jest energia słoneczna (domy pasywne) oraz centralna spalarnia biomasy. Odpływ wody deszczowej odbywa się przy pomocy SUDS²⁵⁰. Obecnie ponad 50 rodzin współuczestniczy także w prowadzeniu 16-hektarowych organicznych upraw, opłacając pracę lokalnych rolników. Grant Unii Europejskiej pozwolił na zbudowanie „solarnego parku”, czyli 500m² ogniw fotowoltaicznych, centrum „zielonej” przedsiębiorczości oraz ekologicznego hotelu. Osada pełni ważną rolę edukacyjną, zwłaszcza w dobie blogów i serwisów internetowych, które pozwalają na dzielenie się doświadczeniami z innymi oraz udowodnienie, że mieszkanie w ekowiosce nie oznacza rezygnacji ze współczesnych udogodnień ani kompromisów w stylu życia. Wioska przyciąga głównie trzy grupy mieszkańców: młode rodziny z dziećmi, starsze osoby poszukujące spokojnego miejsca zamieszkania w zintegrowanej, niewielkiej społeczności oraz profesjonalistów związanych ze zrównoważonym rozwojem. Pomimo silnego poczucia wspólnoty, mieszkańcy zachowują dużą niezależność. Nacisk kładziony jest na jakość życia

²⁴⁹ Informacje z www.thevillage.ie oraz dane Cultivate, dublińskiej organizacji pozarządowej zajmującej się edukacją w zakresie zrównoważonego rozwoju i „zielonego” budownictwa.

²⁵⁰ SUDS (Sustainable Urban Drainage System) – zastępujące tradycyjną kanalizację deszczową zrównoważone systemy drenażu zagospodarowujące wodę w miejscu powstawania opadu, głównie poprzez infiltrację do gruntu lub retencję.

i zdrowe, przyjazne środowisko zamieszkania. Raz lub dwa razy w miesiącu organizowane są „drzwi otwarte” i spotkania dla osób zainteresowanych inwestycją, prowadzone jest także biuro zajmujące się informacją i koordynacją kolejnych realizacji na terenie wioski. Osiedle rozwija się pomimo recesji i załamania na rynku budownictwa mieszkaniowego, wbrew prognozom specjalistów rynku nieruchomości (McGreevy, 2011). Powodzenie tego prototypowego modelu może zachęcić potencjalnych zainteresowanych do jego powtórzenia w innych lokalizacjach. Do pełnego sukcesu brakuje tylko spójności projektów architektonicznych, jest to jednak element, który podlega regulacjom poprzez narzucenie ustaleń planistycznych. Jako produkt mieszkaniowy osiedla tego typu mogą być skierowane nie tylko do konsumentów kategorii A o wysokim poziomie refleksyjności, ale także do grupy B, poszukującej miejsca zamieszkania zarówno atrakcyjnego, jak i zgodnego z „zielonego” trendami.



Ryc. 59. Cloughjordan, ekologiczna wioska w hrabstwie Tipperary w Irlandii.

Po lewej: widok na wioskę. Źródło: www.thevillage.ie.

Po prawej: warsztaty budowy tanich domów prowadzone przez D. Stevensa w kwietniu 2012 r. Fot. L. Krzycka.

Przedstawione koncepcje uzależnione są głównie od postaw konsumentów i ich gotowości do podjęcia inicjatywy, aktywnego przeprowadzenia zaproponowanych działań lub rezygnacji z konsumpcyjnych pragnień. Badania wskazują, że ludzie chętniej wykonują pewne czynności, jeśli się z nimi identyfikują i czerpią z nich przyjemność, co w przypadku działań związanych z redukowaniem zagrożeń środowiskowych odnosi się głównie do osób o postawie postmaterialistycznej (Kasser, 2002, strony 82-93). Rozwiązania te nie muszą być ograniczone wyłącznie do tej grupy i mogą być naśladowane przez mniej refleksyjne osoby. Dla rozpowszechniania przedstawionych koncepcji konieczne są jednak wynikające z polityki mieszkaniowej i systemu bankowego udogodnienia legislacyjne i finansowe, m.in. regulujące zakładanie mikroszpółdzielni i udzielanie im kredytów hipotecznych oraz ulgi lub dotacje na stosowanie energooszczędnych technologii. Ułatwienia w zakresie zagospodarowywania nieużytków lub adaptacji obiektów o innych funkcjach na cele mieszkaniowe pozwoliłyby także

na efektywniejszą eksploatację istniejących zasobów. Funkcjonujące w wielu europejskich krajach przykłady wspierania takich działań, jak przytoczone powyżej regulacje odnośnie spółdzielczości mieszkaniowej w Berlinie, mogą stać się wzorem dla wprowadzenia podobnych koncepcji w Polsce. Wysoki odsetek domów jednorodzinnych budowanych obecnie przez inwestorów indywidualnych, często sposobem gospodarczym, stanowi obiecujący potencjał dla podobnych działań w skali budynków wielorodzinnych (kamienic lub willi miejskich), które mogłyby być realizowane przez wspólnoty budowlane.

KONSUMENTY KATEGORII A

- Wysoka refleksyjność – wiele możliwości zapewnienia miejsca zamieszkania zgodnego z założeniami zrównoważonego rozwoju
- Możliwość zrekompensowania niedoborów kapitałowych wkładem pracy własnej
- Dobrowolna prostota – świadoma rezygnacja z konsumpcyjnych pragnień, oparta na spełnianiu prawdziwych potrzeb
- Prosumpcja – koncepcja samodzielnej realizacji własnego miejsca zamieszkania
- Permakultura jako sposób życia
- Wioski i budynki „zielone” jako niszowy produkt mieszkaniowy

3.2.2. Kategoria B - konsumenci o średnim poziomie refleksyjności

Konsumenci kategorii B charakteryzują się przeciętnym poziomem refleksyjności i zamożności. Są niezdecydowani lub niegotowi na głębokie przekształcenie swojego stylu życia. Alternatywa dla bezrefleksyjnego konsumpcjonizmu może być dla tej grupy atrakcyjna przede wszystkim wówczas, gdy wiąże się z oszczędnościami lub podniesieniem statusu pod względem ekonomicznym lub wizerunkowym. Głównym celem działań, zaadresowanych do tej grupy odbiorców, jest zapewnienie im takich rozwiązań mieszkaniowych, które pozwolą na bardziej „zielony” styl życia i zamieszkania, jednak bez obniżenia komfortu i rezygnacji z dotychczasowych przyzwyczajzeń. Zapewnienie edukacji i informacji nie wystarczy dla zmiany ich postaw na antykonsumpcyjne lub postmaterialistyczne i musi być wspierane np. zachętami ekonomicznymi lub narzucane poprzez wprowadzanie ogólnych wymagań regulujących parametry zabudowy mieszkaniowej.

Należący do opisywanej grupy konsumenci rzadko inicjują działania wspierające zrównoważony rozwój, ale mogą to uczynić przy zewnętrznym wsparciu finansowym, informacyjnym i legislacyjnym, zwłaszcza, gdy wiążą się one z osiągnięciem zysku lub oszczędności. Są podatni na oddziaływanie mody, a status i pozycja mają dla nich wysokie znaczenie, gdyż ich społeczne aspiracje dyktują styl życia i wzorce konsumenckie, wzorowane na usytuowanych wyżej grupach. Ich przeciętne zasoby finansowe nie pozwalają na swobodne wybory, zwłaszcza w przypadku tak dużych inwestycji jak nieruchomości, ale umożliwiają samodzielne zapewnienie sobie miejsca zamieszkania, często przy udziale kredytu hipotecznego. Aby przekonać ich do bardziej refleksyjnych wyborów, konieczne jest wskazanie na potencjalne korzyści, najlepiej kwantyfikowalne, które można dokładnie oszacować. Z zyskiem niematerialnym wiąże się podniesienie statusu poprzez dołączenie do grupy, do której konsumenci aspirują (patrz rozdział 2.4.4. *Status i prestiż*). W kontekście zrównoważonego rozwoju nie mogą to być jednak kategorie prestiżu oparte na zamożności, gdyż w zestawieniu z niskim poziomem refleksyjności skutkuje ona w nadmiernie konsumpcyjnym stylu życia. Muszą to być kategorie związane z prestiżem osobistym lub ze statusem zawodowym, przy czym w Polsce występuje paradoksalna, obiecująca sytuacja związana z postrzeganiem prestiżu profesji i zamożnością. Osoby reprezentujące wysoki kapitał kulturowy, wiążący się najczęściej z refleksyjnością, nierzadko posiadają ograniczone zasoby finansowe. Największym poważaniem cieszą się niezmiennie profesje o eksperckim charakterze, wymagające określonego poziomu wykształcenia i kwalifikacji, o dużej użyteczności społecznej -

- profesor uniwersytetu, lekarz, nauczyciel czy sędzia²⁵¹. W związku z zatrudnieniem w strefie budżetowej, grupa ta często nie posiada wysokich zdolności nabywczych i zmuszona jest dostosować do nich swój styl życia, poszukując „zrównoważonych” rozwiązań, które nie wymagają dużych nakładów finansowych. Jej prestiż ma szansę stać się czynnikiem sprawiającym, że wybrane przez przedstawicieli tych zawodów wzorce konsumenckie staną się modelem, do którego aspirować będą grupy o niższym kapitale kulturowym i edukacyjnym, ale zbliżonym poziomie zamożności.

Niektóre strategie wspierające „zrównoważoną” konsumpcję mieszkaniową mogą zostać zaadresowane do odbiorców należących do dwóch kategorii - A i B - różne są tylko motywacje ich wyborów. Działania tych grup bywają są ze sobą powiązane, np. zapobiegająca suburbanizacji i wyludnianiu się centrum miast regeneracja śródmiejskich obszarów mieszkaniowych następuje w kilku etapach. Po osiedleniu się tam refleksyjnych „pionierów” z grupy A, lokalizacja może stać się modna i decyzję o przeniesieniu się tam podejmą konsumenci z grupy B²⁵². Podobna kwestia dotyczy technicznych rozwiązań energooszczędnych. Bez względu na to, czy na ich instalację decyduje się grupa A, której zależy na zmniejszeniu śladu węglowego, czy grupa B kierująca się finansowymi oszczędnościami lub modą, obie motywacje prowadzą do rozpowszechnienia tych technologii, a docelowo do obniżki cen i jeszcze większej redukcji zużycia energii. Również niektóre trendy, związane ze stylem życia, nawiązują do stosowanych przez kategorię A koncepcji, jednak w mniej radykalnej i wymagającej zmiany nawyków wersji. Np. permakultura, wiążąca się z niezależnością i produkcją rolną na własne potrzeby, inspirowane uprawy w przydomowych ogrodach lub kupowanie warzyw od lokalnych rolników. Analogicznych przykładów jest znacznie więcej, a przedstawione poniżej zostaną te, które wynikają ze studiów przypadków (rozdział 4.) lub ze specyficznych dla polskiego rynku mieszkaniowego uwarunkowań.

Konsumenci niechętnie wybierają ekologiczne rozwiązania, jeśli ich użytkowanie wiązałoby się z poważną zmianą przyzwyczajeń lub znacznie wyższymi kosztami początkowej inwestycji. Wskazuje na to m.in. stosunkowo niewielka skuteczność reklam społecznych, jeśli zmiana zachowania odbiorców wymagałaby wypracowania nowych nawyków (Baudrillard, 2005a). Ukierunkowanie konsumentów na bardziej „zrównoważony” tor to trudny i długotrwały proces, integrujący działania edukacyjne, finansowe i marketingowe. Produkty i techniczne rozwiązania „zielone” często są droższe od standardowych odpowiedników; niekiedy charakteryzują się także niższą wydajnością lub komfortem użytkowania. W celu przekonania do nich skuteczne okazują się

²⁵¹ CBOS, 2009.

²⁵² Zjawisko gentryfikacji opisane jest poniżej oraz w rozdziale 2.4.4. *Status i prestiż*.

ekonomiczne zachęty i motywacje, np. transport publiczny staje się alternatywą dla samochodu, jeśli jest od niego wydajniejszy i wygodniejszy lub gdy koszty komunikacji indywidualnej są zbyt wysokie²⁵³. Popularność *car-sharing*²⁵⁴ czy ogólnodostępnych miejskich rowerów to przede wszystkim oszczędność i wygoda dla indywidualnych użytkowników. W kontekście wyboru miejsca i sposobu zamieszkania decyzje te wiążą się z poważniejszymi dylematami finansowymi. Domy na przedmieściach są tańsze od śródmiejskich mieszkań, a istniejące zasoby mieszkaniowe często wymagają poważnych nakładów na modernizację. Przepuszczalnie wraz ze wzrostem cen energii coraz większa liczba konsumentów będzie zwracać się ku opartym na odnawialnych źródłach rozwiązaniom, a konkurencja wśród dostawców technologii może spowodować obniżkę cen. Partycypacja finansowa indywidualnych konsumentów jest jednak konieczna dla osiągnięcia założonych celów związanych z podnoszeniem standardów zużycia energii i emisji gazów cieplarnianych²⁵⁵. Geograficzna, ekonomiczna i społeczna dyspersja gospodarstw domowych jest zbyt duża, aby państwowe subsydia mogły pokryć całkowite koszty podniesienia ekologicznych standardów budownictwa mieszkaniowego. W Wielkiej Brytanii, gdzie ambitne rządowe plany, wspierane systemami audytów, certyfikacji oraz dotacji, narzucają konieczność korzystania z energooszczędnych technologii budowlanych, w 2008 roku aż 80% respondentów zgadzało się ze znaczeniem strategii wprowadzenia standardów *zero carbon* w budownictwie mieszkaniowym. Jednocześnie mniej niż jedna trzecia badanych uznała ten cel za realistyczny do osiągnięcia w 2016 roku, uwzględniając potencjalną konieczność zmian związanych ze stylem życia (Goodier & Pan, 2010). Podczas gdy regulacje takie wykazują skuteczność w przypadku nowo realizowanych zasobów mieszkaniowych, podniesienie energooszczędności istniejących lokali pozostaje w gestii ich właścicieli. Pomimo iż na korzyść indywidualnych użytkowników przemawia fakt, że mniejsze zużycie energii oznacza nie tylko długofalowy zysk dla środowiska, ale i niższe rachunki, konsumenci oczekują nierealnie krótkich okresów zwrotu inwestycji (np. w USA oczekiwane są maksymalnie 2-3 lata (McKinsey, 2009)). Także częste przeprowadzki uniemożliwiają skorzystanie z potencjalnych oszczędności, zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych, gdzie 40% gospodarstw domowych przenosi się w inne miejsce w czasie krótszym niż okres zwrotu wydatków poniesionych na poprawę energooszczędności domów (McKinsey, 2009). Podobna kwestia dotyczy

²⁵³ Jedną z najskuteczniejszych strategii ograniczania transportu indywidualnego jest wprowadzenie wysokich opłat za parkowanie lub wjazd do centrum miasta (np. londyńska *congestion charge*). Opłaty zniechęcające do korzystania z samochodów wprowadzono także w opisanych studiach przypadku – BedZED i Französische Viertel.

²⁵⁴ Patrz rozdział 2.4.3. *Styl życia i komfort*.

²⁵⁵ Np. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/28/WE z dnia 23 kwietnia 2009 r. w sprawie promowania stosowania energii ze źródeł odnawialnych.

mieszkań wynajmowanych na rynku prywatnym, których właściciele nie zyskują na oszczędnościach poczynionych przez najemców. Zachętę dla stosowania energooszczędnych technologii może stanowić rzetelna informacja na temat potencjalnych oszczędności (zarówno „publicznych”, związanych z ograniczeniem użytkowania wspólnych zasobów i energii, jak i „prywatnych”, dotyczących niższych kosztów eksploatacji), ale przede wszystkim państwowe subsydia. System dotacji nie zawsze funkcjonuje sprawnie. Pomimo założenia, że dopłaty te mają trafić przede wszystkim do najuboższych gospodarstw domowych, często wymagają one nieosiągalnej partycypacji finansowej potencjalnych beneficjentów. W wyniku tego dofinansowanie otrzymują osoby zamożniejsze, posiadające środki wystarczające na własny wkład w inwestycję i uzyskujące dzięki temu dodatkowe oszczędności, które byłyby przydatniejsze dla osób uboższych²⁵⁶. Oszczędności, wynikające z bardziej „zielonych”, ale droższych niż standardowe decyzji, mogą być uwzględniane przy udzielaniu kredytów, ponieważ kwota konieczna do utrzymania domu lub mieszkania zmniejszy się przy niższych kosztach eksploatacji. W zmagających się z problemem suburbanizacji Stanach Zjednoczonych indywidualni konsumenci wydają 17,5% swoich dochodów na transport. Ponieważ nieruchomości zlokalizowane bliżej centrum są droższe od podmiejskich, ale ich zakup wiąże się z późniejszymi oszczędnościami na transporcie, amerykańskie banki zaczynają brać to pod uwagę w szacowaniu zdolności kredytowej klientów (Dittmar, 2002, str. 119). Do takiej oceny mogą być wykorzystane nowe metody określania dostępności mieszkań, m.in. opracowana dla Bostonu metodologia sumująca całkowity koszt związany z zamieszkaniem, przy uwzględnieniu lokalnego rynku pracy, dostępu do edukacji i bezpieczeństwa (Fisher, Pollakowski, & Zabel, 2009).

Do wspierania produktów i rozwiązań proekologicznych mogą być użyte narzędzia marketingowe, przede wszystkim kreowanie marek i mód. Badania wskazują, że konsumpcja „zielonych” produktów przyczynia się do podniesienia statusu. Konsument swoim wyborem podkreśla, że użytkując dany przedmiot dba o środowisko – kreuje swój wizerunek jako osoby, która liczy się z innymi i jest otwarta na współpracę. Udowadnia nie tylko swoją chęć do współdziałania, ale także finansowy potencjał, jeśli dany produkt jest droższy od mniej ekologicznego odpowiednika. Zjawisko to, rodzaj konsumpcji na pokaz, występuje w przypadku towarów stosunkowo kosztownych, kojarzonych z luksusem, np. hybrydowa wersja samochodu jest chętnie wybierana jako alternatywa dla luksusowego auta o wysokich parametrach i wykończeniu zwłaszcza wtedy,

²⁵⁶ Takie argumenty stały się elementem publicznej krytyki brytyjskich programów Green Deal i Energy Company Obligation (ECO), umożliwiających właścicielom zmniejszenie energochłonności ich domów oraz instalację urządzeń generujących energię ze źródeł odnawialnych. Koszty uzyskania ulg i subsydiów pokrywane są ze zwiększonych jednostkowych opłat za energię, co stanowi duże obciążenie dla budżetów mniej zamożnych gospodarstw domowych (CERT - The Carbon Emissions Reduction Target).

kiedy jest od niego droższa. W kontekście dóbr codziennego użytku wybór podyktowany jest jednak głównie względami oszczędnościowymi i towary ekologiczne lub *fair trade*²⁵⁷ kupowane są wówczas, kiedy ich cena jest zbliżona lub niższa od substytutów (Griskevicius, Tybur, & Van den Bergh, 2010). Sukces przedsiębiorstw, które przeorientowały swój profil na bardziej proekologiczny i etyczny (np. brytyjska sieć Marks&Spencer czy popularne firmy odzieżowe) potwierdzają, że „zielony marketing” jest skuteczny w zakresie wzmocnienia pozycji marki i zwiększania sprzedaży. Takie postawy konsumenckie to stosunkowo nowe zjawisko i nie zostały jeszcze dokładne rozpoznane, jednak dają pojęcie o tendencjach, które powinny być uwzględniane przy pozycjonowaniu proekologicznych produktów. Komercyjny sukces opisanego w rozdziale 4.2. osiedla ekologicznego BedZED, w którym mieszkania kosztowały do ok. 20% więcej, niż gdyby nie zastosowano w nich rozwiązań ograniczających zużycie energii²⁵⁸, potwierdza tę zasadę w kontekście produktów mieszkaniowych. Osiedle zostało wykreowane nie tylko jako prototyp zespołu domów pasywnych, ale również jako marka, której użytkowanie wiąże się z podwójnym, pozytywnym dla otoczenia, przekazem - altruizmem oraz zamożnością. Dodatkowo, dzięki rozwiązaniom projektowym podyktowanym wymogami technologii domu pasywnego (loggie od południa i kominy wentylacyjne systemu odzysku ciepła), stało się ikoną architektoniczną wyznaczającą nową stylistykę w mieszkalnictwie. Ponieważ brytyjscy konsumenci wykazują niechęć względem estetyki domów energooszczędnych (Goodier & Pan, 2010, str. 22), wizerunek osiedla ma szansę wpłynąć pozytywnie na preferencje potencjalnych nabywców.

W krajach, w których odwoływanie się do ekologiczności oferowanych produktów nie jest uregulowane, może to doprowadzić do nadużyć ze strony producentów (tzw. *greenwash*²⁵⁹). Unia Europejska narzuca wymagania, jakie muszą spełniać wytwórcy, aby ich towary zostały sklasyfikowane jako ekologiczne²⁶⁰, a certyfikacje energetyczne określają to także względem lokali mieszkalnych. W Polsce technologie energooszczędne dopiero zdobywają popularność i dostęp do rzetelnej informacji jest nadal ograniczony. Firmy projektowe, doradcze i realizacyjne starają się potwierdzić swoje kompetencje zachodnimi certyfikatami. Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego, pozarządowa organizacja skupiająca m.in. przedstawicieli branży projektowej

²⁵⁷ Ruch promujący tzw. „sprawiedliwy handel” zapewniający lepsze warunki handlu producentom z krajów rozwijających się, promujący zrównoważony rozwój. Podlega certyfikacji przez Fairtrade International, stowarzyszenie non profit.

²⁵⁸ Informacje inwestora.

²⁵⁹ Patrz rozdział 2.5. *Odpowiedzialność producentów*.

²⁶⁰ M.in. Rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007 z dnia 28 czerwca 2007 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych.

i przedsiębiorstw budowlanych, pracuje nad przystosowaniem brytyjskiego systemu BREEAM²⁶¹ do warunków krajowych. Nisza rynkowa jest szybko zapełniana - dostępne są już nawet projekty typowe domów pasywnych lub energooszczędnych²⁶². W 2010 roku jako pierwszy we Wschodniej Europie certyfikat Instytutu Domów Pasywnych w Darmstadt uzyskał „Lipińscy Dom Pasywny 1” w Smolcu pod Wrocławiem (proj. L. i M. Lipińskich), gdzie stosowane w Niemczech technologie zostały zaadaptowane do polskiego klimatu. Do konsumentów kategorii B skierowane są także realizacje deweloperskie o „zielonym” profilu – osiedla domów pasywnych (np. Cezarówka w Jaworznie i Wzgórze Kamionka w Mikołowie firmy Polski Dom 2000 z Alwerni koło Krakowa) lub pierwsze planowane w kraju ekomiasteczko w Siewierzu²⁶³ (inwestor: TUP, proj. MAU). Wiele ekologicznych realizacji charakteryzuje się ekskluzywnością łączącą wysoką jakość projektów architektonicznych z nowoczesnymi technologiami, co zostało opisane w rozdziale 2.5. na przykładach realizacji Roberta Koniecznego i Piotra Kuczii.

Do coraz bardziej popularnych trendów, w niektórych krajach już od lat 80., należy także powrót mieszkańców do śródmieść (Atkinson & Bridge, 2005) (Dittmar, 2002) (Grabkowska, 2010). W związku z kryzysem gospodarczym podmiejskie domy, do niedawna symbole pozycji klasy średniej, straciły na wartości, pozostawiając wielu właścicieli z wysokimi ratami kredytów i utrudniając im przeprowadzkę w nowe miejsce. Wzrost cen ropy, czyli droższe dojazdy z przedmieść, dodatkowo podnoszą finansowe niedogodności mieszkania na suburbiach²⁶⁴. Renesans śródmieść zapobiega dalszemu rozlewaniu się miast i przyczynia do rewitalizacji i reurbanizacji zdegradowanych obszarów. Wiąże się z nim jednak ryzyko nadmiernej, niekontrolowanej gentryfikacji, wypierającej dotychczasowych mieszkańców i przekształcającej dzielnicę w getta dla uprzywilejowanych. Gentryfikacja nie posiada już *ascetycznego pionierskiego ducha lat 60. i 70.* (Atkinson & Bridge, 2005, str. 16), kiedy w śródmieściach, także w budynkach przemysłowych lub zdegradowanych, osiedlali się artyści. Obecnie polega bardziej na tworzeniu elitarnych enklaw dla klasy średniej, gdzie obecność sztuki i jej twórców jest pożądana jako czynnik podnoszący prestiż miejsca, a proces ten nazywa się niekiedy „miejską kolonizacją”. Pomimo tego gentryfikacja pozostaje jedną ze strategii polityki rewitalizacyjnej, która skutecznie wpływa na poprawę jakości

²⁶¹ Patrz przypis 169.

²⁶² Oferowane m.in. przez pracownię architektoniczną Lipińscy oraz Build Green Design.

²⁶³ Miasteczko przedstawiane jest jako hybryda łącząca cechy Nowego Urbanizmu z projektowaniem ekologicznym. Będzie usytuowane w atrakcyjnej lokalizacji nad Zalewem Przeczycko.

²⁶⁴ Skala problemu sprawia jednak, że przedmieścia mają szansę zmienić swój charakter miejskich „sypialni” poprzez przekształcanie ich, często w wyniku oddolnych inicjatyw mieszkańców, w zaopatrzone w usługi kulturalne i edukacyjne jednostki sąsiedzkie, gdzie centra handlowe są wypierane przez biblioteki czy ośrodki kultury.

istniejących zasobów mieszkaniowych, modernizowanych przez indywidualnych inwestorów, a dzięki rosnącej rencie gruntu przyciąga zainteresowanie przedsiębiorstw deweloperskich. Taką strategię przyjęto m.in. w Rotterdamie, gdzie wspierana przez władze miasta realizacja nowych budynków mieszkaniowych, skierowanych dla klasy średniej, poskutkowała szybkim zagospodarowaniem wcześniej zdegradowanych obszarów i ożywieniem dzielnicy, której wizerunek kojarzony był z mało atrakcyjnym miejscem, zdominowanym przez biurowce i bloki z lat 70. i 80. (patrz ryc. 60). Dla wzmocnienia tej wizji lokalne władze starają się uatrakcyjnić miejskie życie poprzez organizowanie imprez i festiwali (Van der Land, 2005)²⁶⁵. Do innych zachodnioeuropejskich przykładów pozytywnej gentryfikacji należy berlińska dzielnica Prenzlauer Berg, gdzie proces ten następuje pod kontrolą regulujących czynsze lokalnych władz (Atkinson & Bridge, 2005). Stała się ona symbolem idealnego miejsca do prowadzenia miejskiego stylu życia, zwłaszcza dla młodych rodzin z dziećmi, jednak bez nabrania ekskluzywnego charakteru (Heilmann & Lindemann, 2011).



Ryc. 60. Nowe realizacje mieszkaniowe w centrum Rotterdamu. Widoczny budynek przygotowany do rozbiórki. Fot. własne.

Zmiana wizerunku istniejących dzielnic i zasobów stanowi wyjątkową trudność w przypadku modernistycznych osiedli blokowych. Na Zachodzie nastąpiła ich degradacja wymuszająca intensywne działania rewitalizacyjne, często obejmujące rozbiórki. W krajach postsocjalistycznych bloki stanowią jednak na tyle poważny odsetek zasobów mieszkaniowych, że niemożliwe jest zignorowanie ich w kontekście rynku nieruchomości. Pomimo relatywnie pozytywnej opinii wśród

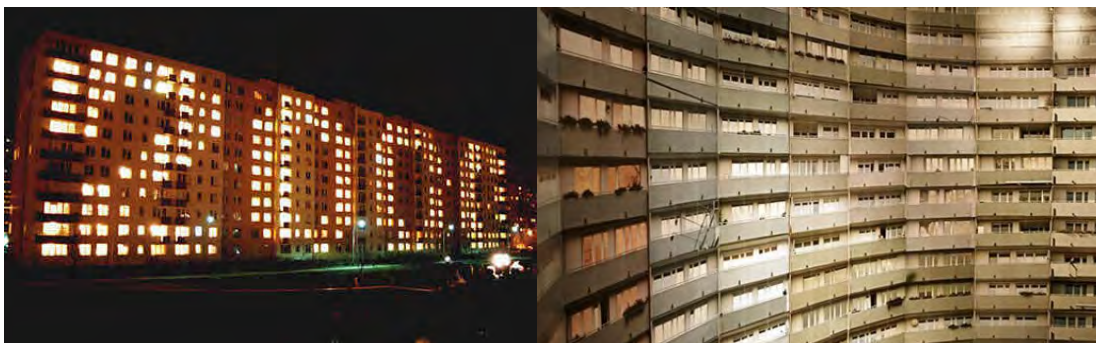
²⁶⁵ Działania te mają szansę zmienić medialny wizerunek dzielnicy. Badania Devereux, Haynes i Powers, poszukujące przyczyn stygmatyzacji „złych adresów” w mediach, wskazują na konsekwentnie negatywny dziennikarski przekaz i skuteczność rozpowszechniania pozytywnych, kolorowych obrazów, zwłaszcza za pośrednictwem telewizji (Devereux, Haynes, & Power, 2011).

zamieszkujących je użytkowników oraz nowej mody na PRL (patrz rozdział 2.4.5. *Moda i marka*) nie nastąpiła ich rehabilitacja i w okresie boomu budowlanego na polskim rynku mieszkaniowym zapowiadano szybką utratę ich wartości. Trudności w uzyskaniu kredytów hipotecznych zwiększają jednak popularność lokali w budownictwie wielkopłytyowym, z uwagi na ich niską cenę. Nie są one uznawane za pożądane miejsce zamieszkania, a użytkownicy o wyższych aspiracjach traktują je jako miejsce przejściowe. Na preferencje konsumentów wpływają kwestie wizerunkowe – blokowiska, pomimo bogatej infrastruktury i często atrakcyjnych lokalizacji, nie stanowią „dobrego adresu” i często stanowią jedyną możliwość dla wybierających je nabywców. Trudno sprawić, aby trend ten uległ odwróceniu, jednak można zaobserwować zmianę w postrzeganiu tych osiedli. Jako integralny element polskiego miejskiego krajobrazu, wpływający na tworzenie się specyficznych relacji społecznych i subkultur, blokowiska stanowią interesującą przestrzeń świadcząca o przeszłości i teraźniejszości polskich miast. Działania rewitalizacyjne obejmują nie tylko poprawę standardu zabudowy, ale także działania artystyczne i warsztaty zmieniające wygląd osiedla (np. *guerilla gardening*²⁶⁶ na warszawskim Targówku lub murale na gdańskiej Zaspie) oraz akcje społeczne integrujące mieszkańców i wzmacniające poczucie więzi i dumy z własnego miejsca zamieszkania²⁶⁷. Dla turystów i zainteresowanych historią rozwoju przestrzennego Warszawy wydano przewodnik po stołecznych osiedlach (Trybuś, 2011). Fascynacja dziedzictwem masowo powielanej architektury mieszkaniowej z epoki PRL od kilku lat znajduje odzwierciedlenie w pracach polskich artystów, m.in. Pawła Althamera (integrujący mieszkańców warszawskiego bloku happening „Bródno 2000”) czy przygotowanych we współpracy z mieszkańcami kolażach obrazujących katowicką „Superjednostkę” K. Jendroński-Goik i M. Orzechowskiej – patrz ryc. 61). Zjawisko podsumowała wystawa i konferencja "Dziedzictwo betonu. Od Corbusiera do blokiersów" w warszawskim Centrum Sztuki Współczesnej w 2007 roku (kuratorzy E. Gorządek, S. Szabłowski). Działania te przyczyniają się do bardziej refleksyjnego spojrzenia na własne otoczenie i dają szansę na zmianę postrzegania blokowisk jako nieatrakcyjnego miejsca zamieszkania, a docelowo zapobiegają ich przedwczesnemu moralnemu zużyciu. Konsumentów kategorii B, których do wyboru tego typu nieruchomości zachęca niska cena zarówno samych lokali, jak i ich późniejszej eksploatacji, zdecydują się na pozostanie na blokowiskach tylko wówczas, gdy zmieni się negatywny wizerunek osiedli. Trudno mówić jednak w tym przypadku o modzie, a raczej o świadomej akceptacji własnego środowiska zamieszkania. Ułatwienie może stanowić zakorzeniony w socjalistycznym planowaniu i nadal czytelny, pomimo

²⁶⁶ Uprawianie ogródka na terenie należącym do kogoś innego, najczęściej opuszczonym lub zaniedbanym; popularne zwłaszcza jako oddolne działania społeczne i proekologiczne.

²⁶⁷ Np. podczas zainicjowanej przez Urząd Dzielnicy Targówek akcji „Blokowiska. Reaktywacja” w 2011 roku (www.brodno.waw.pl) lub poprzez działania grupy Odblokuj.org (www.odblokuj.org).

prywatyzacji zasobów mieszkaniowych, szeroki społeczny przekrój mieszkańców wielkopłytowych osiedli, obejmujący także osoby o wysokim prestiżu zawodowym.



Ryc. 61. P. Althamer "Bródno 2000", mat. Galerii Foksal; K. Jendrośka-Goik i M. Orzechowska „SUPER!jednostka: rekapitulacja”, źródło www.archirama.pl

W dłuższej perspektywie czasowej najlepiej sprawdzają się przedmioty niepodlegające chwilowym modom i proste obiekty o wysokiej jakości wykonania i efektywności: *Dzisiejsze wyrafinowanie niesie ryzyko jutrzejszego odrzucenia* (Norman, 2005 str. 67). W zachodniej Europie coraz popularniejsze stają się tendencje ograniczania zakupów i wybierania droższych, lecz trwałych i wysokiej jakości produktów, także używanych oraz *fair trade* i organicznych (Schor J. B., 2002). W modzie odzieżowej zjawisko niepoddawania się przemijającym trendom na rzecz klasycznych fasonów i trwałych, szlachetnych materiałów nosi nazwę *slow fashion*, w opozycji do *fast fashion*, czyli tekstylnego odpowiednika *fast food* - szybko serwowanego, niewyrafinowanego i niezdrowego jedzenia. *Slow fashion* polega na świadomym wyborze produktów i docenianiu jakości i etyczności produkcji odzieży i jest reakcją przeciwko tzw. *fast fashion*, która ma na celu jak najszybsze sprzedanie jak największej ilości towarów²⁶⁸. Nazwa i program nawiązuje do ruchu *slow food*, zainicjowanego w 1986 roku przez Carlo Petrinię we Włoszech jako opór wobec niskiej jakości *fast food* oraz coraz większej popularności barów szybkiej obsługi. Powstał w proteście przeciwko otwarciu restauracji McDonald's przy Placu Hiszpańskim w Rzymie. Jego członkowie promują kuchnie regionalne, starają się odbudować bioróżnorodność i lobują przeciwko genetycznie modyfikowanej żywności oraz na rzecz zmian w polityce rolnej (wsparcie dla żywności organicznej). W kontekście urbanistycznym analogiczny ruch *Slow City* (wł. *Cittaslow*, patrz. ryc. 62) został stworzony w 1999 roku w Orvieto przez władze trzech włoskich miast, w celu wspierania

²⁶⁸ *Fast Fashion* jest wspomagana przez szereg strategii zarządzania, m. in. metodę *Quick Response*, która umożliwia ciągłe i bezpośrednie monitorowanie danych na temat popytu na poszczególne towary i natychmiastowej reakcji. Aktualizowanie produkcji i dystrybucji pozwala zminimalizować straty wiążące się z nadpodażą mało atrakcyjnych dla konsumentów towarów i prowadzi do zwiększenia zysków ze sprzedaży najpopularniejszych (Fiorito, Giunipero & Yan, 1995).

lokalnych estetycznych wartości rzemiosła i kuchni, utrzymania tradycyjnego, spokojnego rytmu życia w miejskich społecznościach, przy czym skupia miejscowości o populacji nieprzekraczającej 50 tysięcy mieszkańców. Ma prowadzić do zmniejszenia zanieczyszczeń oraz zapewnienia zdrowego środowiska życia i bardziej zrównoważonej gospodarki (Knox, 2005). Pomimo tych samych statutowych założeń dla wszystkich partycypujących miast, profile działalności lokalnych oddziałów w poszczególnych krajach różnią się charakterem. W Wielkiej Brytanii nacisk stawiany jest na partycypację społeczną oraz współpracę pomiędzy samorządem a mieszkańcami. Zmiany w zarządzaniu miasteczkami mogą nastąpić tylko przy wsparciu wybranych przez mieszkańców przedstawicieli. Niewielki najczęściej budżet oraz fakt, że w działalność organizacji zaangażowani są głównie wolontariusze, nie pozwala na przeprowadzanie dużych akcji. Rola edukacyjna i działania promujące zdrowy, przyjazny otoczeniu tryb życia, wspierają refleksyjne podejście mieszkańców do kwestii zrównoważonego rozwoju. Nie koncentrują się na kwestiach mieszkaniowych, jednak uczulają użytkowników miejskiej przestrzeni na kwestie środowiskowe i pozwalają im stać się świadomymi swoich potrzeb oraz wymagającymi jakości konsumentami. Dzięki dążeniu do polepszenia komunikacji pomiędzy lokalnymi producentami żywności i usługodawcami a konsumentami, mogą także pośrednio docelowo wpłynąć na jakość oferty mieszkaniowej. W Polsce inicjatywa nazywana jest „Międzynarodową Siecią Miast Dobrego Życia”, a pierwsze starania o przyłączenie się do niego miały miejsce w 2004 roku. Obecnie polskimi partnerami są między innymi Reszel, Biskupiec, Lidzbark Warmiński i Nowe Miasto Lubawskie. Jest to jednak typowe działanie *brandingowe* (patrz przykład Fryburga w rozdziale 4.3.), traktowane głównie jako marka gwarantująca atrakcyjność małych miasteczek, zwłaszcza w kontekście turystyki²⁶⁹. Pojęcie *slow architecture* jest obecnie używane bardziej jako wykorzystywany przez projektantów slogan, niż na określenie konkretnego ruchu²⁷⁰, pomimo iż podlega jednoznacznej interpretacji jako architektura, która projektowana i realizowana jest powoli i rozważnie, tak, aby zapewnić jej trwałość i ponadczasowość. Nadpodaż zabudowy o funkcjach, na które zapotrzebowanie zmienia się na przestrzeni kilku lat, doprowadza do powstawania pustostanów i zmarnowanych zasobów gruntowych i materiałowych. Wbudowana nietrwałość oraz wydajne na etapie realizacji, ale mało

²⁶⁹ Na świecie małe miasteczka przeżywają renesans jako przyjazne i łatwo dostępne miejsce do życia (Tumber, 2012).

²⁷⁰ Np. prof. John Brown z University of Calgary używa określenia *slow architecture* w odniesieniu do procesu projektowania i budowy, który powinien następować powoli, z rozmysłem i poszanowaniem otoczenia (www.slowhomestudio.com). Z kolei w 2010 roku grupa irlandzkich architektów i artystów zorganizowała pod tym hasłem serię wystaw i warsztatów edukacyjnych o tematyce nawiązującej do idei ruchu Cittaslow i zagadnień zrównoważonego rozwoju (dane The Royal Institute of Architects of Ireland).

elastyczne wyspecjalizowanie zabudowy dla danej funkcji nie pozwala na szybką adaptację do zmieniających się i zindywidualizowanych potrzeb.



Ryc. 62. Logo organizacji Cittaslow. Źródło: materiały organizacji.

Domy i mieszkania stanowią przestrzeń silnej indywidualizacji przez użytkowników. Nawet, gdy początkowo są identyczne, podlegają transformacji - dopasowaniu do potrzeb mieszkańców, umeblowaniu według własnych preferencji, zmianom aranżacji lub rozbudowie (Norman, 2005 strony 222-224). Producenci próbują przezwyciężyć problem identyczności oferowanych produktów poprzez wprowadzenie wielu możliwości wyboru. W mieszkalnictwie budynki wielorodzinne najczęściej mają powtarzalne elementy kondygnacji (konstrukcję, przestrzeń komunikacji oraz piony instalacyjne), jednak klient może wybrać optymalną orientację i wielkość lokalu oraz, po uzgodnieniu zmian z inwestorem, także układ wewnętrznych ścian działowych i instalacji, a w przypadku mieszkań „pod klucz” także wyposażenie, najczęściej według oferowanego katalogu wykończeń i umeblowania. Zapewnienie indywidualizacji już na poziomie projektu i produkcji, istotne zwłaszcza w przypadku konsumentów kategorii B, którzy nie posiadają umiejętności, inicjatywy lub zasobów finansowych, umożliwiających samodzielną inwestycję mieszkaniową, jest określane jako *mass customization*, czyli produkowanie zindywidualizowanych towarów w krótkich seriach lub pojedynczych produktów dla indywidualnych użytkowników. Koncepcja wydawała się jeszcze dość futurystyczna w latach 60., kiedy Toffler (Toffler, 1980) i Davis (Davis, 1996) przewidywali jej popularność w przyszłości, jednak współczesna automatyzacja produkcji i komputeryzacja, dostępna dla przeciętnego konsumenta dzięki intuicyjnie obsługiwanemu oprogramowaniu, pozwoliła wprowadzić ją na rynek. Szybkość, z jaką biznes może pokonać drogę od koncepcji do sprzedaży, czyli od pomysłu do gotowego produktu lub usługi, stała się podstawowym wyznacznikiem komercyjnego sukcesu (Davis, 1996 str. 4). Przyczyna popularności *mass customization* ma podłoże nie tylko w oczekiwanej przez klientów indywidualizacji produktów, ale także w ich zaangażowaniu

w proces projektowy i szybkim oglądaniu efektów własnej pracy, co przynosi im satysfakcję twórczą²⁷¹. Ritzer uważa tę metodę za zagrożenie dla opanowującej rynek *makdonaldyzacji*²⁷², która skutkuje w masowej uniformizacji oferowanych produktów (Ritzer, 2005 str. 331). Prefabrykacja, stosowana często w przypadku produktów wytwarzanych według koncepcji *mass customization*, ma stosunkowo długą tradycję w budownictwie (patrz domy Levitta opisane w rozdziale 3.2.2.), jednak możliwość samodzielnego zaprojektowania własnego domu z modularnych komponentów jest nowością na rynku. Metoda ta pozwala na dużą swobodę w projektowaniu – umożliwia dopasowanie wielkości i formy zarówno do indywidualnych potrzeb i budżetu, jak i do lokalnych warunków planistycznych. Złożenie własnego zestawu, łącznie z uaktualnianą na bieżąco ceną, umożliwiają m.in. interaktywne strony internetowe z łatwym oprogramowaniem projektowym - w Japonii usługę taką zapewnia Toyota Homes, w Wielkiej Brytanii m.in. Rapyd Rooms²⁷³ (Goodier & Pan, 2010, str. 22). Prefabrykacja ma szczególne zalety zwłaszcza w krajach, w których niska jakość wykonawstwa lub brak doświadczenia w stosowaniu technologii energooszczędnych nie pozwalają na zapewnienie odpowiedniej izolacyjności cieplnej albo szczelności wymaganej w technologii domu pasywnego. Gotowe elementy mogą wówczas być wyprodukowane na zamówienie za granicą oraz przetransportowane i zmontowane na miejscu²⁷⁴. Problemem okazuje się wówczas ślad węglowy wygenerowany transportem na dużą odległość, jednak przy odpowiednio dużej skali zamówień opłacalne może stać się uruchomienie lokalnej produkcji. Najczęściej realizowane są w ten sposób domy jednorodzinne, jednak istnieją także systemy budowy budynków wielorodzinnych. Należy do nich m.in. system Boklok²⁷⁵ szwedzkiej sieci meblowej IKEA. Zostanie według niego zrealizowany projekt całego miasteczka w Stratford we wschodniej części Londynu, w pobliżu miasteczka olimpijskiego. Podkreślając dbałość o środowisko koncern zapowiada, że dziesięciohektarowe osiedle z ponad tysiącem mieszkań o podwyższonej izolacyjności termicznej i hotelem wyłączone będzie z ruchu kołowego²⁷⁶.

Oprócz tworzenia specjalnej oferty mieszkaniowej dla konsumentów kategorii B konieczne są także działania edukacyjne, podnoszące ich poziom wiedzy i refleksyjności. Podobnie, jak

²⁷¹ Związane jest jednak z ryzykiem nadmiernej konsumpcji - osoby, które biorą udział w wytwarzaniu produktów, mają tendencję do konsumowania większej ich ilości (Davis, 1996 str. 70).

²⁷² Patrz przypis 19.

²⁷³ Buildings for the Future Ltd. i system konfiguracji Ecospace.

²⁷⁴ Na rynku irlandzkim działa w ten sposób firma German Home (www.germanhomes.ie), sprowadzająca z Niemiec wykonane na zamówienie prefabrykaty, z których budowane są domy oraz elementy wyposażenia (systemy wentylacyjne i grzewcze, kuchnie).

²⁷⁵ Więcej informacji na stronie www.boklok.com

²⁷⁶ Materiały serwisu architektonicznego (www.bdonline.com) z 21 października 2011 roku.

w przypadku strategii promowania „zielonego” stylu życia, działania informacyjne powinny wykorzystywać atrakcyjne i w miarę możliwości interaktywne formy przekazu. Pozytywną rolę spełniają m.in. telewizyjne programy poświęcone ekologicznej architekturze²⁷⁷ i stylowi życia lub internetowe blogi, serwisy społecznościowe²⁷⁸ lub tematyczne²⁷⁹. Aby dotrzeć do osób, których aspiracje opierają się na podpatrzonych w mediach modelach, „zrównoważone” rozwiązania mieszkaniowe mogą być przedstawiane jako nieco snobistyczny model. Przez grupę B pozytywnie odbierane są także działania odwołujące się do prestiżu środowiska akademickiego, jednak stosunkowo łatwe w odbiorze i rozpowszechniane za pośrednictwem popularnych mediów. Taką rolę spełnia m.in. TED (od *Technology, Entertainment, Design* - Technologia, Rozrywka, Design), organizacja non profit, która popularyzuje wiedzę i inspirujące idee o globalnym znaczeniu, związane z problemami współczesnego świata, w tym zmianami klimatycznymi i konsumpcjonizmem. Na cyklicznie organizowane konferencje i seminaria zapraszani są głównie naukowcy, dziennikarze, publicyści i aktywiści. Ich krótkie prezentacje są bezpłatnie udostępnione w Internecie w ponad 70 językach²⁸⁰. Z kolei Juliet Schor, we współpracy ze środowiskiem akademickim, współtworzy *The Centre for a New American Dream*²⁸¹, organizację non profit propagującą ograniczanie konsumpcji, życie zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju i zacieśnianie więzi oraz współpracę w lokalnych społecznościach. W działalność organizacji zaangażowani są m.in. dziennikarze i aktywiści pracujący w organizacjach pozarządowych oraz podejmujący lokalne inicjatywy. Przykłady ich udanych działań rozpowszechniane są w formie dostępnej dla wszystkich zainteresowanych osób, tworząc katalog rozwiązań możliwych do aplikowania w różnych warunkach i lokalizacjach. Są one publikowane zarówno w popularnej prasie, jak i w internetowych serwisach społecznościowych, docierając do milionów użytkowników. W kontekście mieszkaniowym *The Centre for a New American Dream* zajmuje się koncepcjami samoograniczania i recykliczacji, zapobieganiem segregacji w skali miasta i warunkami życia mniejszości etnicznych (Velazquez, 2002). Idee, rozpowszechniające się w nieformalny sposób, za pomocą interaktywnych mediów, pozwalających na wyrażenie poparcia dla określonych postaw, mają szansę skutecznie dotrzeć do konsumentów. Regularny

²⁷⁷Np. program „World’s Greenest Homes” emitowany w amerykańskim kanale Planet Green.

²⁷⁸Internetowe serwisy funkcjonujące na bazie należących do nich społeczności. Mogą posiadać charakter ogólny, służący utrzymaniu kontaktu pomiędzy użytkownikami (np. Facebook) lub tematyczny (np. LinkedIn o profilu zawodowym).

²⁷⁹M.in. serwis „EkoMiko” prowadzony przez aktorkę Izabellę Miko (www.ekomiko.pl).

²⁸⁰www.ted.com

²⁸¹www.newdream.org

i konsekwentny przekaz medialny wzmacnia zarówno działania edukacyjne, jak i poprzez swój bezpośredni charakter przypomina rolę indywidualnych decyzji i działań²⁸².

Konsumenckie wybory, zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, są korzystne zarówno w szerszym kontekście, jak i dla indywidualnego użytkownika. Energooszczędne budynki nie tylko pochłaniają mniej energii, ale i koszty ich utrzymania są niższe. Kupowanie „zielonych” produktów oprócz tego, że są przyjazne środowisku, wiąże się również ze społecznymi korzyściami, na jakie podświadomie liczy konsument. Podwójne zyski, przedstawione za pośrednictwem metod marketingowych oraz poprzez kreowanie „zielonych” trendów, stanowią podstawę strategii skierowanych do konsumentów kategorii B. Pomimo iż motywacje tej grupy dalekie są od idei ekologii głębokiej, rekompensuje to ostateczny, pozytywny efekt ich działań. W przypadku tej kategorii konsumentów istotne jest monitorowanie ich zachowań po dokonaniu zakupu, w okresie użytkowania nabytych produktów, których niższa energochłonność może skłaniać do nadmiernej eksploatacji. Skierowane do tej grupy towary powinny być zintegrowane z promowaniem określonego stylu życia tak, aby wpływający na wizerunek użytkownika proekologiczny obraz produktu, zwłaszcza mieszkaniowego, był pełny wyłącznie wówczas, gdy jego użytkowanie następuje w prawidłowy, energooszczędny sposób.

KONSUMENTY KATEGORII B - PODSUMOWANIE

- Średni poziom refleksyjności i zamożności
- Niechęć do zmian w stylu życia, zwłaszcza związanych ze zmniejszeniem komfortu
- Ekonomiczny lub wizerunkowy zysk jako zachęta do „zielonych” wyborów
- Podatność na „zielone” mody, trendy i *branding*
- *Mass customization* zamiast prosumpcji
- Poprawa wizerunku niemodnych adresów jako szansą na rewitalizację zdegradowanych zasobów

²⁸² Analiza zainteresowania mediów kwestiami zrównoważonego rozwoju wskazuje na schemat poruszania tej tematyki głównie w momentach przełomowych lub podczas wydarzeń docierających do szerokiego grona odbiorców (np. podczas szczytu w Kopenhadze lub po premierze filmu Ala Gore’a „Niewygodna prawda” w 2006 roku) (Boykoff, 2011).

3.2.3. Kategoria C - konsumenci wykluczeni

Poruszanie kwestii refleksyjności osób, których podstawowe materialne potrzeby nie są spełnione, to sprawa wyjątkowo delikatna. Trudno mówić o konsumpcjonizmie w kontekście najuboższych, jednak kwestia konsumpcji jest adekwatna, gdyż wykluczenie z niej włącza ludzi w społeczną kategorię „podklasy”²⁸³. Ich niska siła nabywcza nie pozwala na samodzielne zapewnienie sobie miejsca zamieszkania i skazuje na lokale socjalne lub substandardowe²⁸⁴. Brak możliwości zabezpieczenia mniej zamożnym osobom godnych warunków mieszkaniowych w kontekście zrównoważonego rozwoju wywołuje negatywne konsekwencje zarówno społeczne (segregacja w mieście, stygmatyzacja), ekonomiczne (degradacja istniejących zasobów, wysokie koszty eksploatacji lokali o niskiej jakości), jak i środowiskowe (energochłonność substandardowych zasobów mieszkaniowych). Podstawowym celem przeciwdziałających tym skutkom działań jest wyrównywanie szans w dostępie do zasobów mieszkaniowych tak, aby zapobiec wykluczeniu, zwłaszcza najmniej uprzywilejowanych osób. Chodzi o ich usamodzielnienie i uniezależnienie od całkowitego polegania na zewnętrznej pomocy²⁸⁵. Wspólną cechą konsumentów kategorii C są niedobory w zakresie kapitału lub refleksyjności. Wykluczenie z konsumpcji albo dostępu do eksperckiej wiedzy następuje, pomimo iż osoby te potrzebują jej najbardziej spośród wyróżnionych powyżej grup. Strategie, które mają na celu zapewnienie godnych warunków życia, wymagają ingerencji zewnętrznej w postaci dofinansowania ze strony państwa, sponsorów, fundacji lub organizacji pozarządowych oraz regulacji określających minimalne dopuszczalne standardy jakości zamieszkania. Kluczowe są także działania uświadamiające relacje pomiędzy kwestiami zrównoważonego rozwoju a stylem życia, na którego wybór wykluczeni nie mają wielkiego wpływu. W momencie poprawy warunków egzystencjalnych staną jednak przed całkowicie nowymi decyzjami, których konsekwencje ponosić będą wszyscy, jeśli zostaną one dokonane bezrefleksyjnie.

W opisywanej kategorii konsumentów można wyodrębnić kilka grup o różnych poziomach zależności od zewnętrznego wsparcia. Są to ludzie niezamożni, którzy przy pewnym wsparciu finansowym mogą pozwolić sobie na zakup lub najem niedrogiego mieszkania, osoby zagrożone

²⁸³ Patrz rozdział 2.3.2. *Styl życia i komfort*.

²⁸⁴ Nawet nowo powstające zasoby komunalne różnią się wyraźnie od prywatnych: w 2004 roku przeciętna powierzchnia takiego lokalu wynosiła 46,4m² przy średniej wielkości dla wszystkich nowych lokali 107,5m² (Zaniewska, 2006).

²⁸⁵ Mowa tu o całkowitym zwolnieniu beneficjentów z opłat. Subsydia do czynszów lub pomoc w spłacie rat kredytu hipotecznego to działanie wyrównujące szanse zapewnienia własnego miejsca zamieszkania przez mniej uprzywilejowane osoby.

bezdomnością lub te szczególnie potrzebujące, m.in. niepełnosprawni i ofiary przemocy domowej. Do kategorii C należą także ci, które nie kwalifikują się do otrzymania lokalu socjalnego, lecz ich przychody, nawet pomimo subsydiów, nie pozwalają na zakup lub najem na rynku prywatnym. Programy pomocy różnią się w poszczególnych krajach. Potrzeby mieszkaniowe osób niezamożnych zaspokajają najczęściej zasoby komunalne lub socjalne o obniżonym czynszu albo dopłatach, o podstawowym standardzie wyposażenia. Wysokość czynszu jest uzależniona najczęściej od jakości mieszkania, dochodu najemców lub obu tych czynników. Lokale socjalne i komunalne są realizowane przez lokalne władze lub spółdzielnie mieszkaniowe w ramach różnych systemów finansowania, włączając dopłaty państwowe lub partnerstwa publiczno-prywatne. W Danii i Szwecji także czynsze w lokalach wynajmowanych prywatnie podlegają regulacjom i nieznacznie przekraczają te w jednostkach socjalnych. W Irlandii i Wielkiej Brytanii różnice między nimi są na tyle wysokie, że najmniej zamożne gospodarstwa domowe muszą polegać na zasobach publicznych (Whitehead & Scanlon, 2007). Unia Europejska wyklucza subsydia dla osób innych niż najbardziej potrzebujące, dla których nie ma alternatywnych rozwiązań mieszkaniowych²⁸⁶. Każdy z krajów prowadzi jednak odmienną politykę społeczną i pojęcie mieszkań socjalnych jest różnie definiowane (nie wszędzie funkcjonuje wyraźne rozróżnienie pomiędzy zasobami socjalnymi a komunalnymi). W wielu europejskich krajach zmniejsza się liczba takich lokali, najczęściej w wyniku prywatyzacji zasobów publicznych. W Wielkiej Brytanii nastąpiło to dzięki wprowadzonemu w 1980 roku programowi *Right to Buy*²⁸⁷, który umożliwił najemcom wykup zajmowanych lokali socjalnych z bonifikatą. Podobne zjawisko nastąpiło w Polsce i innych krajach byłego bloku wschodniego, gdzie po 1989 uwłaszczono dużą część zasobów komunalnych.

Problemy pomocy najuboższym są podobne w większości państw, a wykluczenie pogłębiają niewystarczające zasoby dostępnych finansowo mieszkań, które często charakteryzują się niską jakością. Segregacja społeczna i etniczna oraz stygmatyzacja dotyczy zwłaszcza beneficjentów pomocy w tych krajach, w których duża część zasobów socjalnych stanowią powojenne osiedla (m.in. w Wielkiej Brytanii i Irlandii). Skoncentrowanie lokali socjalnych w jednej lokalizacji powoduje ostre negatywne wyróżnienie i waloryzowanie mieszkańców tym bardziej, że mieszkania te różnią się zarówno standardem, jak i wielkością od realizowanych prywatnie. W ramach regeneracji osiedli bloki są rozbierane, nawet jeśli ich stan techniczny jest zadowalający i zastępowane intensywniejszą

²⁸⁶ Stanowi to dyskusyjną kwestię w krajach, w których lokale komunalne to duży odsetek całkowitych zasobów mieszkaniowych i każdy, bez względu na poziom zamożności, może się o nie ubiegać, np. w Szwecji i Austrii (Whitehead & Scanlon, 2007).

²⁸⁷ Patrz rozdział 2.4.1. *Wymiar ekonomiczny decyzji mieszkaniowych.*

zabudową. Współczesne tendencje w krajach zachodnioeuropejskich, zgodne z założeniami zrównoważonego rozwoju, promują podejmowanie decyzji dotyczących budownictwa socjalnego na poziomie lokalnym i zapobieganie segregacji poprzez łączenie, w ramach tych samych zespołów mieszkaniowych, zasobów prywatnych i socjalnych, które nie powinny odróżniać się wizualnie ani standardem²⁸⁸. Kładzie się także coraz większy nacisk na energooszczędność nowo powstających zasobów publicznych. Oprócz pomocy najuboższym prowadzone są również działania ułatwiające mniej zamożnym osobom zakup własnego lokalu mieszkaniowego, takie jak dopłaty do kredytów hipotecznych lub manipulowanie ulgami podatkowymi i oprocentowaniem kredytów (np. polska „Rodzina na swoim” lub brytyjskie i irlandzkie programy dla osób kupujących swoją pierwszą nieruchomość mieszkaniową²⁸⁹) (Johnston, i inni, 2000 str. 348). W Polsce przykładem takiego działania są inwestycje Towarzystwa Budownictwa Społecznego²⁹⁰. W Wielkiej Brytanii i Irlandii prywatne przedsiębiorstwa deweloperskie są zobligowane do zrealizowania 20% lokali w inwestycji jako mieszkań dostępnych²⁹¹, które samorząd przekazywał upoważnionym beneficjentom. Kredyty mogły być uzyskiwane od lokalnych władz lub od instytucji prywatnych, a gospodarstwa o najniższych dochodach otrzymywały dodatkowe państwowe subsydia (Whitehead & Scanlon, 2007). W przypadku sprzedaży domu w okresie krótszym niż 20 lat nabywcy są zobowiązani do zwrotu nadwyżki wartości nieruchomości.

W przypadku osób kategorii C istotne są dwa podstawowe rodzaje działań dopasowanych do poziomu refleksyjności konsumentów. Pierwszy, dla osób uzależnionych od zewnętrznej pomocy, to zapewnienie energooszczędnych i zróżnicowanych pod względem społecznym zasobów mieszkaniowych z odpowiednim dostępem do transportu publicznego oraz działania podnoszące świadomość ekologiczną użytkowników. Z kolei do osób o wysokiej refleksyjności, które mogą zrekompensować niską siłę nabywczą inicjatywą i gotowością do aktywnego działania, skierowane powinny być programy wspierania taniego samodzielnego lub spółdzielczego budownictwa (patrz kategoria A) i alternatywnych sposobów zamieszkania. Pierwsza rekomendacja, zwłaszcza w Polsce, wydaje się nierealna. Niewystarczająca liczba lokali socjalnych skutkuje długimi okresami oczekiwania dla tysięcy potrzebujących. Co pewien czas media informują o niegodnych warunkach

²⁸⁸ Tzw. *tenure blind* (patrz rozdział 2.4.2 *Zachowania konsumenckie*).

²⁸⁹ W Irlandii do 2011 roku prowadzono program umożliwiający gospodarstwom domowym o niskich dochodach zakup własnego, nowego mieszkania w cenie niższej od rynkowej.

²⁹⁰ Patrz rozdział 2.5. *Odpowiedzialność producentów*.

²⁹¹ Bank Światowy, ONZ i Harvard University Joint Center on Housing rekomendują określenie dostępności finansowej mieszkań na podstawie współczynnika uzyskanego poprzez podzielenie średniej ceny nieruchomości przez roczny dochód brutto gospodarstwa domowego. Kategoria *affordable* (ang. „dostępne”) oznacza wskaźnik nieprzekraczający 3 (Cox, Pavletich, & Bruegmann, 2012).

życia beneficjentów systemu mieszkalnictwa socjalnego. Niektóre gminy, poszukując ekonomicznego rozwiązania konieczności zapewnienia lokali zastępczych eksmitowanym mieszkańcom, decydują się na tymczasowe przeniesienie ich do kontenerów mieszkalnych. Niszczą one w szybkim tempie w wyniku nieodpowiedniego użytkowania²⁹² i jest to rozwiązanie doraźne i kosztowne w eksploatacji. Konieczne są zapowiadane zmiany w polityce mieszkaniowej, określające sposoby finansowania nowych inwestycji oraz szukanie innych możliwości, m.in. partnerstw publiczno-prywatnych²⁹³. Standard nowych zasobów nie może być jednak niższy niż wymagania określone w warunkach technicznych dla nowej zabudowy (patrz rozdział 2.2. *Potrzeby w społeczeństwie dobrobytu*), pomimo iż pojawiają się sugestie realizacji substandardowych lokali dla najuboższych osób (Sierżputowska, 1992). Z uwagi na długofalowe konsekwencje ekonomiczne i środowiskowe wydaje się to nieakceptowalnym rozwiązaniem. Podnoszenie standardów dotyczy zarówno zasobów nowo realizowanych, jak i istniejących, które wymagają modernizacji i przekształceń. Sukcesy takich przedsięwzięć, jak prowadzony od 1994 roku Projekt Demonstracyjny Renowacji Ekologicznej w szczecińskim Kwartale Turzyńskim, wskazują, że nawet niewielkie, lecz precyzyjnie skoordynowane we współpracy z prywatnymi partnerami działania mogą znacznie poprawić nie tylko jakość życia mieszkańców, ale także wskaźniki oszczędności energii i wody oraz wartość nieruchomości (Kronenberg & Bergier, 2010, strony 166-172).

W korzystniejszej sytuacji znajdują się osoby o wysokiej refleksyjności, które z przyczyn ekonomicznych nie mogą wynająć ani nabyć mieszkania na wolnym rynku, ale ich chęć samodzielnego działania może zrekompensować ograniczenia finansowe. Dla osób tych dostępne są tanie i ekologiczne koncepcje opisane powyżej jako strategie dla konsumentów kategorii A. Obejmują elementy permakultury oraz technologie *low tech*, które nie wymagają ani dużych nakładów finansowych, ani wykwalifikowanych wykonawców, a mogą wykorzystywać lokalne zasoby jako materiały budowlane (np. glinę, słomę lub ziemię). W Stanach Zjednoczonych technologie te upowszechniają się coraz bardziej wraz z wprowadzaniem odpowiedniej certyfikacji, której brak nie pozwalał do niedawna na uzyskanie koniecznych do rozpoczęcia inwestycji pozwoleń. Zainspirowana architekturą Hassana Fathy organizacja Adobe Alliance w Teksasie realizuje zespoły tanich domów

²⁹² W niektórych gminach przeniesienie do kontenerów ma charakter kary za zadłużenie w płaceniu czynszu lub zakłócanie spokoju. Niedostateczna izolacja i słabe wentylowanie kontenerów wymuszają intensywne ogrzewanie elektryczne, obciążając ograniczone budżety mieszkańców (lub powodując zawilgocenie przy niedostatecznym ogrzewaniu) i przyczyniając się do marnotrawienia energii (Bielicka, 2011). Opinia prawna opracowana w 2011 roku na zlecenie Amnesty International Poznań potwierdziła, że niemożliwe jest zakwalifikowanie obiektów kontenerowych jako lokali socjalnych lub zamiennych.

²⁹³ Działania koordynuje rządowa platforma Partnerstwa Publiczno-Prywatnego (grupa robocza „Mieszkalnictwo socjalne i komunalne”).

z łatwo dostępnych, naturalnych materiałów dla ubogich i bezrobotnych mieszkańców regionu (Schor J. B., 2010, str. 117). W Polsce aktywnie działa grupa Cohabitat, promująca koncepcje ekologicznego budownictwa. Do popularyzacji idei wykorzystywane są m.in. portale społecznościowe i strony internetowe, organizowane są konferencje, spotkania i warsztaty, a edukacyjnego i technologicznego wsparcia udzielają jednostki naukowe oraz związani z uczelniami specjaliści, m.in. współpracujący z Katedrą Fizyki Budowli i Materiałów Budowlanych Politechniki Łódzkiej. Problem stanowi jednak cena gruntu, na którym mogłyby powstawać tanie, ekologiczne domy. Być może wzorem dla podobnych działań w Polsce mógłby stać się brytyjski model Community Land Trust (CLT). Jest to oparta na działaniach wolontariuszy organizacja non profit, której celem jest zapewnienie mieszkalnictwa lub usług na potrzeby lokalnej społeczności. Koncepcja zakłada, że mieszkańcy najlepiej znają sytuację w swoim otoczeniu, więc pomoc trafia bezpośrednio do osób najbardziej potrzebujących i gotowych na wkład własnej pracy w realizację swojego miejsca zamieszkania. Konsultacje i pomoc w uszczegółowieniu biznesplanów dofinansowane są z funduszy CLT. Z dotychczasowych doświadczeń organizacji wynika, że wyjątkowo pozytywne efekty przynosi współpraca z lokalnymi spółdzielniami mieszkaniowymi i samorządem, który może pomóc w realizacji celów, przekazując grunty pod zabudowę²⁹⁴. Zaangażowanie przyszłych użytkowników w proces projektowy lub wykonawstwo zwiększa prawdopodobieństwo, że utrzymają i uszanują lokal, w którego stworzenie sami włożyli pewien wysiłek: *Użytkownicy łatwiej i chętniej akceptują to, co sami zaprojektowali* (Sanoff, 2000 str. 182). Partycypacja w projektowaniu i budowie wydaje się najważniejszą koncepcją realizacji mieszkań socjalnych – im bardziej ograniczone są zasoby, tym istotniejsze jest, aby trafiły precyzyjnie w zapotrzebowanie użytkowników. Proces projektowy jest jednak dłuższy i kosztowniejszy niż w przypadku standardowych, powtarzalnych budynków, dlatego łatwiej go przeprowadzić, gdy inwestycję inicjują organizacje pozarządowe o lokalnym zasięgu. Wynika to z kilku przyczyn, m.in. wskazania na samym początku procesu inwestycyjnego uczestników programu, lepszej znajomości ich potrzeb, a także najczęściej niewielkiej skali działań, która pozwala na łatwiejszą koordynację z włączeniem do procesu przyszłych mieszkańców (niekiedy zaangażowanie to ma charakter rehabilitacyjny). Największą tego typu organizacją, opartą na systemie lokalnych oddziałów, jest międzynarodowa Habitat for Humanity, prowadząca działalność o charakterze charytatywnym w celu zapewnienia godnych warunków mieszkaniowych ubogim rodzinom na całym świecie. Inwestycje realizowane są przy współdziałaniu wolontariuszy i częściowo finansowane przez beneficjentów, którzy zaangażowani są w cały proces, co sprzyja

²⁹⁴ Więcej informacji na stronie internetowej www.communitylandtrusts.org.uk

tworzeniu więzów w lokalnej społeczności. Pomimo ograniczonych funduszy organizacja zakłada, że wszystkie nowo powstające zasoby mieszkaniowe muszą być realizowane przy poszanowaniu zasad zrównoważonego rozwoju w kontekście środowiskowym. Udostępnienie mieszkań gospodarstwom domowym o różnych dochodach przyczynia się do tworzenia zasobów zrównoważonych pod względem społecznym (Bailey, Haworth, Manzi, Paranagamage, & Roberts, 2006) (Bailey & Manzi, 2008). Dla poszczególnych krajów, w których organizacja prowadzi działalność, określone są wskazówki, jak przy minimalizacji kosztów osiągnąć zdrowe warunki mieszkaniowe, wymagające niewielkiego zużycia energii i wody. Nacisk kładzie się głównie na dopasowane do lokalnych warunków rozwiązania projektowe, które wykorzystują optymalną orientację budynku na działce oraz osiągają wysoką izolacyjność termiczną i szczelność przegród²⁹⁵. W Polsce istnieją już także krajowe organizacje, które prowadzą działalność zbliżoną do Habitat for Humanity. W Poznaniu Fundacja Pomocy Wzajemnej BARKA realizuje osiedle dla osób bezdomnych. W zaadaptowanych istniejących budynkach powstają mieszkania oraz miejsca pracy i integracji. Udział wykluczonych osób we wszystkich etapach realizacji pozwala na ich aktywizację społeczną i edukację zawodową, a także obniża koszty budowy²⁹⁶.

Nietypową alternatywą dla osób, które nie mogą samodzielnie zapewnić sobie mieszkania a nie są rozpoznane przez instytucje jako potencjalni adresaci mieszkalnictwa socjalnego, stanowi także squatting²⁹⁷. Forma ta, jako ekspresja antymaterialistycznej postawy, bywa także wybierana przez osoby, których status ekonomiczny nagle się pogorszył. Squatting jest często traktowany jako problem społeczny i kojarzony z patologicznym środowiskiem, ale motywacje osób, które nielegalnie zajmują nieużytkowane lokale, mają różne podłoże w zależności od kontekstu społeczno-ekonomicznego. Squatting jest najczęściej interpretowany jako alternatywny sposób zapewnienia miejsca zamieszkania (stąd przytoczony jest w kontekście grupy C) albo rodzaj kontrkulturowej lub politycznej antykonsumpcyjnej ekspresji. Może stanowić manifestację trendu samopomocy, który znaczenia nabrał zwłaszcza po 1968 roku (kategoria konsumentów A). Wiąże się również z romantyczną wizją wolności, nacechowaną tak przez media i wówczas trafia przede wszystkim do grupy B, poszukującej tożsamości odbieranej społecznie jako oryginalna i atrakcyjna. Zjawisko ma dużą skalę - szacuje się, że np. w Holandii w latach 1965-1999 w squatach mieszkało w pewnym momencie życia ok. 50 tysięcy osób. Pomimo kojarzonych ze squattingiem problemów społecznych,

²⁹⁵ Szczegółowe informacje na stronie internetowej www.habitat.org

²⁹⁶ Informacje ze strony internetowej Fundacji www.barka.org.pl

²⁹⁷ Zajmowanie nieużytkowanego lokalu (squat) bez zgody właściciela lub wbrew prawu. Osoby zamieszkujące w ten sposób nazywa się squatterami (Słownik Języka Polskiego PWN, wersja internetowa).

ta forma zamieszkania potrafi w kontekście zrównoważonego rozwoju przynieść pozytywne konsekwencje. Może zapobiec wyburzeniom budynków wartościowych historycznie lub istotnych dla lokalnej społeczności - fala takich działań miała miejsce m.in. w Berlinie na przełomie lat 70. i 80. (Pruijt, 2004). Squaterzy niekiedy inicjują także zmianę prawa²⁹⁸, poprawiają intensywność użytkowania istniejącej zabudowy i pozytywnie wpływają na funkcjonowanie dzielnic. Zdarza się, że działają jak centra kultury, jak np. warszawski squat Elba (Dubrowska & Karpieszuk, 2012) lub są eksperymentalnymi przykładami alternatywnego „zielonego” stylu życia, ekologicznego budownictwa *low tech* i permakultury na wzór amsterdamskiego Free State Swomp²⁹⁹. Legalizacja squatów może stanowić element szerszych działań na rzecz poprawy warunków życia wykluczonych mieszkańców. Warto również spojrzeć na przykłady z Globalnego Południa, gdzie skala wykluczenia przekracza znacznie europejskie wskaźniki. Wysoki odsetek mieszkańców zajmuje slumsy, a squatting na terenach zarówno prywatnych, jak i publicznych, stanowi dla milionów mieszkańców jedyną alternatywę. Chilijskie osiedle Quinta Monroy (ryc. 63) proj. A. Araveny i ELEMENTAL S.A. powstało w miejscu nielegalnie zajmowanym przez ubogich mieszkańców Iquique przez 30 lat. Wartość terenu przekraczała trzy razy przeciętną cenę działek, na których realizuje się w Chile mieszkania socjalne. W 2001 rozpoczęto proces projektowy i przyjęto założenie odwrotne do najczęściej stosowanych w osiedlach socjalnych strategii. Zamiast przeniesienia mieszkańców w inną, tańszą lokalizację (wstępna propozycja spotkała się z odmową), postanowiono utrzymać ich w tym samym miejscu. Mieli oni możliwość zachowania w nowym osiedlu zarówno używanych wcześniej przedmiotów, jak i istniejących już więzi sąsiedzkich. Rządowe subsydia musiały pokryć koszt zakupu gruntu, realizacji budynków i infrastruktury, lecz przeznaczony na realizację budżet zakładał tylko 7500 dolarów za jednostkę dla jednej rodziny, kwotę niewystarczającą na zapewnienie wymaganej liczby mieszkań. Podjęto decyzję o budowie połowy (36m²) każdego z lokali z kuchnią i łazienką o minimalnym wyposażeniu - są to najdroższe komponenty mieszkań, na które ubodzy użytkownicy nie mogliby sobie pozwolić w przyszłości. Druga połowa budynku miała być z czasem wykonana samodzielnie przez mieszkańców z dostępnych dla nich materiałów. W projekcie nie wykorzystano żadnych energooszczędnych technologii, ale budynki, dzięki zapewnionej infrastrukturze, wpływają mniej negatywnie na środowisko niż slumsy, są adaptowalne

²⁹⁸ Np. „Licenced squatting” w Wielkiej Brytanii – legalizacja wynajmu przeznaczonych do rozbiórki budynków należących do publicznych zasobów. W Holandii podobne rozwiązanie zostało przyjęte przez instytucje odpowiedzialne za mieszkalnictwo socjalne, a np. w Amsterdamie miasto wykupiło 200 zajmowanych przez squatterów budynków, legalizując najem. Także przyjęte w 1971 prawo zakazujące wchodzenia na teren budynku bez zgody jego mieszkańców objęło squatterów (Pruijt, 2004).

²⁹⁹ www.swompenglish.wordpress.com

i skromne w zakresie wielkości i wyposażenia. Zapewniają zrównoważony rozwój pod względem społecznym i ekonomicznym - ich jakość i wartość będą z czasem rosła w procesie odwrotnym do dalszej degradacji slumsów znajdujących się pierwotnie na działce³⁰⁰.



Ryc. 63. A. Aravena: Quinta Monroy Housing w Iquique, Chile (2003–05). Po lewej widok po oddaniu do użytkowania, po prawej rozbudowa wykonana przez mieszkańców. Źródło: strona internetowa projektanta.

Rozwiązania energooszczędne podnoszą jakość życia najuboższych dzięki ograniczeniu rachunków pochłaniających dużą część ich przychodów³⁰¹. Najmniej zamożne gospodarstwa domowe zajmują niewielkie lokale, więc ich zużycie energii jest stosunkowo niskie, jednak porównanie kosztów eksploatacji na jednostkę powierzchni wypada na ich niekorzyść z powodu mało efektywnego energetycznie wyposażenia i stanu technicznego budynków. Przy optymistycznym założeniu, że coraz bardziej rygorystyczne wymagania odnośnie energooszczędności zasobów mieszkaniowych będą przestrzegane, istniejące lokale modernizowane, a strategie subsydiowania i pomocy najuboższym pomogą w samodzielnym zdobyciu miejsca zamieszkania, należy skoncentrować się na przyzwyczajeniach użytkowników. Eksploatacja energii zależy od zachowań i decyzji mieszkańców. Porównanie zużycia pomiędzy identycznymi budynkami wskazuje na znaczące różnice, które wynikają z tak trudnych do adaptacji kwestii jak indywidualne poczucie komfortu cieplnego i przyzwyczajenia w sposobie korzystania z urządzeń elektrycznych. Bez względu

³⁰⁰ Na podstawie danych pochodzących ze stron internetowych www.elementalchile.cl i www.alejandroaravena.com, materiałów z wystawy „Small Scale, Big Change: New Architectures of Social Engagement” w Museum of Modern Art w Nowym Jorku (kurator A.Lepik, 2010-2011), filmu dokumentalnego „Urbanized” (reż.G.Hustwit, 2011) i wykładu A. Araveny w Massachusetts Institute of Technology 19 kwietnia 2012 roku.

³⁰¹ Badania wykazują, że w Stanach Zjednoczonych rachunki za energię pochłaniają średnio 5% dochodów gospodarstwa domowego, przy czym średnia dla gospodarstw o niskich dochodach wskaźnik ten wynosi 15%, a wśród najuboższych aż do 35% (McKinsey, 2009, str. 14).

na zamożność i standard użytkowanego mieszkania, konieczne jest wypracowanie postaw zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, aby w momencie awansu w społecznej i ekonomicznej hierarchii uniknąć zjawiska rekompensowania dawnych niedoborów konsumpcyjnym nadmiarem. Paradoksalnie poprawa jakości lokalu mieszkalnego może pozostawić zużycie bez zmian. Zjawisko takie znane jest z przypadków zmniejszenia energochłonności budynków poprzez termomodernizację, w wyniku czego niższe rachunki za energię skłoniły użytkowników do podniesienia temperatury do bardziej komfortowego poziomu (McKinsey, 2009) (Kronenberg & Bergier, 2010, str. 345). Mieszkańcy często nie widzą korelacji pomiędzy własnym zachowaniem a zużyciem energii i emisjami gazów cieplarnianych, wiążą „zielony” styl życia raczej z recyklingiem odpadów niż z izolacyjnością przegród i własnymi przyzwyczajeniami (McKinsey, 2009). W celu uświadomienia tych powiązań konieczne są działania edukacyjne spójne z kierunkiem przyjętej polityki wytyczonej na podstawie rekomendacji środowiska eksperckiego i akademickiego. Aby dotrzeć do użytkowników³⁰² mniej świadomych wymienionych problemów, konieczny jest, wynikający z monitorowania i dający przejrzysty obraz pożądaných zmian, proces edukacji zintegrowany z publicznymi działaniami, np. wsparciem w postaci regulacji lub subsydiów (Seddon, 2000). Powstały już pierwsze jednostki badawcze zajmujące się problematyką komunikacji i edukacji, zwłaszcza w zakresie zmian zachowań użytkowników, które wymagają zrozumienia związku między indywidualnymi działaniami a ich negatywnymi konsekwencjami³⁰³. Strategie informacyjne muszą polegać na pokazaniu bezpośrednich efektów energooszczędnego korzystania z własnego domu lub mieszkania. W przypadku wspomnianego powyżej programu ekologicznej renowacji Kwartалу Turzyńskiego informacje na temat prawidłowego użytkowania zastosowanych rozwiązań technicznych przekazane zostały przed wprowadzeniem się mieszkańców do wyremontowanych lokali. Zabrakło jednak dodatkowych instrukcji w trakcie użytkowania, co poskutkowało wynikającymi z niewiedzy błędami w eksploatacji budynków (Kronenberg & Bergier, 2010, str. 172). Działania informacyjne mogą mieć charakter warsztatów lub happeningów - dobry przykład stanowi akcja „Tidy Street”³⁰⁴ przeprowadzona w Brighton. Mieszkańcy zostali wyposażeni w mierniki określające, ile energii elektrycznej zużywają poszczególne urządzenia w ich domach, a wyniki eksperymentu w skali całej ulicy prezentowane były regularnie w postaci czytelnych wykresów na biegnącej między budynkami jezdni. Jeszcze skuteczniejsze efekty może przynieść stałe

³⁰² Stanowi to problem zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych, gdzie konsumenci posiadają podstawową wiedzę na temat zrównoważonego rozwoju i zmian klimatycznych, jednak nie rozumieją interakcji między człowiekiem a środowiskiem naturalnym ani relacji między poszczególnymi działaniami a konsekwencjami (Serman & Sweeney, 2007).

³⁰³ M.in. Centre for Climate Change Communication przy amerykańskim George Mason University.

³⁰⁴ Więcej informacji na stronach internetowych www.tidystreet.org i www.changeproject.info

monitorowanie zużycia – jest mniejsze, kiedy użytkownicy wiedzą, że są mu poddawani³⁰⁵. Rozwiązanie takie zostało zastosowane m.in. na osiedlu BedZED, także w lokalach socjalnych (studium przypadku z rozdziału 4.2.). Przykład londyńskiego osiedla potwierdza także pozytywny wpływ sąsiedztwa i lokalnej wspólnoty na zmianę nawyków. Osoby o niższym poziomie refleksyjności, które nie są gotowe do przystosowania swojego stylu życia do wymagań zrównoważonego rozwoju, przejmują zachowania otoczenia, postępującego w bardziej „zielony” sposób. W ustalonych, istniejących od wielu lat społecznościach, największa zmiana dokonuje się wraz z wprowadzeniem się do sąsiedztwa lub budynku młodych, aktywnych osób, które same inicjują działania na rzecz poprawy istniejących warunków (Grabkowska, 2010). Potwierdza to słuszność łączenia w ramach jednego założenia różnych typów lokali skierowanych do konsumentów zdywersyfikowanych pod względem zamożności, wykształcenia, stylu życia i świadomości ekologicznej.

Grupa zagrożona wykluczeniem ekonomicznym to także osoby starsze. W momencie, kiedy gospodarstwo domowe zmniejsza się, a dochody obniżają się wraz z osiągnięciem wieku emerytalnego, nadwyżka powierzchni użytkowej staje się problemem ze względu na koszty utrzymania. Dodatkowo obniżona mobilność osób starszych uniemożliwia lub utrudnia dostęp do zlokalizowanych daleko usług. Najbardziej racjonalnym rozwiązaniem wydaje się zamiana mieszkania na mniejsze, położone bliżej punktów handlowych czy ośrodka zdrowia lub dostosowanie istniejącego lokalu do nowych potrzeb (na przykład podzielenie go na dwa mniejsze). Uwolnienie części wartości mieszkania może okazać się konieczne dla zapewnienia sobie utrzymania przez osoby w wieku poprodukcyjnym (możliwości opisane w rozdziale 2.4.1. *Wymiar ekonomiczny decyzji mieszkaniowych*). Ludzie starsi niechętnie podejmują ryzyko finansowe oraz decyzje związane z poważnymi zmianami, w tym wyprowadzeniem się z dotychczasowego sąsiedztwa. Z drugiej strony potrzebują doradztwa w zakresie dopasowania mieszkania do nowych potrzeb, zwłaszcza w kwestiach administracyjnych, finansowych i technologicznych. Na Zachodzie istnieją organizacje non profit udzielające osobom starszym takich konsultacji poprzez prezentację i porównanie różnych możliwości. Korzystają ze współpracy z przedsiębiorstwami deweloperskimi, pośrednikami nieruchomości, doradcami finansowymi i ośrodkami dla seniorów, jednak zachowują niezależność i obiektywizm przekazywanych informacji. Brytyjska Elderly Accommodation Counsel, działająca od 1984 roku instytucja charytatywna, zajmuje się darmowym doradzaniem osobom starszym w podejmowaniu decyzji dotyczących ich potrzeb związanych z mieszkaniem i opieką.

³⁰⁵ Dane Intergovernmental Panel for Climate Change, 2007.

Zapewnia informacje na temat brytyjskich domów opieki, spokojnej starości oraz miasteczek seniorów. Zamieszcza również oferty sprzedaży i wynajmu nieruchomości, którymi mogłyby być zainteresowane osoby starsze. Amerykańska National Council on Aging to organizacja non profit, której misją jest poprawa warunków życia Amerykanów w podeszłym wieku. Koordynuje współpracę organizacji pozarządowych, samorządów i przedsiębiorstw zapewniających mieszkania i usługi seniorom. W ramach programu „Use Your Home to Stay at Home” pomaga osobom starszym skorzystać z odwróconej hipoteki. W Polsce brakuje podobnych działań dla seniorów, które pomagałyby im w podjęciu najkorzystniejszych decyzji. Powołane w ostatnich latach stanowiska rzecznika do spraw osób starszych o lokalnym lub regionalnym zasięgu³⁰⁶ mogłyby stanowić podstawę dla stworzenia podobnych instytucji. Decyzje o dożywotniej rencie, odwróconej hipotece czy sprzedaży mieszkań powinny być poprzedzone wykonaniem symulacji finansowych określających, czy jest to najbardziej optymalne rozwiązanie dla właściciela.

Żadna z proponowanych powyżej strategii nie może być przeprowadzona bez odgórnych regulacji i zewnętrznej pomocy dla wykluczonych osób. Ogromna skala niedoborów socjalnych i komunalnych zasobów mieszkaniowych w Polsce dodatkowo ogranicza potencjalne działania na rzecz zapewnienia schronienia najuboższym. Zróżnicowanie adresatów działań, z uwzględnieniem ich poziomu inicjatywy i refleksyjności, mogłoby przynieść alternatywne rozwiązania wzorowane zarówno na modelach zachodnich, jak i przykładach zaczerpniętych z krajów borykających się z problemami bezdomności. Krytyczną kwestią pozostaje standard, lokalizacja i poziom energooszczędności nowo realizowanych lokali, które nie powinny ulegać obniżeniu z uwagi na konsekwencje ekonomiczne dla mieszkańców, dla których opłaty za energię i transport stanowią poważne obciążenie budżetowe oraz konsekwencje środowiskowe, które dotyczą wszystkich.

KONSUMENTY KATEGORII C - PODSUMOWANIE

- Znaczenie zapobiegania wykluczeniu z konsumpcji mieszkaniowej
- Alternatywne rozwiązania możliwe w przypadku wysokiej refleksyjności i chęci podjęcia inicjatywy
- Pomoc zewnętrzna (regulacje, subsydia, informacja) jako środek osiągnięcia mieszkaniowej samodzielności i zapewnienia odpowiedniej jakości zasobów
- Konieczność podnoszenia wiedzy i uświadamiania użytkowników konsekwencji działań w kontekście zrównoważonego rozwoju

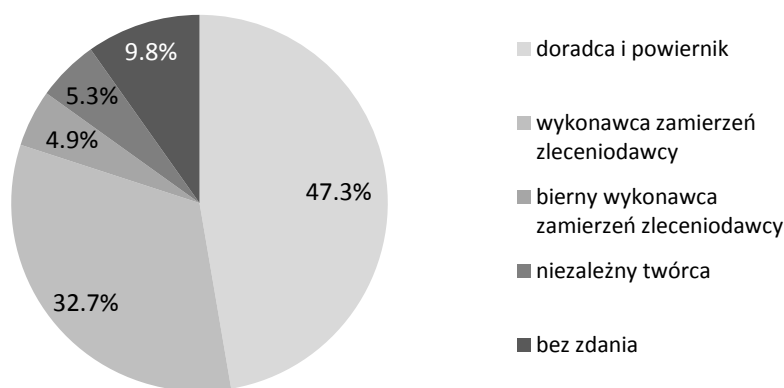
³⁰⁶ M.in. we Wrocławiu, Częstochowie i Olsztynie.

3.3. Rola architekta

[Architektura] kształtuje sposób, w jaki żyjemy, nawet jeśli nie aż tak bezpośrednio, jak wyobrażają sobie to niektórzy architekci. [...] ma siłę kadrowania świata/tworzenia dla niego ram, usuwa rzeczy, których architekt nie chce, abyśmy widzieli, koncentrując się tych, które mamy widzieć. (Sudjic, 2005 str. 222)

Kontekst zrównoważonego rozwoju wymaga holistycznego, interdyscyplinarnego i kompleksowego podejścia do kwestii zabudowy mieszkaniowej. Dom nabrał wspólnie dodatkowego znaczenia i przejmuje coraz więcej funkcji – nie jest już tylko schronieniem i centrum życia rodzinnego, ale może być miejscem pracy, wirtualnych zakupów i kontaktów towarzyskich, miejscem opieki zdrowotnej lub nawet więzieniem (Thorns, 1973, strony 106-107). Nie tylko funkcje, ale i tradycyjny rozkład zajęć domowników ulega przemianom - czas i przestrzeń stały się całkowicie zindywidualizowane (Toffler, 1980 str. 260). Podobnie jak tradycyjne relacje społeczne i wzorce rodziny zostały zastąpione przez współczesne, wypieraniu ulegają także dawne modele zamieszkania. Nowe formy osiedleńcze wymagają nie tylko stosowania nowoczesnych typologii i technologii, ale i refleksyjnego kształtowania relacji w sąsiedztwie i lokalnej społeczności (Beck, 2005 str. 97). Rola architekta, jako eksperta poszukującego optymalnych rozwiązań, powinna w związku z tym nabierać znaczenia, jednak następuje zjawisko odwrotne. Marginalizacja tego zawodu pogłębia się pomimo kompetencji do dyrygowania i zarządzania procesami inwestycyjnymi (Bennetts, 2011). Tradycyjnie architektura, zwłaszcza o wysokim profilu, była traktowana jako prestiżowa, kreatywna, niepodlegająca ocenie profesja (Mitchell, i inni, 2003, str. 16). Obecnie, zwłaszcza w przypadku dużych inwestycji, menedżer projektu ma większą siłę decyzyjną, wypierając projektanta i sprowadzając go do roli koordynacyjnej w zakresie rozwiązań funkcjonalnych i budowlanych. Podejmowanie decyzji przenoszone jest na uczestników procesu inwestycyjnego, którzy są odpowiedzialni za finansową i organizacyjną stronę procesu oraz na wykonawców. Wysoka konkurencyjność pomiędzy pracownikami i uzależnienie zleceń od zadowolenia inwestorów powoduje utratę twórczej autonomii. Zdobywanie pozycji wymaga zamówień zdobywanych dzięki kontaktom biznesowym lub sukcesów w konkursach architektonicznych, przy czym tylko elitarna grupa jest w stanie przejść przez proces kwalifikacji. W wypracowaniu reputacji i wizerunku pomagają prezentacje projektów w czasopiśmie branżowych i na wystawach (Mitchell, i inni, 2003, str. 16). *Aby ich zauważono na rynku mieszkaniowym, architekci muszą „się bawić” w stylistyczne gry, które choć generują modę na określone rozwiązania, nie rozwiązują jednak zarazem problemów*

związanych z przestrzenią przyjazną człowiekowi lub zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych ludzi bezdomnych i biednych, a także degradacji substancji mieszkaniowej itd. (Kwiatkowska, 2003), a wykluczanie architekta z procesu tworzenia zasobów mieszkaniowych następuje wszędzie tam, gdzie odbywa się masowa produkcja zasobów lub popularne są projekty powtarzalne. Dotyczy to zarówno zabudowy wielorodzinnej, jak i domów jednorodzinnych (np. w USA, Australii i krajach skandynawskich dużą część produkcji mieszkaniowej stanowi powtarzalne drewniane budownictwo jednorodzinne (Kwiatkowska, 2003), odnosi się to także do budowanych w Polsce domów na podstawie projektów gotowych).



Wykres 64. Rola architekta według polskich respondentów (Stachura, 2007).

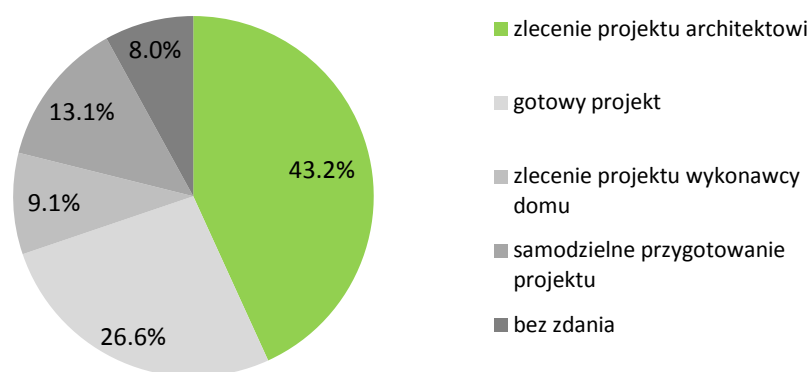
W Polsce wysoki prestiż profesji architekta nie zapobiega marginalizacji jego roli w procesie inwestycyjnym, pomimo wysokiej produkcji mieszkaniowej w ostatnich latach. Inwestycje deweloperskie opierają się na zachowawczych formach, trafiających w uśrednione preferencje nabywców, a budowa domów jednorodzinnych, stanowiąca ok. połowy nowo powstających lokali mieszkalnych³⁰⁷, bazuje głównie na projektach gotowych. Według badań, przeprowadzonych przez CBOS w 2005 roku na zlecenie Izby Architektów (patrz wykres 65), SARP i Ministerstwa Kultury, aż 43,2% ankietowanych twierdzi, że w sytuacji budowy własnego domu zdecydowałoby się na projekt indywidualny, wykonany przez architekta, a 13,1% podjęłoby się tego zadania samodzielnie. Tylko około jednej czwartej badanych osób zadeklarowało skorzystanie z gotowego projektu (CBOS, 2005). Wskaźniki te stoją w sprzeczności z faktyczną liczbą domów budowanych

³⁰⁷ Dane GUS dla lat 2009-2011.

na podstawie indywidualnych i gotowych projektów. Nie ma badań, które potwierdzałyby liczbę inwestycji realizowanych na podstawie rozwiązań z katalogów. Dokładny odsetek trudno określić m.in. z uwagi na zjawisko modyfikowania lub kopiowania gotowych projektów bez poszanowania praw autorskich projektanta (każdy projekt typowy musi być złożony do pozwolenia na budowę przez uprawnionego architekta, ze zmianami odnośnie m.in. usytuowania na działce), lecz orientacyjne szacunki wskazują na ok. 70% (Olszewska-Krysztofiak & Fabijańczuk, 2007). Projekty indywidualne zamawiane są wówczas, gdy inwestorom zależy na wyjątkowym projekcie lub gdy zewnętrzne uwarunkowania (np. wielkość i ukształtowanie działki lub specyficzne wytyczne planistyczne) nie pozwalają na zastosowanie gotowej koncepcji. Popularność projektów typowych wynika z kilku przyczyn³⁰⁸. Najważniejszą stanowi cena niższa niż projektu indywidualnego, zwłaszcza, gdy podmiejski dom ma stanowić tańszą alternatywę dla mieszkania bliżej centrum. Domy te są często realizowane sposobem gospodarczym, przy samodzielnym wykonywaniu części prac budowlanych i rozplanowaniu inwestycji na lata. Użyte materiały i rozwiązania budowlane są w takim przypadku podstawowe i niedrogie, jednak nie dotyczy to zawsze rozwiązań architektonicznych. Brak wiedzy na temat funkcjonalności budynku, technik budowlanych i ekonomiki projektowania nie pozwala na prawidłowe oszacowanie opłacalności rozwiązań, chociaż niektóre projekty gotowe zawierają kosztorysy pozwalające na porównanie między poszczególnymi wariantami. Inwestorzy często kierują się intuicją i atrakcyjnymi wizualizacjami, dzięki którym mogą zobaczyć obraz ostatecznego produktu (patrz rozdziały 2.3.4. i 2.5.). Korzyści płynące ze współpracy z architektem bywają niedoceniane, a rezygnacja z niej może skutkować błędami lub drogimi w eksploatacji rozwiązaniami w zakresie usytuowania domu na działce, wielkości czy formy. Wielu inwestorom wiedza ekspercka w zakresie projektowania wydaje się zbędnym i drogim wydatkiem. Giddens, w kontekście wiedzy eksperckiej, przywołuje przykład lekarza ogólnego, którego rola, pomimo braku specjalizacji w konkretnej dziedzinie medycyny, polega na określeniu, do którego specjalisty należy skierować pacjenta (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 88). Analogicznie do tego

³⁰⁸ Interesująca jest geneza projektów powtarzalnych w Stanach Zjednoczonych. Na przełomie XVIII i XIX wieku mieszkańcy pragnęli, aby ich domy były ucieleśnieniem i wyrażeniem nowego porządku społecznego. Zbyt ekstrawagancka architektura nie przystawała do republikańskich ideałów, a budownictwem zależało na ekonomiczności i praktyczności rozwiązań. W praktyce domy urzędników i rzemieślników wyglądały jak skromniejsze wersje domów zamożniejszych obywateli. Około 1800 roku domy wolno stojące zaczęły być wypierane przez szeregowe, których typowe projekty zdominowały budownictwo mieszkaniowe. Wzory rzutów i elewacji czerpano z katalogów lub tworzono je na podobieństwo istniejących budynków. Stanowiło to jednak wybór estetyczny i „ideologiczny”, a nie ekonomiczny - poszczególne elementy były wykonywane na placu budowy, więc ich powtarzalność nie pozwalała na oszczędności wynikające z masowej fabrykacji. Indywidualne budownictwo mieszkaniowe rozpoczęli dopiero bardziej wymagający klienci, budujący domy na przedmieściach w drugiej połowie XIX wieku (Wright, 1981 strony 24-34). W czasie powojennego boomu powtarzalność projektów wynikała z efektywnych i tanich technologii prefabrykacji.

przykładu polscy konsumenci unikają specjalistycznych ekspertyz w różnych dziedzinach³⁰⁹. Z drugiej strony projekty gotowe mogą pomóc w popularyzacji pewnych technologicznych rozwiązań, tak jak dostępne już na polskim rynku projekty domów energooszczędnych. Ich dostosowanie do warunków działki i tak wymaga zaangażowania wykwalifikowanego w ich projektowaniu architekta, ponieważ konsekwencje wynikające np. z niewłaściwego zorientowania budynku pasywnego względem stron świata może przynieść efekty odwrotne od zamierzonych. Indywidualny projekt, kosztujący do kilku procent wartości całkowitej inwestycji, pozwala optymalnie wykorzystać nie tylko walory terenu, ale także jego wady. Nietypowe, pozornie trudne do zagospodarowania i w związku z tym tańsze działki, posiadają potencjał, który inwestor może spożytkować wyłącznie dzięki projektowi indywidualnemu. Potwierdzają to słowa architekta Kuby Szczęsnego, który niekiedy projektuje zabudowę takich przestrzeni³¹⁰: *Szukaj działek, które są nietypowe, bo wtedy dostaniesz więcej. [...] Niewielkie przestrzenie kojarzą się źle, z ograniczeniami i niemożnością działania [...]. - Nie zdajemy sobie sprawy, ile wraz z nimi otrzymamy. Przede wszystkim takie działki można taniej kupić. Rzadko kto się nimi interesuje, więc i ich ceny nie są windowane* (Milczarek, 2010).



Wykres 65: Preferencje Polaków wobec projektu własnego domu. Na podstawie (Stachura, 2007).

Genezy marginalizacji pozycji architekta można doszukiwać się także w kryzysie modernistycznej architektury. Zgodnie z lefebvre'owską koncepcją produkcji przestrzeni („miejsce konsumpcji i konsumpcja miejsca”), architekci przekładają idee na język materii – domu i tkanki miejskiej (Lefebvre, 1991). Idealistyczna misja unowocześniania świata podparta była wiarą

³⁰⁹ Według raportu Ipsos „Polski konsument OTC” z 2010 roku ponad 70% Polaków leczy dolegliwości bez konsultacji z lekarzem.

³¹⁰ M.in. dom dla pisarza Egara Kereta, o szerokości wnętrza równej 133 cm, zbudowany pomiędzy dwoma budynkami na warszawskiej Woli. Projekt realizowany jest przez Fundację Polskiej Sztuki Nowoczesnej dzięki finansowemu wsparciu Biura Kultury m.st Warszawy, Narodowego Centrum Kultury oraz LHI. Dane: www.centrala.net.pl.

w rolę architektury jako motoru zmian zgodnie z manifestem Le Cobusiera z 1923 roku: *Architektura albo rewolucja. Rewolucji można uniknąć* (Le Corbusier, 1986, str. 289). Nie przypadkiem wiele demonstracji 1968 w Europie zostało zainicjowanych na wydziałach architektury (Caute, 1988) (Jones, Petrescu, & Till, 2005). Wraz z oddawaniem się misji poprawiania świata, architekci oddalali się od bezpośrednich odbiorców swojej pracy projektowej. Dawniej lokalna kultura budowlana obejmowała nie tylko charakterystyczne dla danego kręgu kulturowego i geograficznej lokalizacji formy, ale odzwierciedlała także indywidualne potrzeby jej użytkowników, tworząc harmonijne, zrównoważone środowisko zamieszkania (Frampton, 1983). Zastąpienie architektury wernakularnej powtarzalnymi „maszynami do mieszkania” angażuje architekta tylko jako twórcę, ale nie stawia go w dialogu z użytkownikami budynków i ich potrzebami. Filozofia postępu w zderzeniu z formalną manierą pozbawiły architekturę indywidualności, skutkując produkcją masowych, wyrwanych z lokalnego kontekstu budynków. Próby odwrócenia tego procesu przyniosły niewielki skutek – w realiach gospodarki rynkowej na zindywidualizowane miejsce zamieszkania mogą pozwolić sobie tylko najzamożniejsi. Z drugiej strony nawet najmniejsze modyfikacje własnego lokum, które kiedyś byłyby elementem architektury wernakularnej, wymagają obecnie zaangażowania architekta. Przeciętny Amerykanin lub Brytyjczyk kupuje i sprzedaje dom około czterech razy w życiu, współpracując z szeregiem specjalistów – od prawników po architektów (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 128). Zaatrudnienia architekta wymagają także zarówno adaptacje projektów gotowych do uwarunkowań działki, jak i nieskomplikowane przebudowy i rozbudowy³¹¹. Z jednej strony może to ograniczać postrzeganie roli i kompetencji architekta do minimalizujących ryzyko konsultacji eksperckich potwierdzających zgodność z przepisami i standardami budowlanymi. Z drugiej strony większe zaangażowanie może być odczytywane jako naruszenie autonomii i indywidualności klienta – kryzys modernistycznej architektury wynikał między innymi z braku zaufania do zbyt autorytarnych i narzucających własną wizję projektantów. Pedantyczne porządkowanie świata przez architektów w rzeczywistości sprowadza się do absolutnej kontroli organizowania przestrzeni życiowej i formalnej konsekwencji narzucanej klientom: *Istnieje głęboko zakorzenione przekonanie, że architekt odnosi sukces tylko wtedy, gdy udaje mu się przekonać klienta do zbudowania nie tylko czegoś, czego nie rozumie, ale czegoś, czego nie chce* (Sudjic, 2005 str. 222). Do najsztywniejszych przykładów takiego dyktatu należy wykonany przez Le Corbusiera projekt willi dla państwa Savoye w podparyskim Poissy. Rewolucyjność projektu wymagała ogromnych kompromisów oraz cierpliwości ze strony inwestorów. Entuzjastycznie przyjęty przez architektów na całym świecie

³¹¹ M.in. popularnych zwłaszcza w Wielkiej Brytanii jako sposób na powiększenie przestrzeni życiowej w zabudowie szeregowej przy wąskich i głębokich działkach (Calverley, 2004).

płaski dach, realizacja jednego z pięciu punktów Le Corbusiera, nie mógł być w latach 20. XX wieku wykonany w należyty sposób – brakowało pozwalających na takie rozwiązanie technologii. Wkrótce po wprowadzeniu się rodziny do domu, przeciek w jednej z sypialni doprowadził syna państwa Savoye do poważnej choroby, a architekta poproszono o dokonanie poprawek projektowych w budynku, który, zdaniem jego właścicieli, nie nadawał się do użytkowania (Botton, 2006). Dom stał się mimo to ikoną współczesnej architektury, którą do dziś podziwiają turyści z całego świata. Również współcześnie wiele atrakcyjnych wizualnie domów jest niewygodnych z uwagi na stylistyczny rygor architektonicznej konsekwencji, narzucający rozwiązania wpływające na komfort użytkownika. Klienci, którym zależy na podkreśleniu swojego statusu oraz znajomości nowoczesnych tendencji w architekturze, potrafią zdecydować się na poważne kompromisy w swoim stylu życia. W kulturze popularnej pretensjonalność takiej sytuacji jest jednak łatwo demaskowana i staje się obiektem krytyki lub żartów. Zjawisko to wyśmiał już w latach 50. Jacques Tati, przedstawiając w przejawionym świetle styl życia zamożnej francuskiej klasy średniej (film „Mój wujaszek” z 1958 roku, ryc. 66). Reprezentacja współczesnej architektury mieszkaniowej także cechuje się odhumanizowaną sterylnością i nawet mieszkańcy, sfotografowani podczas codziennych czynności, wydają się pozbawieni spontaniczności. Ironicznie przedstawia to popularny blog internetowy „Unhappy Hipsters”³¹². Zdjęcia wysmakowanych wnętrz, publikowane wcześniej w amerykańskim czasopiśmie „Dwell”, opatrywane są komentarzami podkreślającymi pretensjonalność sytuacji, w których sfotografowano mieszkańców (ryc.66). Ila Bêka i Louise Lemoine w 2008 roku nakręcili film dokumentalny „Koolhaas Houselife” o trudnościach związanych z utrzymaniem w porządku i zadowalającym stanie technicznym rezydencji według projektu Rema Koolhaasa w Bordeaux. Żartobliwe zestawienie ambitnego dzieła architektonicznego z banalnością prac porządkowych unaocniło dystans pomiędzy architektem a użytkownikiem. Lekko prześmiewczy wizerunek architekta-tworcy pomaga w równoważeniu rozpowszechnianego dotychczas prestiżowego obrazu niedostępnego, oderwanego od rzeczywistości *spadkobiercy heroicznego modernistycznej misji* (Levinson, 2000) i pozwala na krytyczne spojrzenie na profesję, przybliżając go z powrotem w stronę klienta i użytkownika.

³¹² www.unhappyhipsters.com (autorki: Molly Jane Quinn i Jenna Talbott).



Ryc. 66. Pretensjonalne miejsce zamieszkania.

Po lewej: Villa Arpel (proj. J. Lagrange'a) jako scenografia filmu Jaque'a Tati „Mój wujaszek” z 1958 roku. Źródło: www.archined.nl. Po prawej: fotografia z bloga internetowego www.unhappyhipsters.com, opublikowana wcześniej w magazynie „Dwell” (7 września 2011), opatrzona komentarzem: *Nie ma nic bardziej kojącego niż widok własnego domu po długim, ciężkim dniu.*

Proces inwestycyjny jest rozdrobniony i podzielony pomiędzy ekspertów różnych branż. Profesja architekta, jako jedyna, łączy w sobie wiedzę i umiejętność współpracy z jego wszystkimi uczestnikami. Jako świadomy problematyki zrównoważonego rozwoju ekspert i mediator między konsumentem a producentem, projektant ma świadomość potrzeb użytkownika i konsekwencji jego wyborów, a jednocześnie, w przypadku realizacji deweloperskich, realizuje zamierzenia inwestora, którego celem jest osiągnięcie zysku. Posiada umiejętność interpretacji kwestii związanych z cyklem życiowym budynku, jego rolą i kontekstem w tkance miejskiej. Jest w stanie zaobserwować i ocenić niuanse dotyczące stylu, tradycji, estetyki, formy i jakości, ale także ekonomiki rozwiązań i ograniczeń budżetowych. Ma przewagę nad ekspertami wąskich specjalizacji, którzy często nie rozumieją tych współzależności. Budownictwo mieszkaniowe to klasyczny przykład konserwatyizmu, uwarunkowanego koniecznością operowania w ramach rządowych i przemysłowych regulacji, co wpływa ograniczająco na twórcze i długofalowe rozwiązywanie problemów (Goodier & Pan, 2010). Architekt poprawnie interpretuje pojęcia mody w architekturze i może zasugerować rozwiązania związane z wizerunkiem budynku, które skuteczniej zadziałają marketingowo. Poprzez kreatywne podejście do zagadnienia projektowego oraz znajomość ewolucji form zamieszkania potrafi wskazać możliwe przyszłościowe tendencje. Ma jednak utrudnioną rolę – realizując wymagania inwestora jest rozbity pomiędzy pragnieniami i subiektywnymi decyzjami klienta a kwestiami zrównoważonego rozwoju, wymagającymi kompromisów ze strony przyszłego użytkownika. Z kolei w przypadku zleceń od przedsiębiorstw deweloperskich podlega tyranii budżetu

i zysków. Etyka zawodu wymaga znalezienia jak najbardziej zrównoważonych rozwiązań, jednak praktyka zmusza często do przyjęcia wizji zlecniodawcy bez względu na jej potencjalnie negatywne konsekwencje. Pragnienie uniezależnienia od decyzji klienta skłania projektantów do samodzielnych poszukiwań. W przedstawionych poniżej studiach przypadków architekci byli inicjatorami lub pomysłodawcami zastosowanych „zrównoważonych” rozwiązań. Na osiedlu BedZED (rozdział 4.1.) cała idea założenia pochodziła od architekta, który jako projektant i koordynator pozostał zaangażowany we wszystkie fazy inwestycji - od pierwszych koncepcji aż do pozyskiwania materiałów budowlanych. W osiedlach na powojkowych obszarach w Tybindze od architektów pochodził, wykraczający poza tradycyjny masterplan i rozwiązania projektowe, pomysł realizacji przedsięwzięcia (rozdział 4.2.).

Architekci posiadają większą odwagę w niekonwencjonalnym zagospodarowaniu działki i użyciu materiałów budowlanych, a także w stosowaniu mało jeszcze popularnych na rynku rozwiązań energooszczędnych³¹³. Kreatywność i nieortodoksyjne spojrzenie na zagadnienie zamieszkania przekłada się także na współczesne tendencje projektowania domów tymczasowych, przenośnych czy „pasożytujących” na innych budynkach w odpowiedzi na potrzeby mobilnego, społeczeństwa „współczesnych nomadów” (Piątek, 2008). Są one unikalnymi realizacjami o eksperymentalnym charakterze, jednak pozwalają na zmianę tradycyjnego paradygmatu zamieszkania i tworzą nowe typologie domów wypełniających niezagospodarowane miejskie przestrzenie. Komercyjni lub indywidualni inwestorzy starają się unikać ryzykownych decyzji, które mogłyby przełożyć się na finansowe straty. Gotowość do aplikowania pomysłów w praktyce i samodzielnego przetestowania nowatorskich rozwiązań sprawiają, że domy własne architektów stają się niekiedy polem eksperymentalnych działań. Oprócz funkcji użytkowych i roli „mieszkalnego laboratorium” stanowią jednocześnie przekaz świadczący o talencie i wyczuciu projektanta - realizacja własnego domu to dla architekta największe wyzwanie i ryzyko³¹⁴. Dom własny może stać się manifestem lub prototypem. Przykładami mogą być wspomniane w rozdziale 4.3. *Skala miasta – Fryburg Bryzgowijski* i „zielony” branding Heliotrope³¹⁵ (przykład architektury solarnej) lub Bolko

³¹³ Na podstawie rozmów z polskimi architektami, realizującymi domy własne: prawie wszyscy wskazywali na chęć stosowania energooszczędnych rozwiązań (głównie podwyższonej izolacyjności termicznej oraz systemów rekuperacji ciepła w wentylacji mechanicznej). Podstawowymi przyczynami, wpływającymi na rezygnację z tych planów, była wysoka cena rozwiązań lub brak doświadczenia we współpracy z instalatorami.

³¹⁴ Architects Inhabit, seminarium zorganizowane przez Architectural Association of Ireland, Trinity College Dublin, 11 marca 2010.

³¹⁵ www.rolfdisch.de

Loft Przemio Łukasika ze śląskiej pracowni Medusa Group³¹⁶ (jako adaptacja istniejących zasobów, rozdział 2.4.5 *Moda i marka*) – patrz ryc.67. Architekci potrafią także odnaleźć inwestycyjny potencjał w już zabudowanych częściach miasta. Projektanci z irlandzkiej pracowni A2 Architects kupili dom szeregowy w Dublinie, usytuowany na długiej działce i zrealizowali w 2009 roku nowy budynek na jej drugim końcu, inicjując w ten sposób proces zagospodarowywania niewykorzystanej przestrzeni w atrakcyjnie zlokalizowanej dzielnicy. Powtarzalny projekt pozwala na stworzenie konsekwentnej pierzei, a domy mogą być realizowane stopniowo, wypełniając wolne przestrzenie³¹⁷. Kompetencje w zarządzaniu projektem i kierowaniem procesem inwestycyjnym oraz współpraca ze sprawdzonymi specjalistami pozwalają architektom także na prowadzenie działalności typowej dla organizacji pozarządowych i fundacji zajmujących się społecznym budownictwem mieszkaniowym. Współuczestniczą również w niewielkich przedsięwzięciach deweloperskich. Aby sformalizować swoją działalność, zakładają przedsiębiorstwa. Było tak w przypadku chilijskiego architekta Alejandro Araveny, który jest dyrektorem firmy Elemental zrzeszającej projektantów, inżynierów, pracowników społecznych i wykonawców przy wsparciu firmy Copec i Pontificia Universidad Católica de Chile. Firma prowadzi działalność na pograniczu pracowni projektowej, jednostki edukacyjno-badawczej, przedsiębiorstwa deweloperskiego i organizacji społecznej³¹⁸. Także w Polsce architekci angażują się w inicjatywy obywatelskie oraz poszukiwanie alternatywy dla dostępnych na wolnym rynku mieszkań, m.in. opisane w rozdziale 3.2.1. próby wskrzeszenia mikrospołdzielczości mieszkaniowej prowadzone są przez architektów.

³¹⁶ P. Łukasik w wywiadzie z B.Rakiem (www.socjomania.pl, styczeń 2010): *To się stało manifestem, w sposób trochę niezamierzony, a na pewno przypadkowy. [...] mieszkanie w Bytomiu, w tej lampiarni, jest sposobem na to, żeby zamieszkać w przestrzeni moim zdaniem normalnej, a przy okazji niewielkim kosztem. Jako architekt dzięki temu uciekam od konwencji. To jest taka ucieczka z uśmiechem. Działania w tym budynku oparłem po pierwsze na skromnym budżecie, po drugie na próbie zachowania charakteru tego miejsca, utrwaleniu jego historii.*

³¹⁷ Projekt funkcjonuje pod nazwą Lucky Lane.

³¹⁸ Promocja firmy, która utrzymuje się z zysku z otrzymywanych zleceń, obejmuje typowe dla komercyjnych przedsięwzięć środki, włączając reklamę telewizyjną (wystawa „Small Scale, Big Change: New Architectures of Social Engagement” w Museum of Modern Art w Nowym Jorku (kurator A.Lepik, 2010-2011).



Ryc. 67. Domy własne architektów.

Po lewej: Bolko Loft, Bytom, proj. Medusa Group (źródło: www.medusagroup.pl). Po prawej: Heliotrope, Fryburg Bryzgowijski, proj. R. Disch (źródło: www.rolfdisch.de).

Konieczność tworzenia zasobów mieszkaniowych, zgodnych z założeniami zrównoważonego rozwoju, ma szansę przywrócić architektowi pozycję lidera i zmienić przyszłość profesji (Bennetts, 2011). Paradoksalnie możliwość odzyskania utraconej pozycji wynika także z niektórych aspektów konsumpcjonizmu - stawiania na oryginalność i ponadprzeciętność, które wymagają kreatywnego podejścia do projektowania, jakie może zapewnić architekt. Produkty mieszkaniowe, uwzględniające poziom siły nabywczej i refleksyjności użytkowników, wymagają zindywidualizowania, ponieważ standardowa oferta rynkowa odpowiada głównie na uśrednione potrzeby i preferencje nabywców. Wśród zaproponowanych w rozdziale 3.2. strategii kreowania „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych oraz zachęcania odbiorców do ich wybierania (przy jednoczesnej opłacalności ekonomicznej), większość wymaga udziału architekta. Nawet koncepcje, opierające się na instrukcjach *open source*³¹⁹ lub samodzielnej realizacji własnego miejsca zamieszkania, są albo inicjowane przez architektów, albo polegają na ich ekspertyzie i doradztwie. W przypadku inwestycji komercyjnych projektanci potrafią wzbogacić je o wartość dodaną (np. związaną z rozwiązaniami energooszczędnymi lub pozwalającą na prowadzenie zgodnego z „zielonymi” trendami stylu życia), która uatrakcyjnia rynkową ofertę, skierowaną do określonej grupy docelowej, a jednocześnie promuje założenia zrównoważonego rozwoju. Problem niedoboru zasobów mieszkaniowych dla osób wykluczonych wymaga rozwiązań niestandardowych, bazujących na poprawie jakości istniejącej zabudowy, adaptacji budynków o innych funkcjach i współudziale użytkowników w procesie projektowym i realizacyjnym. Architekt potrafi odkryć potencjał w istniejących zasobach

³¹⁹ Pojęcie wyjaśnione w rozdziale 3.2.1. *Kategoria A – konsumenci o wysokim poziomie refleksyjności.*

i skoordynować proces ich adaptacji przy uwzględnieniu ograniczeń budżetowych. Rozwiązania muszą wynikać z kontekstu zarówno geograficznego, jak i społeczno-ekonomicznego oraz być zakotwiczone w lokalnych uwarunkowaniach przy jednoczesnym utrzymaniu maksymalnej elastyczności przyjętych rozwiązań. Wysoka adaptowalność projektów stanowi warunek wydłużenia cyku życiowego budynków - domów „rosnących” wraz z rodziną, możliwych do przebudowy i adaptacji do zmieniających się potrzeb. Obecnie nawet w najbardziej konsumpcyjnie zorientowanych Stanach Zjednoczonych zauważana jest potrzeba tworzenia domów mniejszych, ale bardziej wielofunkcyjnych, dopasowanych do nowych stylów życia i pracy (Schor J. B., 2010). Zróżnicowanie jednostek w ramach jednego założenia mieszkaniowego, pożądane z uwagi na negatywne konsekwencje segregacji użytkowników pod względem ich pozycji społeczno-ekonomicznej, wiąże się z szeregiem wyzwań (Bailey & Manzi, 2008). Architekt może zarekomendować rozwiązania projektowe, które zminimalizują ryzyko stygmatyzacji oraz wpłyną pozytywnie na zmianę zachowania użytkowników. Bywa pomysłodawcą strategii finansowania inwestycji, zarządzania obiektami oraz stosowania technologii energooszczędnych, których efektywność musi podlegać monitorowaniu. Schematy działań i inwestycji mogą być zaczerpnięte z przetestowanych wcześniej rozwiązań, ale wymagają dopasowania do lokalnych warunków. Wzrasta rola projektu od etapu wstępnej koncepcji poprzez realizację, późniejsze adaptacje, aż do recykliczacji komponentów budynku. Projektowanie nie jest ekskluzywnym zajęciem architektów i wymaga dialogu pomiędzy branżystami, klientem, użytkownikami i lokalnymi społecznościami oraz zintegrowania z polityką mieszkaniową, energetyczną i miejską. Charakter profesji staje się bardziej ekspercki i doradczy, a praktyka projektowa najprawdopodobniej ewoluować będzie zgodnie z dwoma głównymi scenariuszami. Pierwszy to holistyczne działanie na pograniczu kilku dziedzin (projektowych bądź związanych z realizacją inwestycji), drugi łączy się z powstaniem nowych specjalizacji, m.in. w zakresie budownictwa energooszczędnego. Zmiany w kompetencjach i charakterze profesji oznaczają potrzebę dostosowania systemu kształcenia. Obecnie edukacyjne standardy³²⁰ kładą nacisk na projektowanie, szeroko pojęty design i kreatywność, a wprowadzenie holistycznego, ideowego podejścia w szkołach architektury spotyka się z oporem i trudnościami (Mitchell, i inni, 2003, str. 16). Zagadnienia zrównoważonego rozwoju mogą być nauczane zarówno jako oddzielny, wprowadzony już przez niektóre uniwersytety kierunek

³²⁰ Ustalone po konferencji w Oxfordzie w 1958 roku; wcześniej edukacja opierała się głównie na stażach zawodowych (Mitchell, i inni, 2003, str. 16).

studiów³²¹ lub jako kursy projektowe albo szkolenia w zakresie energooszczędnych technologii, certyfikacji energetycznej czy *Baubiologie*³²². Problematyka badań naukowych w kwestii zrównoważonego rozwoju w mieszkalnictwie nie może ograniczać się wyłącznie do aspektów projektowania architektonicznego, nieuznawanego wcześniej przez wiele uniwersytetów jako specjalność akademicka (Mitchell, i inni, 2003). Konieczne jest interdyscyplinarne podejście, obejmujące rozważania w dziedzinach, których zakres dotyka zagadnień środowiska zbudowanego i współczesnych przemian społeczno-gospodarczych (m.in. urbanistyki, geografii, transportu, technologii budowlanych, psychologii, socjologii i ekonomii). Oprócz badań konieczne jest opracowywanie, wdrażanie i testowanie prototypowych rozwiązań³²³. Wiele zależy od finansowania eksperymentów, w związku z czym wskazana wydaje się współpraca z komercyjnymi podmiotami, np. przedsiębiorstwami deweloperskimi lub firmami dostarczającymi technologie budowlane, które mogłyby uzyskać korzyści dzięki wprowadzeniu na rynek innowacyjnych rozwiązań mieszkaniowych. Architekt mógłby funkcjonować jako mediator poszukujący odpowiedzi projektowych na problem rozbieżności między konsumpcyjnymi pragnieniami mieszkańców a wymaganiami założeń zrównoważonego rozwoju. Symboliczne i funkcjonalne znaczenie domu jest jednak zbyt wielkie, aby użytkownicy, zwłaszcza grupa o niskim poziomie refleksyjności, zdecydowali się na radykalne kompromisy.

³²¹ M.in. studia magisterskie "Architecture, Energy and Sustainability" na London Metropolitan University, "Master of Science in Green Building" w San Francisco Institute of Architecture lub "Sustainability, Planning and Environmental Policy" Uniwersytetu w Cardiff.

³²² Dziedzina badająca relację pomiędzy środowiskiem zbudowanym a zdrowiem i samopoczuciem użytkownika. Nazwa pochodzi od *Bau + Biologie* (niem. budowa + biologia) (Mitchell, i inni, 2003).

³²³ Analogicznie do działań prowadzonych przez Media Lab na Massachusetts Institute of Technology, gdzie kampus uniwersytecki służy jako pole testowania prototypowych projektów.

4. Studia przypadków

Przedstawione poniżej studia przypadków obejmują przykłady zastosowania w różnej skali (osiedla, dzielnicy i miasta) strategii kreowania produktów mieszkaniowych, wpisujących się w koncepcję zrównoważonego rozwoju. Skala pojedynczego domu lub wielorodzinnego budynku mieszkalnego została pominięta z uwagi na utrudniającą porównania różnorodność koncepcji oraz wyczerpujący wybór przykładów opisanych w rozdziałach 3.2.1. – 3.2.3. Wybrane inwestycje zrealizowano w Wielkiej Brytanii i Niemczech w ciągu ostatniej jednej lub dwóch dekad (w przypadku Fryburga Bryzgowijskiego geneza procesu sięga lat 70.). Przedstawione przykłady stanowią prototypowe produkty mieszkaniowe i marki skierowane do konkretnego segmentu konsumentów. Dla pewności, że nowe założenia przyciągną wszystkie kategorie potencjalnie zainteresowanych konsumentów, uwzględniono zarówno sytuację społeczno-ekonomiczną, jak i poziom refleksyjności. Projekty okazały się sukcesem inwestycyjnym, korzystnym dla mieszkańców, lokalnych władz, inwestujących prywatnych przedsiębiorstw oraz środowiska. Odegrały istotną rolę edukacyjną, a ich pozytywny medialny wizerunek nadal inspiruje następców w podążaniu za „zielonymi” tendencjami. We wszystkich przypadkach udało się wykroczyć poza schemat myślenia o mieszkalnictwie jako dziedzinie, w której działania ograniczone są do rozwiązań architektonicznych i budowlanych. Integrację działań na polach różnych specjalności wzmocniono przejrzystymi zasadami działania, wynikającymi z przyjętych ogólnych ustaleń - od polityki samorządowej aż do regulacji krajowych. Koncentrowano się na indywidualnym odbiorcy, wprowadzając nie tylko zachęty dla stosowania wprowadzonych ułatwień i technologii, ale także restrykcyjne ograniczenia, gdy z dużym prawdopodobieństwem można było przypuszczać, że wygoda użytkowania przeważa nad chęcią „zielonego” działania.

Zaprezentowane przykłady obejmują takie zagadnienia, jak grupy docelowe projektów, siła nabywcza i refleksyjność konsumentów, konkurencyjność projektów i aspekty finansowe przedsięwzięć. Uwzględniono także rolę i zakres zaangażowania architekta w poszczególnych etapach inwestycji. Poszczególne aspekty projektów i ich realizacji zostały porównane w tabeli *4.4. Zestawienie studiów przypadków.*

4.1. Skala osiedla - BedZED, Londyn



Ryc. 68. BedZED - widok na typowy ciąg zabudowy. Fot. własne.

Nazwa BedZED, ukończonego w 2002 roku ekologicznego osiedla w południowej części Londynu, pochodzi od Beddington Zero (Fossil) Energy Development³²⁴. Zostało ono zrealizowane przez The Peabody Trust, największą londyńską spółdzielnię mieszkaniową, z inicjatywy pracowni projektowej Bill Dunster Architects, która zajmuje się rozwiązaniami proekologicznymi oraz BioRegional Development Group³²⁵. BedZED to eksperymentalne założenie, które stało się pretekstem dla opracowania kompleksowego rozwiązania o charakterze systemowym, wraz z technologią wykonania prototypowego produktu³²⁶. Osiągnięcie podobnego rezultatu, lecz w większej skali, planował brytyjski rząd, inicjując w 2007 roku program budowy modelowych osiedli energooszczędnych („Ecotowns”). Udana realizacja tych założeń ma budować poparcie dla prowadzonej polityki mieszkaniowej, ekologicznej oraz planistycznej³²⁷, lecz inicjatywy tego typu powstają także w wyniku działań prywatnych instytucji i firm oraz organizacji społecznych. Celem programu jest realizacja pięciu nowych miasteczek o minimalnej wielkości od 5 do 10 tysięcy mieszkań. Inwestycje mają na celu przetestowanie rozwiązań dostępnych finansowo oraz stworzenie założeń wzorcowych w poszczególnych kategoriach tematycznych związanych z ekorozwojem, takich

³²⁴ Ang. „osiedle w dzielnicy Beddington zużywające zero energii pozyskanej z paliw kopalnych”.

³²⁵ Niezależna brytyjska organizacja współpracująca z przemysłem, handlem i sektorem publicznym w celu wprowadzenia na szeroki rynek przyjaznych środowisku rozwiązań.

³²⁶ Kontynuacją tej praktyki jest opracowanie systemu domów typowych RuralZED dla budownictwa o niskiej intensywności zabudowy.

³²⁷ Podstawą funkcjonowania programu stała się wytyczna polityki przestrzennej - „Planning Policy Statement: Eco-towns – A supplement to Planning Policy Statement 1”, opublikowana w kwietniu 2009 roku.

jak transport, produkcja energii czy zarządzanie odpadami. Rządowe kryteria narzucają wymóg osiągnięcia zarówno standardu *zero carbon*, jak i zapewnienie szeroko pojętych celów społecznych poprzez budowę infrastruktury oraz zapewnienie miejsc pracy. Kwestie finansowe są szczególnie istotne ze względu na wyzwania związane z rosnącymi cenami nieruchomości w Wielkiej Brytanii, dlatego też 30-40% nowych mieszkań ma być dostępnych finansowo³²⁸. Program opiera się na współpracy między rządem, zapewniającym doradztwo i dofinansowanie, które pozwoli na realizację infrastruktury, samorządami a prywatnymi deweloperami. Kandydaci do uzyskania statusu „ekomiasteczka” rywalizują w przetargu, a pierwsze przeznaczone do realizacji lokalizacje - Whitehill-Bordon (Hampshire), St. Austell (Kornwalia), Rackheat (Norfolk) oraz North West Bicester (Oxfordshire) - zostały oficjalnie zaakceptowane przez rząd w kwietniu 2009³²⁹. Główną korzyścią programu ma być udowodnienie, że zastosowanie technologii energooszczędnych jest możliwe na masową skalę w nowych osiedlach o niskiej i średniej intensywności zamieszkania (niższej niż 50 jednostek na hektar), dominującej wśród nowo realizowanych założeń mieszkaniowych (Dunster, 2007).

	nowa zabudowa	istniejąca zabudowa
ogrzewanie	59 kWh/m ² /rok	140 kWh/m ² /rok
ciepła woda użytkowa	3900 kWh/gosp.domowe/rok	5139 kWh/gosp.domowe/rok

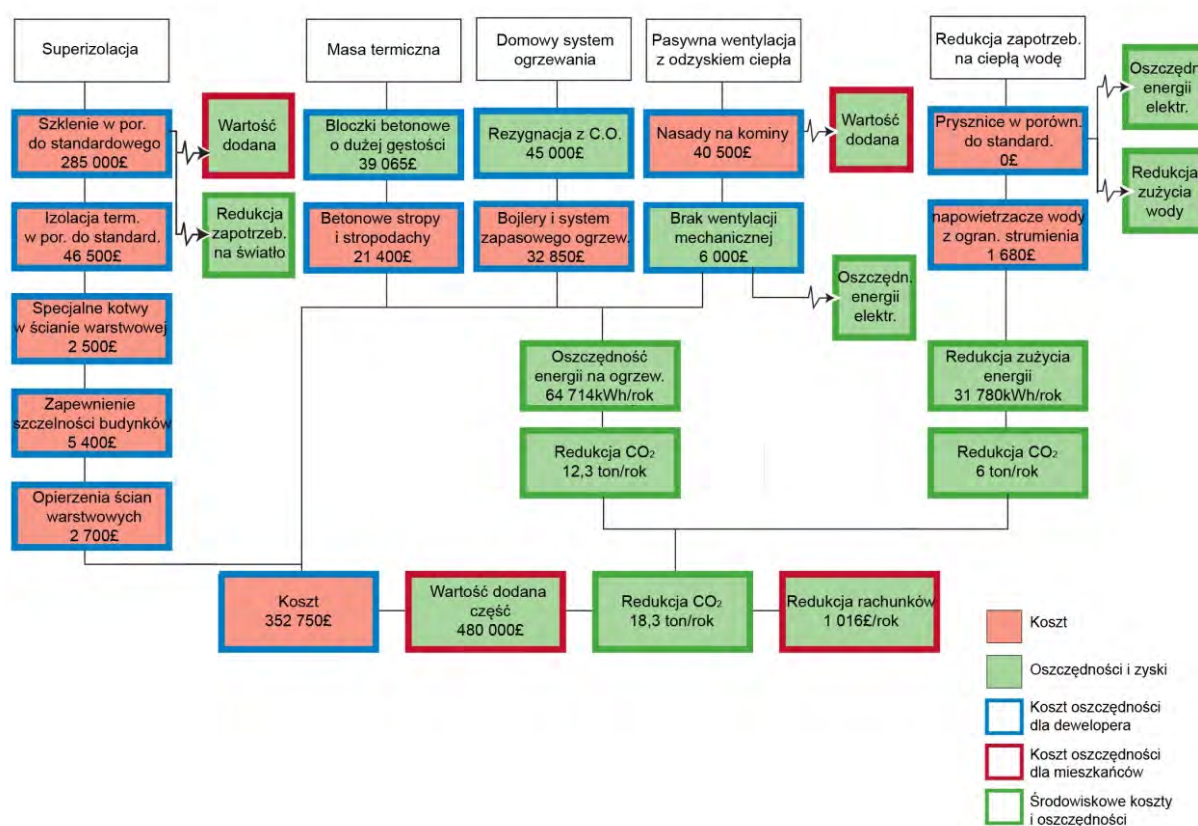
Tab. 69. Zużycie energii w BedZED w porównaniu do uśrednionych danych dla Wielkiej Brytanii (Lazarus, 2009, str.15).

W przypadku BedZED rozwiązania projektowe i inwestycyjne, zgodne z koncepcją zrównoważonego rozwoju, koncentrowały się na rozwiązaniach technologicznych, umożliwiających zmniejszenie negatywnego oddziaływania na środowisko (m.in. redukcji emisji gazów cieplarnianych i zużycia wody), lecz bez radykalnej zmiany stylu życia mieszkańców. Dla porównania BedZED ze standardową zabudową mieszkaniową przyjęto koncepcyjny model BedHED (od „Beddington High Energy Development” – ang. „zespół w Beddington o wysokim zużyciu energii”). Bazował on na typowym dla okolicy modelu osiedla, pozbawionego dodatkowych funkcji i energooszczędnych rozwiązań, o przeciętnej dla pobliskich nieruchomości cenie. Pozwoliło to na porównanie kosztów budowy i eksploatacji. Cena jednostki BedZED okazała się wyższa od standardowej zabudowy, przy czym 90% różnicy stanowiły potrójnie szklone okna o niskim współczynniku przenikania ciepła. Szczegółowe analizy i symulacje dotyczące zysków, kosztów i oszczędności zarówno finansowych,

³²⁸ Patrz pojęcie dostępności finansowej mieszkań, opisane w rozdziale 3.2.3. *Kategoria C – konsumenci wykluczeni*.

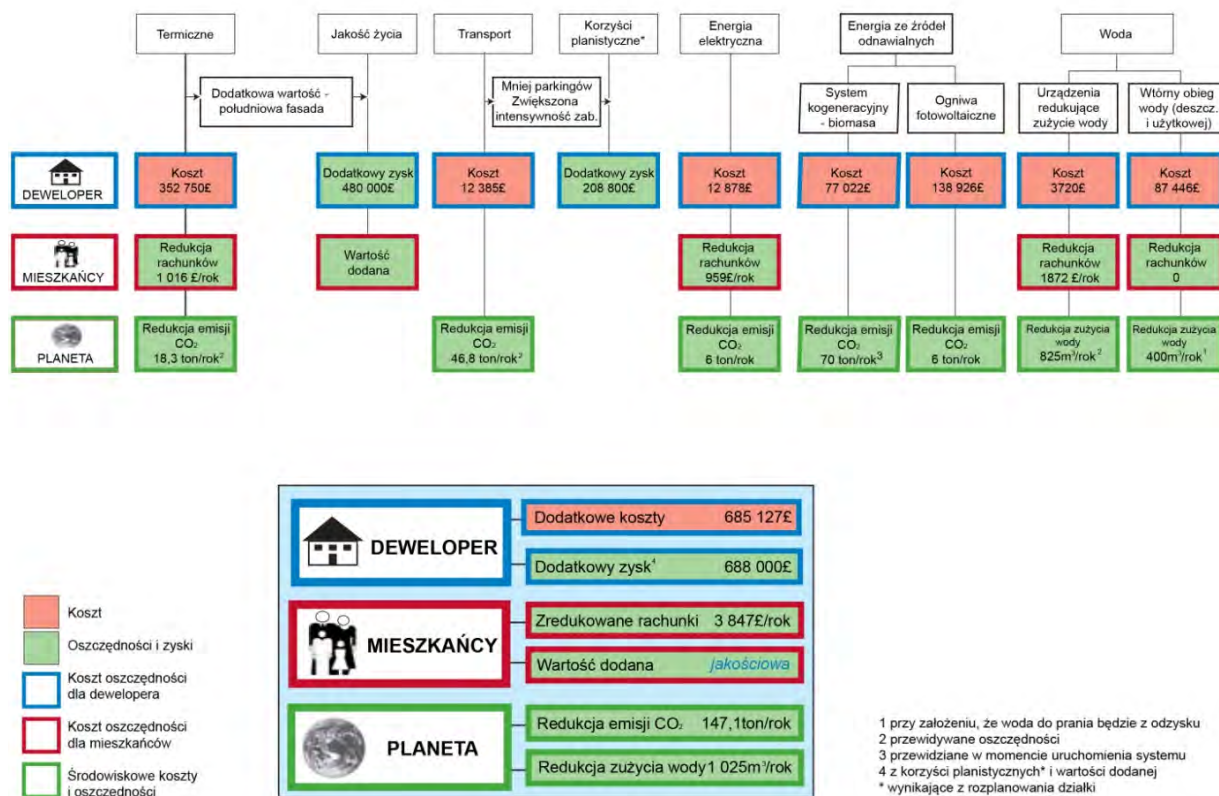
³²⁹ Źródło: <http://www.communities.gov.uk/news/corporate/1284621>

jak i energetycznych, zostały wykonane przed rozpoczęciem realizacji, a następnie na bieżąco monitorowane, aktualizowane i upubliczniane w formie serii raportów. Celem takiego działania było rozpropagowanie idei ekologicznych osiedli oraz potwierdzenie, że mogą one być racjonalne i opłacalne ekonomicznie. BedZED stanowiło podstawę do kolejnych podobnych inwestycji pod patronatem BioRegional. Wzmocniona została rola projektantów jako inicjatorów i menedżerów inwestycji. Zaangażowani w proces budowy architekci koordynowali także lokalne pozyskiwanie materiałów budowlanych, aby zmniejszyć ich energię wbudowaną i ślad węglowy wynikający z transportu na duże odległości.



Ryc. 70. Zestawienie kosztów i oszczędności ekonomicznych i środowiskowych dla pojedynczego budynku w BedZED z 18 jednostkami mieszkaniowymi (Lazarus, 2009, str.15).

ARCHITEKTURA MIESZKANIOWA W KONTEKŚCIE SPOŁECZEŃSTWA KONSUMPCYJNEGO
wybory mieszkaniowe konsumentów a zrównoważony rozwój



Ryc. 71. Analiza kosztów i zysków dla pojedynczego budynku (Lazarus, 2009).

Do najistotniejszych elementów procesu inwestycyjnego należało zmniejszenie ryzyka finansowego, związanego z prototypowym charakterem przedsięwzięcia. Wstępne studia wykazały, że inwestycja będzie kosztowniejsza, niż gdyby przeprowadzono ją w sposób typowy dla osiedli o zbliżonej skali i standardzie. Aby nie przekroczyć ceny odpowiadającej sile nabywczej grupy docelowej, postanowiono poszukać potencjalnych oszczędności. Udało się to dzięki negocjacjom z lokalnym wydziałem planowania, które przyniosły pozwolenie na zastosowanie rozwiązania kompromisowego pomiędzy wymaganiami planistycznymi a propozycjami inwestora³³⁰. W zamian za spełnienie restrykcyjnych wymogów ekologicznych Peabody Trust uzyskał zgodę na zwiększenie intensywności zabudowy na działce. Umożliwiło to na osiągnięcie wysokich korzyści środowiskowych oraz wygenerowanie dodatkowych 3,7 miliona funtów zysku³³¹, które zostały częściowo przeznaczone na pokrycie kosztu rozbudowanego procesu projektowego i rozwiązań energooszczędnych (ryc.71). W zmniejszeniu ryzyka niskiego zainteresowania inwestycją pomógł zróżnicowany charakter oferowanych lokali pod względem rodzaju własności lub najmu. Oprócz

³³⁰ Pozwala na to brytyjski system planowania (tzw. *planning gain* – ang. „korzyści planistyczne”).

³³¹ W porównaniu z zyskiem, który uzyskano by przy zastosowaniu typowej dla dzielnicy intensywności zabudowy.

mieszkań na sprzedaż na osiedlu zapewniono lokale spółdzielcze, pracownicze dla osób zatrudnionych w sektorze państwowym oraz socjalne o obniżonym czynszu (grupa C). W przypadku mieszkań własnościowych, droższych o ok. 15% od porównywalnych jednostek w dzielnicy (tab. 72), wyższą cenę miały zrekompensować późniejsze oszczędności w eksploatacji. Ich dokładne szacunki zostały podane do wiadomości potencjalnych nabywców przed zakupem. Oprócz konkretnych wskaźników ekonomicznych istotny był także charakter inwestycji, zgodny z nowoczesnymi trendami. Osiedle powstało w momencie, kiedy „zielone” mody szybko stawały się coraz bardziej popularne w Wielkiej Brytanii, w związku z czym BedZED okazał się atrakcyjnym produktem mieszkaniowym dla konsumentów kategorii B. Unikalność projektu, ale także jego łatwa do zrozumienia i opisaną charakterystyką sprawiły, że media szybko zainteresowały się tematem, a na osiedle przyjeżdżają zarówno naukowcy i studenci, jak i osoby zainteresowane „zielonym” stylem życia. Marketingowa siła BedZED jako „zielonej marki” nie tylko wpłynęła na spopularyzowanie idei ekologicznego mieszkalnictwa³³², ale także pomaga w promowaniu kolejnych prototypowych rozwiązań tworzonych w ZEDFactory Billa Dunstera³³³.

wielkość mieszkań	średnia cena rynkowa	cena lokali w BedZED	różnica w cenie (w %)
dwupokojowe	£125,000	£150,000	20.00%
trypokojowe	£175,000	£190,000	8.57%
czteropokojowe/dom szeregowy	£225,000	£265,000	17.78%
pięciopokojowe/bliźniak	£300,000	£350,000	17.78%
średnio	£206,250	£238,750	15.75%

Tabela 72. Porównanie cen mieszkań na osiedlu BedZED ze średnią ceną rynkową podobnych mieszkań w okolicy w 2003 roku, na podstawie (Lazarus, 2009)

Aby uzyskać bardziej efektywne wskaźniki urbanistyczne, po raz pierwszy, w przypadku inwestycji mieszkaniowej w Wielkiej Brytanii, w ramach wniosku o pozwolenie na budowę wprowadzono tzw. Green Transport Plan (ang. „Plan Ekologicznego Transportu”). Przewidywał on ograniczenie zużycia paliw kopalnych przez użytkowników samochodów prywatnych na osiedlu o połowę w ciągu dziesięciu lat. Dodatkowy koszt jego zaprojektowania i wprowadzenia, obejmujący współpracę z mieszkańcami po ich wprowadzeniu się, wynosił ok. 45 tysięcy funtów i został pokryty przez dewelopera częściowo dzięki zewnętrznemu grantowi, a częściowo z opłat eksploatacyjnych. W porównaniu z typową inwestycją na podobnej wielkości działce, w BedZED

³³² Zwłaszcza w kontekście przyjętych w Wielkiej Brytanii regulacji zaostrzających wymogi odnośnie energochłonności budownictwa mieszkaniowego.

³³³ M.in. RuralZED – ekologiczny dom składany z prefabrykowanych elementów (www.ruralzed.com) lub jego późniejszy i tańszy w realizacji odpowiednik StramitZED w technologii szkieletu drewnianego z wypełnieniem ze stomy (www.stramitzed.co.uk).

zrealizowano dwa i pół tysiąca metrów kwadratowych mniej powierzchni dróg i parkingów. Inwestor mógł wykorzystać tak odzyskany teren, o wartości około 400 tysięcy funtów, pod dodatkową zabudowę. Miejsca parkingowe umieszczono na obrzeżach osiedla, dzięki czemu wewnętrzne ulice uwolniono od ruchu samochodowego i dodatkowo wprowadzono ograniczenie prędkości ok. 30km/h. Ograniczenie potrzeb transportowych wspomagane jest poprzez możliwość wykonywania pracy w domu, dzięki połączeniom telekomunikacyjnym z każdego pomieszczenia i punktowemu opiece nad dziećmi. Osiedle posiada także własną świetlicę i tereny sportowe. Mieszkańcy są zachęceni do zamawiania zakupów przez Internet ze wspólnymi dostawami dla większej grupy odbiorców, i otrzymują zniżki w lokalnych sklepach rowerowych. Ponieważ transport publiczny nie jest w stanie zaspokoić wszystkich potrzeb mieszkańców związanych z dojazdami, proponuje im się przyłączenie do „klubu samochodowego”³³⁴, czyli systemu współdzielenia pojazdów. Jeden taki samochód zastępuje około pięciu indywidualnych, a koncepcja pozwala na rozłożenie kosztów ich utrzymania na więcej osób. Aby zachęcić mieszkańców, którzy decydują się na własny samochód, do korzystania z ich elektrycznej wersji, na terenie osiedla zapewniono dla nich darmowy parking i bezpłatne punkty ładowania. Zgodnie ze strategią „jedno miejsce pracy na każde mieszkanie” użytkownicy, oprócz prowadzenia własnej działalności w domu lub w przyległych pomieszczeniach usługowo-biurowych, mogą znaleźć zatrudnienie w biurze ZEDFactory lub BioRegional. W osiedlowej świetlicy prowadzone są także otwarte dla osób z zewnątrz zajęcia taneczno-sportowe oraz warsztaty, m.in. związane ze zdrowym lub ekologicznym stylem życia. Z racji swojego eksperymentalnego charakteru BedZED, pierwsze ekologiczne osiedle mieszkaniowe w Wielkiej Brytanii, było skierowane głównie do „pionierów” gotowych na zamieszkanie na prototypowym osiedlu. Ok. 2/3 mieszkańców wybrało to osiedle ze względu na możliwość przyjaznego środowiska stylu życia oraz innowacyjność projektu (grupa A) (Lazarus, 2009, str. 43). Grupa ta przestrzegała od początku narzuconych restrykcji dotyczących użytkowania lokali. Interesująco przedstawia się kwestia podporządkowania się tym zasadom mieszkańców jednostek komunalnych zlokalizowanych w jednym z budynków założenia (grupa C). Osoby te nie miały wpływu na wybór miejsca zamieszkania i istniało ryzyko, że nie przystosują się do rygoru energooszczędności. Rzeczywistość okazała się inna i nawet pomimo lokalizacji w odrębnym budynku, miał miejsce przepływ informacji pomiędzy mieszkańcami świadomie wybierającym BedZED jako miejsce ekologicznego stylu życia, jak i tymi, którzy trafili tam przypadkowo. Narzucone przez bardziej refleksyjną grupę standardy, dotyczące oszczędzania energii, segregacji śmieci, transportu czy uczestniczenia w życiu osiedla,

³³⁴ City Car Club – najstarszy (założony w 2000 roku) i największy klub w Wielkiej Brytanii.

wpływały na działania mieszkańców komunalnej części założenia. Pomogło wspólne zarządzanie całym założeniem, dzięki czemu wiedza na temat doświadczeń w użytkowaniu lokali pochodziła nie tylko bezpośrednio od innych użytkowników, ale także od osób opiekujących się techniczną stroną przedsięwzięcia³³⁵. Ponieważ projekt miał charakter prototypowy, istotne było umożliwienie stałego monitorowania zużycia energii i otrzymywania zwrotnych informacji dotyczących zachowania użytkowników. Do przykładów takiego rozwiązania należało między innymi wyeksponowanie w kuchniach liczników (ryc. 73), wskazujących na bieżąco zużycie energii elektrycznej, które oprócz roli informacyjnej miało także dyscyplinować mieszkańców do oszczędzania energii³³⁶.



Ryc. 73. Wyeksponowane w kuchni liczniki umożliwiające stałe monitorowanie zużycia energii i wody. Źródło: BioRegional.

Pomimo sukcesu inwestycji, jak w przypadku każdego eksperymentalnego przedsięwzięcia, nie udało się uniknąć błędów. Minusem projektu okazał się mało elastyczny układ funkcjonalny budynków. Niskie zapotrzebowanie na powierzchnie usługowe czy biurowe w tej typowo podmiejskiej lokalizacji nie pozwoliło na zajęcie wszystkich zlokalizowanych w północnych pierzejach jednostek. Mieszkańcy nie zawsze potrzebowali dużego, osobnego miejsca pracy i nawet jeśli pracowali w domu, potrafili wystarczająco elastycznie wykorzystać własne mieszkanie i zorganizować tam domowe biuro. Ostatecznie zorientowane na północ części budynków zostały wykorzystane jako dodatkowe powierzchnie mieszkaniowe, w zupełnej sprzeczności z podstawowymi założeniami projektowymi. Są słabo doświetlone i nie pozwalają na kumulowanie energii słonecznej. Ponadto system domów pasywnych jest wydajny tylko wówczas, gdy na jednego mieszkańca przypada nie więcej niż ok. 50m² powierzchni (wynika to z ilości ciepła wydzielanego przez ludzkie ciało (Schor J.

³³⁵ Informacje uzyskane podczas wyjazdu studialnego w marcu 2011 roku.

³³⁶ Dane Intergovernmental Panel for Climate Change, 2007. Analogiczny program pilotażowy w Stanach Zjednoczonych wykazał, że rozwiązanie takie może przyczynić się do zmniejszenia zużycia energii elektrycznej o 4 do 15% (McKinsey, 2009, str. 21).

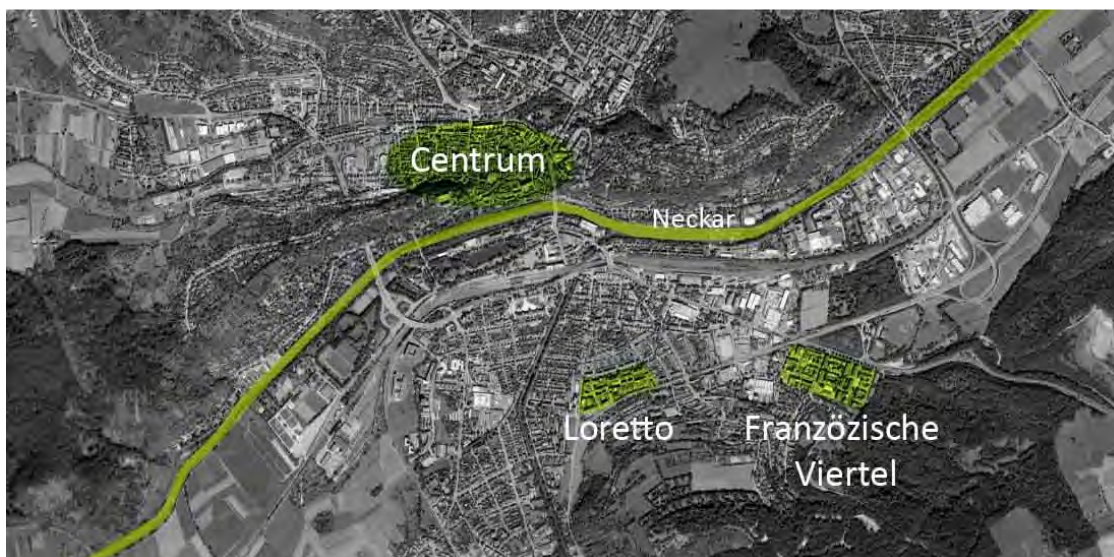
B., 2010)). W związku z tym zajmowany przez kilkusobową rodzinę dom nie będzie równie efektywny energetycznie, gdy gospodarstwo domowe ulegnie zmniejszeniu, a jednostki mieszkalne są zaprojektowane w sposób uniemożliwiający podział na mniejsze lokale. Już w trakcie użytkowania zawodny i zbyt duży na niewielką skalę osiedla okazał się system ogrzewania wody poprzez spalanie lokalnie pozyskiwanych trocin. Ostatecznie zastąpiono go tańszą w eksploatacji kotłownią gazową. Pomimo zapewnienia darmowych miejsc postojowych i punktów ładowania, niewiele osób używa samochodów elektrycznych. Po ponad dziesięciu latach użytkowania osiedle pozostaje jednak sztandarową ekologiczną realizacją mieszkaniową, wykorzystywaną jako punkt odniesienia dla porównywalnych standardem i wielkością nowych założeń (Burford, Thurrott, & Pearson, 2011). W związku z przyjętymi przez brytyjski rząd regulacjami w zakresie energooszczędności budynków mieszkalnych oraz programem budowy „Ecotowns” podobnych osiedli powstanie więcej. „Zielone” wioski i miasteczka stracą swoją obecną ekskluzywność, więc konkurujący inwestorzy nie będą mogli oprzeć strategii marketingowych na podkreślaniu prestiżu takich założeń. Proekologiczne koncepcje będą musiały zostać kierowane do różnych, nie tylko zamożnych lub refleksyjnych, grup docelowych. Aby osiągnąć wyznaczone przez władze Londynu cele redukcji zanieczyszczeń środowiska i zużycia energii o 60% do 2025 roku, konieczne staną się zmiany obejmujące nie tylko technologie, ale i przepisy, styl życia i strategie finansowania nowych przedsięwzięć (Watson, 2008). Dzięki kompleksowemu i wieloletniemu monitorowaniu BedZED będzie można uniknąć wielu błędów i niepowodzeń projektowych oraz realizacyjnych.

BedZED - PODSUMOWANIE

- Prototypowe osiedle ekologiczne wykonane w technologii domów pasywnych
- Koszt inwestycji wyższy od standardowego, zrekompensowany większym zyskiem
- Odstępstwa planistyczne wynegocjowane dzięki zastosowaniu rygorystycznych rozwiązań energooszczędnych
- Wzmocniona rola architektów jako inicjatorów i głównych koordynatorów przedsięwzięcia
- Sukces finansowy i stworzenie silnej marki

4.2. Skala dzielnicy – prosumpcja w Tübingen-Südstadt

Tübingen-Südstadt obejmuje teren dawnych francuskich koszar w Tybindze (Badenia-Wirtembergia, niedaleko Stuttgartu). W 1991 roku wojska opuściły liczący ok. 60 ha teren z istniejącą, możliwą do częściowego zaadaptowania zabudową i dworcem towarowym, a miasto postanowiło wykorzystać obszar w celu stworzenia nowej dzielnicy mieszkaniowej. Teren jest odseparowany od śródmiejskiej części Tybingi drogą krajową, torami (Eisenbahn) oraz rzeką Neckar oraz rozdzielony drogą na dwie części – Französische Viertel oraz Loretto. Pomimo lokalizacji, która teoretycznie powinna narzucić sposób zagospodarowania o niskiej, typowej dla przedmieść intensywności zabudowy, postawiono na stworzenie nowej, miejskiej, tętniącej życiem dzielnicy o mieszanych funkcjach i zróżnicowaniu społecznym. Koncepcja wymagała zaproponowania potencjalnym mieszkańcom takiej formy zamieszkania, która przyciągnie osoby zainteresowane alternatywą dla typowych podmiejskich osiedli-sypialni o powtarzalnych jednostkach.



Ryc. 74. Lokalizacja osiedla. Opr. własne.

W 1992 roku ogłoszono otwarty konkurs na koncepcję urbanistyczną, w którym zwyciężyli studenci architektury ze Stuttgartu (po zwycięstwie założyli biuro LEHEN³³⁷). Zaproponowali rozwiązanie obejmujące nie tylko aspekty przestrzenne, ale i ekonomiczne oraz społeczne. Projekt jest kombinacją rewitalizacji oraz nowego zainwestowania urbanistycznego. Podstawowym założeniem organizacyjnym i projektowym był udział przyszłych mieszkańców w procesie kształtowania nowej dzielnicy. W celu zapewnienia różnorodności podzielono obszar na niewielkie

³³⁷ W tekście zostały wykorzystane informacje uzyskane podczas spotkania z Matthiasem Schulsterem, jednym z projektantów osiedla, w Stuttgarcie, w lipcu 2005 roku.

działki, a na każdej z nich miał działać inny prywatny inwestor. Zaplanowano wysoką intensywność zabudowy oraz zadbano o jakość przestrzeni publicznych. Cały proces był kontrolowany od strony finansowej przez Kommunalentwicklung ze Stuttgartu, a po zrealizowaniu infrastruktury specjalnie powołana agencja zajmowała się organizacją i administracją inwestycji.

Zgodnie z przepisami dotyczącymi planowania przestrzennego, niemiecki odpowiednik polskiego planu miejscowego³³⁸ nie musi określać dokładnie wszystkich parametrów planowanej zabudowy. Ustalono przebieg ulic, pierzeje oraz maksymalną wysokość budynków (pięć kondygnacji), ale przy założeniu, że narożniki kwartałów muszą być zaakcentowane zwiększoną wysokością. Zgodnie z maksymalną dopuszczalną intensywnością zabudowy narzucono zróżnicowane ceny za jednostkę powierzchni gruntu, według zasady, że tam, gdzie wolno zbudować odpowiednio większą liczbę kondygnacji, trzeba więcej zapłacić. Miasto, właściciel odkupionego od państwa terenu, sprzedawało po kolei poszczególne działki. Parcelacja była ustalana na bieżąco, na podstawie dyskusji i negocjacji z chętnymi inwestorami.



Ryc. 75. Tübingen-Südstadt – budynki mieszkalne (nowe oraz adaptowane). Fot. własne

Przyszli mieszkańcy Tübingen Südstadt mieli obowiązek stworzenia tzw. „Baugruppen”, czyli wspólnot budowlanych, działających na zasadzie mikrospółdzielczości opisanej w rozdziale 3.2.1. Mogły one liczyć dowolną liczbę osób czy rodzin, ale istniała także możliwość samodzielnego zrealizowania inwestycji. Najczęściej skupiały od pięciu do trzydziestu partnerów. Wśród wspólnot, które zbudowały mieszkania w Tübingen Südstadt, przeważały młode rodziny, ale były również grupy starszych osób, które postanowiły spędzić jesień życia w jednym domu. Podczas prezentacji („gield”) działek potencjalni nabywcy mieli szansę zapoznać się z terenem i wybrać obszar, którym są

³³⁸ Bebauungsplan - dokument, na podstawie którego w Niemczech wydawane są pozwolenia na budowę.

zainteresowani, ale także, jeśli jeszcze nie wybrali partnerów swojej grupy budowlanej, poznać inne osoby i podjąć z nimi współpracę. Następnie, po ustaleniu założeń inwestorskich, grupa składała deklarację określającą rodzaj i sposób finansowania. Negocjacje, w przypadku pierwszych grup, zajmowały około dwóch lat, jednak w miarę zdobywania doświadczenia proces ten został skrócony do dwóch miesięcy. Po zaakceptowaniu pomysłu, wspólnota miała pół roku na przygotowanie inwestycji. Jeśli proces przebiegał bez opóźnień, grupa otrzymywała prawo własności działki, jeśli nie, działkę przejmowało miasto i rozpoczynały się poszukiwania nowej grupy chętnej, aby zabudować ten teren. Podobny proces następował w przypadku rozpadnięcia się wspólnoty. Planistom zależało na przyciągnięciu dobrze zorganizowanych zespołów, które będą gwarancją sprawnej realizacji projektu, a w przyszłości, po kilku latach współpracy przy budowie, staną się zgraną częścią społeczności dzielnicy (jako wspólnota mieszkaniowa administrująca nieruchomością). Nie były narzucane żadne ograniczenia ani decyzje; wybór projektanta, formy czy materiałów budowlanych należały do wspólnoty. Dzięki ominięciu marży płaconej deweloperowi, taka inwestycja była o 20-30% tańsza od podobnego mieszkania kupowanego na rynku pierwotnym. Fakt, że nieruchomości są własnościowe, miał zachęcić mieszkańców do pozostania w dzielnicy przez dłuższy okres czasu, a w rezultacie stworzyć spójną lokalną społeczność. Administrującą inwestycją agencja zajmowała się sprzedażą działek i negocjowaniem warunków ze wspólnotami oraz służyła jako pośrednik dla grup poszukujących nowych członków. Dzielnica miała przyciągnąć m.in. osoby, które dojeżdżają do pracy lub szkoły w Stuttgarcie, jednak nie zamierzały się tam przeprowadzić. Docelowo w Tübingen Südstadt ma zamieszkać ok. 6500 osób oraz ma tam powstać ok. 2000 nowych miejsc pracy. Zakończenie prac planowane jest na 2012 rok³³⁹.

Głównym założeniem projektowym założenia było stworzenie bogatej pod względem typologii i form architektonicznych dzielnicy, zgodnej z ideą miasta zwartej³⁴⁰, ewoluującej w czasie i o dużym znaczeniu przestrzeni publicznych (Peterek, 2004). Wysoka intensywność zabudowy pozwoliła na uzyskanie oszczędności terenu i energii oraz miała sprzyjać spontanicznym i zaplanowanym spotkaniom mieszkańców w przestrzeniach publicznych, wyraźnie zdefiniowanych dzięki zaproponowanej morfologii kwartałów. Zróżnicowanie społeczne i ekonomiczne, jeden z priorytetów projektu, zapewniono między innymi dzięki redukcji kosztów inwestycji poprzez współfinansowanie z partnerami wspólnoty budowlanej. Pozwoliło to na realizację własnego mieszkania także mniej zamożnym inwestorom, dzięki czemu wśród mieszkańców znajdują się

³³⁹ Informacje uzyskane m.in. z materiałów Kommunalentwicklung Stuttgart przygotowanych przez Andreasa Feldtkellera oraz materiałów CABA (<http://www.cabe.org.uk/case-studies/tubingen-sudstadt>, pobrano 17 stycznia 2011 roku).

³⁴⁰ Pojęcie wyjaśnione w rozdziale 2.3. *Negatywne konsekwencje konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych.*

zarówno przedstawiciele klasy średniej, jak i wykonujący nisko płatne zajęcia imigranci (grupa A – konsumenci o wysokim poziomie refleksyjności i gotowości o podjęcia inicjatywy, lecz niewielkiej sile nabywczej). Dzielnica początkowo przyciągnęła dużo wykształconych osób (Tybinga to miasto uniwersyteckie), jednak po początkowej fazie „pionierów” zaczęły się pojawiać osoby należące do innych społecznych grup.

W przypadku dużego rozdrobnienia działek, oddawanych w tym samym okresie pod inwestycje, istnieje ryzyko, że ich zagospodarowywanie nie będzie następowało równomiernie lub z powodu opóźnienia lub rezygnacji z inwestycji. Aby zapewnić harmonijne i konsekwentne zabudowywanie terenu, prawo własności przechodziło na wspólnotę dopiero po przedstawieniu i zaakceptowaniu przez agencję uzyskania finansowania i koncepcji projektu. Miało to pomóc w stworzeniu warunków do powstania społeczności o dużym zróżnicowaniu społecznym i ekonomicznym, w którym generowane będą aktywne więzi między mieszkańcami. Istotne stało się wykorzystanie zastanych zasobów, w związku z czym ograniczono do minimum rozbiórki istniejącej zabudowy, która została zaadaptowana na mieszkania socjalne (grupa C) oraz na inne cele (m.in. w niewielkich kubaturowo budynkach urządzono warsztaty). Oprócz narzucających wysoką intensywność zabudowy współczynników urbanistycznych i ograniczenia ruchu kołowego, decyzje o użyciu energooszczędnych technologii (m.in. kolektorów słonecznych) należały do wspólnot. Lokale są własnościowe i przez wielu mieszkańców budowane z myślą o długoletnim użytkowaniu, w związku z czym koszt i komfort eksploatacji budynków miał dla inwestorów większe znaczenie niż w typowym przedsięwzięciu deweloperskim. Podobnie ważne było dla nich użycie zdrowych i trwałych materiałów, dbałość o detal i zieleni oraz małą architekturę. Celem projektantów było uzyskanie oszczędności energii głównie dzięki „zielonym” działaniom mieszkańców - korzystania z transportu publicznego, pieszego i rowerowego oraz segregacji odpadów. Osoby korzystające z samochodów obciążono opłatami, które częściowo pokrywały koszt budowy i eksploatacji trzech, zlokalizowanych na obrzeżach osiedla, parkingów. Nowi mieszkańcy, nieposiadający samochodów, otrzymywali roczne bilety na komunikację miejską, co miało im pozwolić przyzwycząć się do korzystania z niej. Dodatkowe ograniczenie potrzeb transportowych w dłuższej perspektywie czasowej miało spowodować powstanie nowych miejsc pracy w dzielnicy. Narzucone pionowe zróżnicowanie funkcji (lokale użytkowe na parterach i mieszkaniowe na wyższych piętrach) wymagało tymczasowego zagospodarowania przyziemia do momentu osiągnięcia liczby mieszkańców, która pozwoliłaby na wygenerowanie nowych usług. Na początku lokale te były użytkowane jako domowe biura lub przestrzenie magazynowe, jednak szybko zaczęły się tam

wprowadzać lokalne przedsiębiorstwa. W wielu istniejących, powojennych budynkach zlokalizowano warsztaty rzemieślnicze i małe zakłady produkcyjne.



Ryc. 76. Istniejące budynki zaadaptowane do nowych funkcji – przemysłowej i mieszkalnej. Fot. własne.

Ze względu na atrakcyjność Tybingi jako miejsca do życia, ceny nieruchomości mieszkaniowych położonych bliżej centrum przyjęły tam poziom nieosiągalny dla mniej zamożnych osób. Koszt gruntu składa się aż na połowę średniej ceny mieszkania na rynku deweloperskim. Tybinga to miasto uniwersyteckie i studenci, którzy stanowią dużą grupę wynajmujących, konkurują z innymi gospodarstwami domowymi, co przekłada się na wzrost kosztów wynajmu. Wiele rodzin o niskich lub średnich dochodach nie może sobie pozwolić na własnościowe mieszkanie. W Südstadt, dzięki współfinansowaniu inwestycji z partnerami wspólnoty budowlanej, koszt metra kwadratowego nieruchomości okazywał się znacznie niższy niż w przypadku mieszkania zakupionego na wolnym rynku. Dowolna była zarówno wielkość działki, którą każda grupa mogła dostosować do własnych potrzeb, jak i forma architektoniczna i rodzaj użytych materiałów budowlanych, co pozwalało na ograniczenie kosztów realizacji. Także brak konieczności zapewnienia miejsc parkingowych pomógł w uzyskaniu dużych oszczędności. W perspektywie można także było przewidzieć dodatkowe zyski ze sprzedaży lub wynajmu zlokalizowanych w przyziemiu lokali użytkowych, o których przeznaczeniu decydowali członkowie wspólnoty³⁴¹. Koszt infrastruktury i obiektów publicznych (szkoły i przedszkola) pokryło miasto, inwestując 30 milionów marek.

Projekt stworzył warunki dla prosumpcji, umożliwiając konsumentom kategorii A i B wykreowanie dopasowanego do ich potrzeb i siły nabywczej produktu mieszkaniowego. W przypadku realizacji budynku wielorodzinnego największą korzyść stanowiła możliwość zakupu

³⁴¹ Dane z serwisu internetowego projektu www.tuebingen-suedstadt.de, pobrano 22 stycznia 2011.

działki w atrakcyjniejszej lokalizacji, ponieważ koszt gruntu rozkłada się pomiędzy wszystkich członków wspólnoty budowlanej. Dzięki uniknięciu marży koszt takiej realizacji okazywał się niższy niż lokalu kupowanego od firmy deweloperskiej. Dodatkowo, do pewnego stopnia, możliwe było etapowanie inwestycji (np. późniejsze wykonanie wykończeń lub małej architektury), a także przeprowadzenie przynajmniej części prac samodzielnie. Inwestorzy indywidualnie podejmowali decyzje o oszczędnościach lub zastosowaniu alternatywnych rozwiązań funkcjonalnych i budowlanych, których utrzymanie i konserwacja będą najbardziej odpowiednie dla użytkowników. Stanowiło to poważną zachętę dla decyzji o użyciu rozwiązań energooszczędnych, które pomimo wysokiej ceny w dużej perspektywie czasowej przyniosą oszczędności finansowe. W przypadku komercyjnych realizacji budynków wielorodzinnych o niskim budżecie technologie takie są często pomijane przez deweloperów, którzy starają się zminimalizować początkowy wkład finansowy w inwestycję, a sami nie ponoszą kosztów utrzymania obiektu. Część technologii wymaga od mieszkańców pewnego rygoru użytkowania – samodzielna decyzja o ich zastosowaniu zmniejsza ryzyko popełniania błędów lub niekonsekwencji. Narzucenie części „zielonych” rozwiązań przez gminę okazała się jedynym sposobem na egzekwowanie ich przestrzegania. Wielu mieszkańcom nie odpowiadał narzucony system parkowania w zbiorczych garażach, oddalonych od poszczególnych lokali, jednak nie pozostawiono im żadnej alternatywy ze świadomością, że rozwiązania bardziej komfortowe przeważałyby nad energooszczędnymi. Nie udało się uniknąć problemów w realizacji przedsięwzięcia. Nie przewidziano prawidłowo wszystkich kosztów związanych z przygotowaniem terenu pod inwestycje (zwłaszcza usunięcia pozostałości po militarnym użytkowaniu terenu) oraz realizacją infrastruktury i przestrzeni publicznych. Brak szczegółowych regulacji w zakresie architektonicznego wyrazu fasad doprowadził do zróżnicowania, które z jednej strony można przyjąć za pozytywny wyraz indywidualnych preferencji mieszkańców, z drugiej robi wrażenie chaosu. Jakość projektów, stanowiąca kompromis pomiędzy upodobaniami architektonicznymi poszczególnych inwestorów, nie zawsze jest zadowalająca. Podobna kwestia dotyczy zastosowanych wykończeń i detali, których funkcjonalność i cena przeważała nad walorami estetycznymi.

Należy podkreślić, że pomysł na koncepcję zagospodarowania terenu oraz przeprowadzenia całego procesu inwestycyjnego pochodził od architektów. Rola projektantów zaangażowanych w realizację indywidualnych kamienic była analogiczna do wykonania projektu indywidualnego domu dla prywatnego klienta. W opisywanej sytuacji klientów było kilkoro lub kilkudziesięciu, więc projektanci, oprócz ustalania i realizacji programu funkcjonalnego, mieli za zadanie wynegocjowanie

optymalnych dla poszczególnych członków wspólnoty rozwiązań przestrzennych i funkcjonalnych. Architekci w Niemczech są także odpowiedzialni za wykonanie kosztorysów projektu, pełnili więc rolę ekspertów doradzających klientom na wszystkich etapach inwestycji, również w zakresie rozwiązań energooszczędnych.

Zastosowany w Tübingen-Südstadt model inwestycyjny, pomimo czytelnych i racjonalnych zasad, nie jest uniwersalnym wzorem. Próby podjęte w innych krajach wskazały, że do przeprowadzenia procesu inwestycyjnego w analogiczny sposób konieczne są zbliżone do niemieckich regulacje dotyczące m.in. możliwości przeniesienia prawa własności dopiero po uzyskaniu finansowania i pozwoleń. Pomimo początkowej nadziei, że być może taki model zapewnienia lokali mieszkalnych będzie w stanie zastąpić subsydiowane mieszkania socjalne (skierowane do grupy C), okazało się, że mniej uprzywilejowane grupy mogły pozwolić sobie na przyłączenie się do inicjatywy tylko dzięki obowiązującym ulgom podatkowym.



Ryc. 77. Przykłady zabudowy mieszkaniowej. Fot. własne.

TÜBINGEN-SÜDSTADT - PODSUMOWANIE

- Koncepcja procesu zagospodarowania terenu stworzona przez architektów
- Warunki dla prosumpcji – wykreowania własnego miejsca zamieszkania
- Wspólnoty budowlane jako inwestorzy na poszczególnych działkach
- Specjalnie powołana agencja jako koordynator działań
- Realizacja tańsza niż porównywalnych lokali w okolicy
- Promowanie rozwiązań energooszczędnych

4.3. Skala miasta - Fryburg Bryzgowijski i „zielony” branding

Zdrowe, konkurencyjne miasta są podstawą zdrowej, konkurencyjnej gospodarki (Kresl & Fry, 2005, str. 37). Zapewnienie bezpiecznego i zdrowego środowiska życia wpływa na konkurencyjność miast w globalnej skali poprzez przyciągnięcie wartościowego kapitału ludzkiego. Atrakcyjność ośrodków miejskich jako miejsca do życia i pracy podnosi ich ekologiczny charakter, lecz tworzenie „zielonej” miejskiej marki jest trudnym zadaniem. Udaje się tylko wówczas, jeśli wynika z długotrwałych i konsekwentnych działań, a miasto wyróżnia się na tle innych ośrodków³⁴². Należy jednak rozróżnić dwie odmienne sytuacje - gdy nowym, przyciągniętym siłą marki mieszkańcom zależy na atrakcyjnym, zdrowym otoczeniu i prestiżu miejsca oraz gdy przenoszą się do „zielonego” miasta, ponieważ chcą prowadzić styl życia w zgodzie ze zrównoważonym rozwojem. Miejskość pozwala na różnorodność subkultur i tożsamości, także proekologicznych, ale konieczne jest osiągnięcie pewnej „masy krytycznej”, związanej z liczbą osób identyfikujących się z daną grupą. Dopiero gdy liczba jej członków osiągnie pewien minimalny pułap, można mówić o poczuciu wspólnoty. Gdy wiadomo, że grupa o określonym profilu istnieje w danym mieście, rozpoczyna się proces migracji osób chcących się do niej przyłączyć (Savage, i inni, 2003 str. 119). Europejskim przykładem takiego procesu jest m.in. Fryburg Bryzgowijski, najważniejsze miasto w południowo-zachodniej Badenii-Wirtembergii, którego marka „zielonego” miasta od lat przyciąga nowych mieszkańców. Początki procesu sięgają lat 70., kiedy przeprowadzono kampanię przeciwko budowie elektrowni atomowej w pobliskim miasteczku, a jej sukces wymusił znalezienie alternatywnych metod pozyskiwania energii. W 1986 roku, po katastrofie w Czarnobylu, władze miasta przyjęły politykę przekształcenia Fryburga w europejskie centrum energii słonecznej. Po kryzysie na rynku mieszkaniowym w latach 80. i 90. miasto zdecydowało się przygotować się do kolejnych etapów rozwoju przestrzennego, przy szczególnym uwzględnieniu aspektów ekologicznych. W 1996 roku uchwalono plan redukcji emisji dwutlenku węgla do 2010 roku o 25% w stosunku do wskaźnika z 1992 roku. W tym celu skoncentrowano się na trzech podstawowych działaniach: energooszczędności, rozwoju i wprowadzaniu do użytkowania nowych technologii oraz zwrot w stronę odnawialnych źródeł energii. Aby wesprzeć te działania i przyciągnąć do Fryburga zarówno wykwalifikowanych w tych dziedzinach pracowników, jak i konsumentów proekologicznych technologii, władze miasta postawiły na stworzenie konkretnej, „zielonej” marki. Sukces tych działań potwierdziła seria krajowych i europejskich nagród w dziedzinie transportu, energooszczędności

³⁴² Porównania umożliwiają rankingi, np. organizowany przez Komisję Europejską konkurs na „Zieloną Stolicę Europy” (Arczyńska & Pancewicz, 2009).

i mieszkalnictwa oraz rozwój gospodarczy i demograficzny. Fryburg, w przeciwieństwie do większości niemieckich miast, wciąż zwiększa swoją populację, przyciągając osoby, którym zależy na ekologicznym stylu życia oraz rozwijając gospodarkę. Wskaźniki poziomu zatrudnienia (nie tylko w „zielonym” sektorze), rozwoju demograficznego i gospodarczego przekraczają krajową średnią i lokują Fryburg na szczycie niemieckich rankingów. Rosnący rynek ekologicznych technologii i związanych z nimi badań zabezpieczył przyszłość ekonomiczną miasta. Gdy większość zakładów produkcyjnych wyprowadzała się z Niemiec, w 1997 roku Solar-Fabrik, firma wytwarzająca ogniwa fotowoltaiczne, postanowiła założyć we Fryburgu swoją siedzibę. Analiza wpływu zielonych biznesów na gospodarkę miasta i regionu już w latach 90. wykazała ich duże znaczenie, zwłaszcza przy uwzględnieniu faktu, że we Fryburgu, mieście o uniwersyteckich tradycjach i atrakcyjnym ośrodku turystycznym, nie funkcjonowała żadna poważna gałąź produkcji. Obecnie w „zielonym przemyśle” w regionie jest zatrudnionych prawie 12 tysięcy osób (w tym 2 tysiące przy tworzeniu ogniw fotowoltaicznych³⁴³), generując 3,5% niemieckiego produktu krajowego brutto³⁴⁴. Dostępne są miejsca pracy dla „zielonych kołnierzyków³⁴⁵” o różnych poziomach wykształcenia i kwalifikacji, których zdobycie umożliwiają publiczne i prywatne ośrodki edukacyjne i instytuty badawcze³⁴⁶. W mieście organizowane są także międzynarodowe sympozja i konferencje na temat ekologicznych technologii. Akceptację polityki miejskiej potwierdza poparcie obywateli dla niemieckiej Partii Zielonych, z której programem identyfikuje się duża część populacji Fryburga. Osiąga ona tam regularnie 25% głosów w wyborach i jest to najwyższy wskaźnik wśród niemieckich miast. W 2002 roku Dieter Solomon został wybrany merem Fryburga jako pierwszy przedstawiciel Partii Zielonych wśród niemieckich miast o populacji przekraczającej sto tysięcy mieszkańców.

Polityka Fryburga zakłada zapewnienie energooszczędnych zasobów mieszkaniowych oraz testowanie innowacyjnych technologii zarówno w prototypowych budynkach³⁴⁷, jak i w skali osiedli i nowych dzielnic mieszkaniowych. Z uwagi na konieczność zintegrowania działań o szerokiej skali i koszcie oraz dostosowania stylu życia mieszkańców, strategię skierowane są do wszystkich

³⁴³ Dane Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe z 2011 roku.

³⁴⁴ Dane European Environment Foundation z 2010 roku.

³⁴⁵ Potoczna nazwa pracowników „zielonego” sektora związanego z produktami, technologiami lub usługami proekologicznymi.

³⁴⁶ W tym The Fraunhofer Institute for Solar Energy Systems, Solar Training Centre (kształcące techników i instalatorów energooszczędnych systemów) i International Solar Energy Society. Prowadzone są także studia magisterskie w zakresie „Renewable Energy Management”. Oprócz kursów zawodowych i akademickich realizowane są również projekty dla szkół i przedszkoli.

³⁴⁷ Do flagowych eksperymentalnych budynków, wykorzystujących energię odnawialną, należy m.in. Heliotope z 1994 roku, obracający się dom, pierwszy na świecie, który produkuje więcej energii niż zużywa (proj. R. Disch). Patrz ryc. 67.

grup konsumentów (A/B/C). Stosowanie większości „zielonych” rozwiązań jest dobrowolne, jednak chętnie wybierane dzięki pomocy rządowej i municypalnej w postaci ulg oraz subsydiów. Dopłaty do instalacji ogniw i kolektorów słonecznych pozwalają na spopularyzowanie i obniżkę cen tych technologii - im więcej jest ich na rynku, tym niższy staje się ich koszt dzięki wyższej konkurencji wśród producentów. Dla podniesienia standardu istniejących zasobów mieszkaniowych dostępne są dotacje do termomodernizacji oraz zwiększenia efektywności energetycznej, pozwalając w ten sposób na oszczędności i zachęcając do ich stosowania grupę B. Pewne standardy są jednak narzucone odgórnie, dzięki czemu obejmują także grupę C. Od ponad trzech dekad rozwijany jest system transportu publicznego, zintegrowany ze ścieżkami i miejscami postojowymi dla rowerów. Zabroniono ruchu samochodowego w centrum miasta i wprowadzono ograniczenie prędkości na terenach mieszkaniowych do 30km/h. Wprowadzono dodatkowe zachęty finansowe dla osób gotowych zrezygnować z posiadania samochodu, na co ostatecznie zdecydowała się prawie jedna trzecia mieszkańców.



Ryc. 78. Energooszczędne budynki mieszkalne częściowo zasilane energią elektryczną pozyskiwaną dzięki ogniom fotowoltaicznym. Fryburg Bryzgowijski. Fot. własne.

Prywatni deweloperzy muszą podporządkować się ustaleniom dotyczącym rozwiązań technologicznych, dostępu do środków transportu publicznego oraz, w niektórych przypadkach, maksymalnych dozwolonych cen³⁴⁸. Dla osób o niskich dochodach stworzono specjalny program, umożliwiający sfinansowanie mieszkania m.in. poprzez adaptację istniejących budynków (Sperling, 1999). Przyczynia się to do recykliczacji zastanych zasobów oraz pozwala na zapewnienie miejsca

³⁴⁸ Maksymalne ceny narzucono w nowo realizowanym osiedlu Vauban, aby lokale były dostępne dla mieszkańców o różnych poziomach zamożności (Daldrup & Zlonicky, 2010).

zamieszkania mniej zamożnym grupom. Największe nowe realizacje to Rieselfeld i Vauban, osiedla o wysokiej intensywności zabudowy, powstające na terenach dawnych koszar i oczyszczalni ścieków. Aby umożliwić wprowadzanie zmian na bieżąco (przy założeniu, że niemożliwe jest dokładne prognozowanie potrzeb mieszkańców zanim wprowadzą się na osiedle), realizacja następuje etapowo. Tereny przekazano wielu mniejszym inwestorom, aby uniknąć anonimowej, powtarzalnej architektury. Różne funkcje i rodzaj zabudowy zostały zintegrowane, zwłaszcza mieszkania własnościowe z wynajmowanym, dzięki czemu mieszkańcy mają możliwość elastycznego wyboru najbardziej odpowiadającego im lokalu. Część budynków jest realizowana przez wspólnoty budowlane, jak w Tybindze (patrz rozdział 3.2.1.). Każdy mieszkaniec może partycypować w produkcji energii poprzez wykupienie dowolnej liczby metrów kwadratowych ogniw fotowoltaicznych, które są montowane na kilku specjalnie dla nich przeznaczonych budynkach. W kontraktach sprzedaży działek są zawarte wymagania określające m.in. konieczność zastosowania potrójnie szklonych okien. Nowo realizowane budynki mieszkalne muszą zużywać o jedną trzecią mniej energii niż dopuszczają niemieckie standardy, przy czym, dzięki dostępności energooszczędnych technologii, ich koszt realizacji wynosi zaledwie 3% więcej na etapie budowy³⁴⁹. Dla osiedli tworzone są tzw. „słoneczne masterplany”, ustalające orientację elewacji i dachów budynków względem słońca. Parkowanie może się odbywać wyłącznie w wyznaczonych strefach, głównie w wielopoziomym parkingu zlokalizowanym na granicy osiedla. Wprowadzono finansowe zachęty, aby zrezygnować z używania indywidualnych samochodów, dzięki czemu w nowych osiedlach nie korzysta z nich połowa mieszkańców. Wiele osób zrzeszonych jest w klubie współużytkowania samochodów (*car-sharing*).

Przedstawione działania to tylko część prowadzonych przez Fryburg strategii rozwoju i życia zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Prezentują one kompleksowość, skalę i zasięg podjętych inicjatyw. Marka miasta wzmacnia jego pozycję nie tylko jako atrakcyjnego miejsca zamieszkania, zapewniającego wysoką jakość życia, ale także jako ośrodka badań i biznesu w dziedzinie energooszczędnych technologii. Fryburg i jego mieszkańcy, w dużej mierze reprezentujący grupę A o wysokim poziomie refleksyjności, stanowią pole innowacyjnych działań, przyczyniających się do spopularyzowania proekologicznych tendencji oraz wzmocnienia wizerunku miasta.

³⁴⁹ Dane z www.solarregion.freiburg.de

FRYBURG BRYZGOWIJSKI - PODSUMOWANIE

- Sukces w stworzeniu międzynarodowej miejskiej marki
- Strategie skierowane do wszystkich grup konsumentów (A/B/C)
- Wspieranie „zielonego” przemysłu, edukacji, badań i innowacyjnych technologii
- Wysokie poparcie mieszkańców dla polityki miejskiej
- Miejsca pracy dla „zielonych kołnierzyków” o różnych kwalifikacjach
- Energooszczędne zasoby mieszkaniowe

4.4. Zestawienie studiów przypadków

	BedZED	Französische Viertel	Fryburg Bryzgowijski
lokalizacja	Helios Road, Wallington, hrabstwo Surrey, Wielka Brytania	Tybinga-Südstadt, Badenia-Wirtembergia, Niemcy	Badenia-Wirtembergia, Niemcy
wielkość	Ok. 240 mieszkańców.	Ok. 6 500 mieszkańców.	Ok. 200 000 mieszkańców.
struktura własnościowa	Mieszkania własnościowe, spółdzielcze, socjalne, pod wynajem.	Głównie mieszkania własnościowe, także socjalne.	Mieszkania własnościowe, spółdzielcze, socjalne, pod wynajem.
inicjatorzy/ menedżerowie projektu	Realizowane z inicjatywy architektów Bill Dunster Architects, specjalnie powołane biuro Zed Factory. BioRegional Development Group. The Peabody Trust – spółdzielnia mieszkaniowa.	LEHEN 3 – młodzi architekci, zwycięzcy konkursu. Lokalny wydział planowania. Agencja powołana w celu koordynacji przedsięwzięcia.	Władze miasta przy współpracy z ośrodkami edukacyjnymi i badawczymi oraz prywatnymi przedsiębiorstwami.
czas realizacji	Realizacja w latach 2000-2002.	Konkurs na zagospodarowanie obszaru koszar przeprowadzony w 1992 roku. Proces zasiedlania dzielnicy trwa nadal.	Proces rozpoczęty w 1986 roku (wynikający z działań rozpoczętych w latach 70.), trwający nadal.
atrakcyjność projektu dla poszczególnych grup docelowych	A – możliwość prowadzenia stylu życia zgodnego z zasadami zrównoważonego rozwoju, w spójności o podobnej postawie. B – zdrowe, ekologiczne miejsce zamieszkania, bez kompromisów dla nowoczesnego, miejskiego i mobilnego stylu życia.	A - mieszkanie w samodzielnie zrealizowanym domu, współpraca z partnerami; mała, przyjazna, znana społeczność. B - konkurencyjna cena jednostek mieszkaniowych i ich eksploatacji, zdrowe i atrakcyjne środowisko życia, dobra dostępność do transportu publicznego.	A – miasto, w którym można prowadzić styl życia zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju i przyczyniać się do jego rozpowiększenia (m.in. poprzez pracę lub badania) B – mieszkanie w zdrowym i przyjaznym środowisku, możliwości pracy w „zielonym” biznesie, niskie koszty życia (eksploatacja lokalu mieszkalnego oraz transport).

	C – brak możliwości wyboru osiedla jako miejsca zamieszkania, ale dostosowanie się do ustalonych zasad.	C – atrakcyjne, dostępne finansowo miejsce zamieszkania, bez stygmatyzacji lokali socjalnych.	C – wysoka jakość życia dla osób o każdym poziomie zaможności, rozwijające się gospodarstwo miasto (rynek pracy), możliwość zdobycia lub podniesienia kwalifikacji
aktywność wymagana od konsumenta	A – dostosowanie stylu życia do rygoru rozwiązań ekologicznych (domu pasywnego, ograniczeń transportu indywidualnego etc.). B – podjęcie decyzji o zakupie lub najmie, wybór lokalu, prowadzenie „zielonego” stylu życia. C – brak wpływu na wybór mieszkania, zachęty do redukcji zużycia energii.	A/B – wysoka (założenie grupy budowlanej, zamówienie projektu architektonicznego, realizacja), prowadzenie „zielonego” stylu życia (np. transport pieszy i rowerowy zamiast używania samochodu). C - zachęty do redukcji zużycia energii.	A – wysoka – prowadzenie ekologicznego stylu życia, aktywne działanie na rzecz zrównoważonego rozwoju, stałe dostosowywanie stylu życia do „zielonych” wymagań, angażowanie się w funkcjonowanie lokalnej wspólnoty. B – przestrzeganie zasad energooszczędności. C – redukcja zużycia energii oraz uczestniczenie w życiu społecznym miasta i akcjach edukacyjnych i promocyjnych.
marka	Dobre rozpoznawany produkt mieszkaniowy (najlepiej kojarzony przykład osiedla ekologicznego w Wielkiej Brytanii), prototyp dla podobnych kolejnych inwestycji. Przykład „zielonego” marketingu.	Wysoka renoma osiedla jako przyjaznego miejsca do życia.	Pozytywny przykład miejskiego <i>brandingu</i> o „zielonym” profilu i o międzynarodowym zasięgu.
dotatkowe zachęty lub ograniczenia	Oszczędności w eksploatacji znane przed zakupieniem lokalu. Wysoki koszt miejsc parkingowych, darmowe ładowanie samochodów elektrycznych itp.	Zachęty ekonomiczne, pomoc w koordynacji i realizacji przedsięwzięcia. Dodatkowe opłaty i restrykcje parkingowe dla osób korzystających z samochodu.	Stworzenie miejsc pracy dla „zielonych kotnierzyków” o różnym poziomie kwalifikacji.
konkurencyjność produktu	Finansowo – produkt konkurencyjny w dłuższej perspektywie czasowej (droższy w chwili kupna, tańszy w eksploatacji).	Wysoka, ale wyłącznie dla osób gotowych na współpracę we wspólnocie budowlanej.	Wysoka - poprawa pozycji Fryburga w konkurencji z innymi miastami (ranga międzynarodowa).

koszt inwestycji w porównaniu do podobnych realizacji	Ok. 15% wyższy, rekompensowany późniejszymi oszczędnościami w eksploatacji (dla użytkowników) oraz zyskiem osiągniętym dzięki wynegocjowaniu większej intensywności zabudowy (dla inwestora).	Ok. 20-30% niższy dzięki uniknięciu marży deweloperów oraz ulgom podatkowym.	Koszt realizacji nowych energooszczędnych jednostek mieszkaniowych ok. 3% wyższy dzięki rozpowszechnieniu energooszczędnych technologii i wysokiej konkurencyjności rynkowej.
elastyczność projektu	Niewielka elastyczność projektu, problem z zagospodarowaniem jednostek przeznaczonych na cele inne niż mieszkaniowe.	Zapewnienie powierzchni pod przyszłe funkcje usługowe w przyszłości wszystkich budynków, dużo możliwości tymczasowego zagospodarowania.	Wysoka elastyczność w skali dzielnic.
projekt architektoniczny	Projekt autorstwa jednej pracowni.	Indywidualne projekty architektoniczne dla poszczególnych działek.	Innowacyjne projekty wykorzystujące energooszczędne technologie. Ikony architektury ekologicznej (np. Heliotrope).
rola architekta	Architekci inicjatorami przedsięwzięcia. Ocena oszczędności dla inwestora, mieszkańców i środowiska.	Architekci pomysłodawcami sposobu przeprowadzenia inwestycji. Zlecenie wykonania projektu wybranym architektom (brak powtarzalności).	Zaangażowanie w badania i wdrażanie rozwiązań energooszczędnych w budownictwie.

Tab. 79. Zestawienie studiów przypadków. Opr. własne.

5. Podsumowanie

5.1. Wnioski

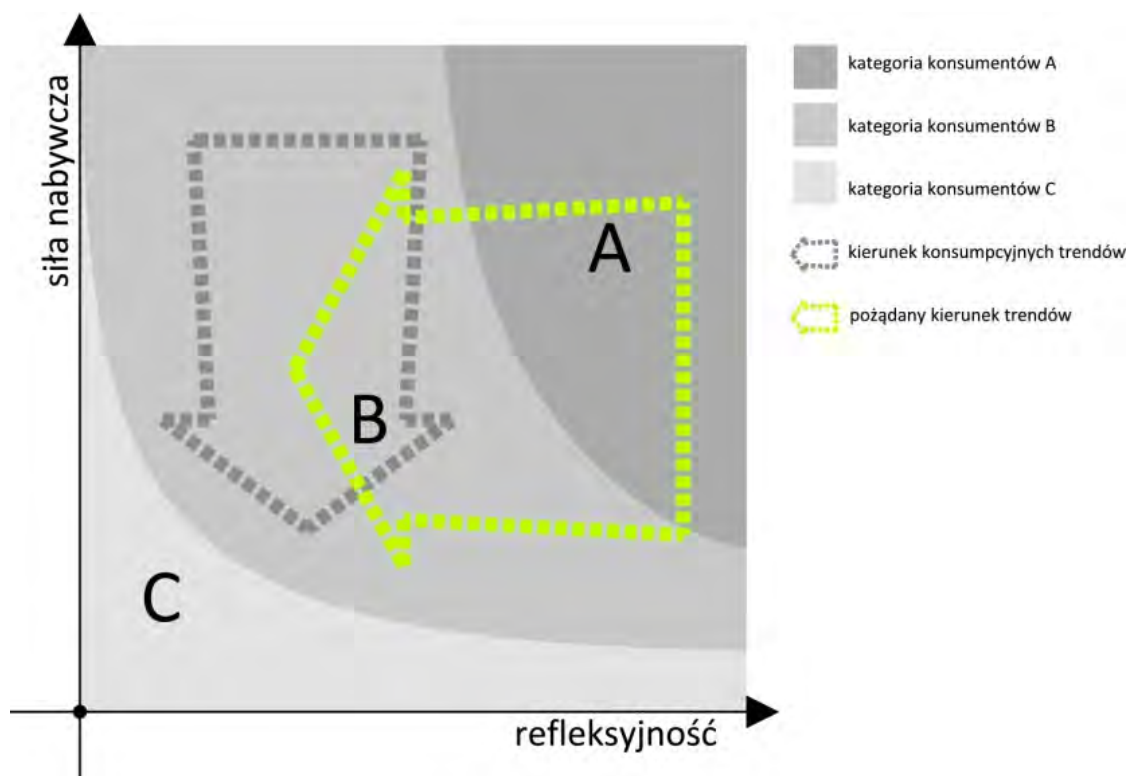
Gospodarcza recesja, nieunikniony kryzys energetyczny związany z ograniczonymi zasobami paliw kopalnych oraz postępująca degradacja środowiska wymuszają konieczność zmian wymagających przywrócenia odpowiedzialności społecznej i bardziej refleksyjnego podejścia do konsumpcji. Zmiany gospodarcze i środowiskowe będą następowały szybciej niż społeczna adaptacja stylu życia, w tym również zamieszkania. Konieczne stanie się wprowadzanie nowych standardów, resegmentacja rynku, lecz przede wszystkim przyjęcie nowych, bardziej refleksyjnych wzorców konsumpcji. Społeczne konsekwencje takich działań są ryzykowne, gdyż wypracowana tożsamość utrudnia wyrzeczenie się dotychczasowych konsumpcyjnych modeli. Ich odrzucenie grozi ostracyzmem, gdy jednostka zostanie uznana przez otoczenie za nieprzystosowaną lub zbyt snobistyczną (Schor, 1999). Relacja pomiędzy zrównoważonym rozwojem a gospodarką wpłynie na produkcję i konsumpcję, np. coraz wyższe ceny paliw mogą nie tylko przeorientować gospodarkę w stronę alternatywnych źródeł energii, ale i wymóc jej bardziej odpowiedzialne użytkowanie. Barber zalicza to zjawisko do tworzenia nowych potrzeb, na których producenci będą zarabiać, ale potrzeb realnych, a nie sztucznie wykreowanych w celu zachęcania konsumentów do poddania się dyktatowi kupowania. Uznaje trwającą recesję za sygnał do przebudowy społeczeństwa obywatelskiego, dzięki której dalszy rozwój będzie mógł osiągnąć zrównoważony poziom (Kokot, 2008).

W kontekście projektowania, tworzenia i eksploatacji zasobów mieszkaniowych kryzys gospodarczy zamyka pewien etap i przynosi nowe możliwości. Ma szansę przełożyć się pozytywnie na jakość projektów architektonicznych i przyczynia się do ostrożniejszego inwestowania, długofalowego planowania i elastyczności rozwiązań, pozwalającej na późniejsze adaptacje. Zamiast przeznaczania kapitału na nowe realizacje nacisk kładziony jest na renowację i modernizację istniejących zasobów. Zwiększone wydatki sektora publicznego przynoszą szansę na poprawę infrastruktury i zasobów mieszkalnictwa socjalnego i komunalnego, włączając dotacje do modernizacji istniejących założeń. Paradoksalnie nawet utrata zleceń przez architektów może przynieść pozytywne długofalowe konsekwencje – pozbawieni dotychczasowego zatrudnienia projektanci kontynuują edukację, przekwalifikowują się i zdobywają interdyscyplinarne doświadczenie. Zwiększona mobilność w poszukiwaniu pracy pozwala na transfer pomysłów

i rozwiązań. Recesja stanowi szansę dla pracowni o zróżnicowanym portfolio projektów, które potrafią elastycznie odpowiedzieć na wymagania klienta (najszybciej straciły zlecenia biura zajmujące się dużymi projektami mieszkaniowymi dla przedsiębiorstw deweloperskich). *Obecny kryzys będzie raczej wspierał poszukiwania innowacyjnej alternatywy jako metody zdystansowania konkurencji i odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie na „zieloną architekturę”* (Arczyńska, i inni, 2009). W odniesieniu do dysproporcji społecznych, wynikających z nierównomiernego dostępu do zasobów i wiedzy, używa się niekiedy określenia „skapywania” lub „spływania”³⁵⁰. W Wielkiej Brytanii, w czasie rządów Margaret Thatcher, kiedy reformy gospodarcze umożliwiły wzbogacenie się znacznej części społeczeństwa, przyczyniając się jednocześnie do zwiększenia polaryzacji, używano tego pojęcia względem dostatku, który miał spływać od najbogatszych do najbiedniejszych (Minton, 2009). Obecnie Bauman odnosi je do wiedzy: *...naukowym wysiłkom obliczania prawdopodobieństw towarzyszy zjawisko, które antropolodzy określili mianem „skapywania”: coś z wiedzy zdobytej przez naukowców „kapie” w dół do poziomu laików, którzy mogą teraz dzięki kroplom nabytej wiedzy wybierać szlaki mniej niebezpieczne, wystrzegać się czynności bardziej niż inne ryzykownych i summa summarum wypełnić praktyczną treścią odwieczne marzenie nowoczesne o „skolonizowaniu przyszłości”* (Bauman, 1996, strony 274-275). W kontekście konsumpcjonizmu z zamożnej góry spływają wzorce, do których mniej zamożni konsumenci aspirują, ale mogą je realizować tylko w ograniczonej, imitacyjnej wersji³⁵¹. Dla rozpowszechnienia idei zrównoważonego rozwoju i skłonienia mniej świadomych ryzyka i zagrożeń osób do bardziej przemyślanych wyborów, wektor tego „spływania” powinien być skierowany w inną stronę – nie od zamożniejszych do uboższych konsumentów, ale w ramach grupy o podobnej sile nabywczej, jednak od osób o wyższym poziomie refleksyjności do niższej (ryc. 80).

³⁵⁰ Ang. *trickle down*.

³⁵¹ Osoby o wysokim poziomie refleksyjności są wyłączone z tej zależności dzięki świadomości mechanizmów kreowania konsumpcyjnych hierarchii i pragnień oraz odwadze w sprzeciwieniu się oczekiwaniom społeczeństwa konsumpcyjnego.



Ryc. 80. Konsumpcyjny i refleksyjny kierunek „sptywania” trendów. Opr. własne.

Tendencje ostatnich lat, oparte na gospodarce sieciowej³⁵², pozarynkowej produkcji oraz etyce współdzielenia i współuczestniczenia, odwracają proces „sptywania” trendów. Dotychczasowy kierunek, od wzorców polegających na biernej selekcji gotowych produktów, zastępowany jest dążeniem do konsumpcji aktywnej, bazującej na dobrowolnym wkładzie własnej pracy, produkcji społecznej i *open source* oraz indywidualizacji i modyfikacji towarów do własnych potrzeb. Konceptcja ta funkcjonuje obecnie głównie w technologiach informatycznych i oprogramowaniu, rozpowszechniających się dzięki Internetowi, ale przenika w kierunku projektowania innych produktów przy udziale użytkowników. W kontekście relacji pomiędzy producentami a odbiorcami kluczowe znaczenie ma kwestia ewolucji społeczeństwa od modelu masowego do sieciowego, który podważa istotne filary idei konsumpcjonizmu wcielonej w hegemoniczny system „przemysłu kulturalnego” czy też wszechobecnego „spektaklu” (Debord, 1995), akcentując podmiotowość konsumenta. Już nie specjaliści od marketingu dyktują mody

³⁵² Gospodarka sieciowa (ang. *network economy*) - termin używany do określenia sposobu funkcjonowania gospodarki w warunkach masowego wdrożenia systemów komputerowych i telekomunikacyjnych. Wytwarzanie usług i produktów oraz zwiększanie ich wartości bazuje na lokalnych i globalnych sieciach powiązań uczestników procesu produkcji, otwartej wymianie informacji i jej kooperacyjnej naturze, demokratyzacji i decentralizacji, wymaganych, aby utrzymać przewagę nad konkurencją i tempo innowacji, szybkiej, masowej produkcji i coraz krótszego życia towarów oraz zmianie charakteru własności (zwiększenia roli prawa dostępu do informacji). Termin użyty przez Kevina Kelly, redaktora magazynu *Wired* (Kelly, 1999).

w konsumpcji i stylach życia, ale sami konsumenci generują oddolnie kapitał symboliczny, który zmusza marketing do „polowania” na trendy, a nie ich odgórnego kreowania. Gracze rynkowi obserwują uważnie te tendencje, doceniając potencjał nowych modeli, akceptując i wspierając je jako ważne i nieuchronne przyszłe standardy. Stopniowo przeorientowują swój model biznesowy w stronę platform kreowania narzędzi i usług dla powstającej pozarynkowej przestrzeni działań funkcjonujących dotychczas według zasad biznesowych. Angażują się licząc m.in. na potencjalne zyski w momencie, gdy nowe, tworzone przez użytkowników produkty, osiągną poziom zaawansowania wymagający licencjonowania i gwarancji (Benkler, 2006, strony 123-127, 470-471). Odnosi się to także do koncepcji związanych z tworzeniem zasobów mieszkaniowych, które potrzebują pewnego poziomu sformalizowania działań (m.in. potwierdzenia zgodności z regulacjami i warunkami planistycznymi). Podobnie jak rynek reaguje na nowe społeczne i gospodarcze trendy, tak i samorządy zaczynają je rozpoznawać i wspierać, nierzadko przy pomocy współpracujących bezpośrednio z konsumentami organizacji pozarządowych. Przedstawione w pracy przykłady pokazują różne stopnie zinstytucjonalizowania takich działań – od strategii zapewniania schronienia najuboższymi (przykład działalności ELEMENTAL opisany w rozdziale 3.2.3.), poprzez mikroszpółdzielczość (rozdział 3.2.1.), aż po najbardziej zinstytucjonalizowane, lecz opierające się na inicjatywie i aktywności konsumentów koncepcje inwestycyjne zbliżone do zastosowanej w Tübingen-Südstadt (rozdział 4.2.). Rośnie znaczenie roli i siły indywidualnych i skupionych w lokalnych społecznościach użytkowników – już nie biernych odbiorców masowej produkcji, ale refleksyjnych konsumentów nowej generacji. Do ich głównych atrybutów należą wiedza i świadomość ekonomicznych i pozaekonomicznych konsekwencji własnych wyborów oraz świadomość szerszych konsekwencji swoich decyzji i działań. Istotną rolę może odgrywać w tym kontekście architekt jako ekspert pomagający w zidentyfikowaniu potrzeb użytkownika i doradzający w wyborze optymalnych ekonomicznie i ekologicznie rozwiązań. Wspieranie refleksyjności powinno następować poprzez nakreślenie pola manewru użytkownika i dopasowanie rozwiązań do jego potrzeb i możliwości – zarówno finansowych, jak i gotowości do zmiany stylu życia. Refleksyjność można wspierać i promować, ale nie podlega ona planowaniu ani kontroli, w związku z czym konieczna korekta wzorców konsumpcji może nastąpić w innej niż spodziewana skali. Poruszanym problemom nie da się przypisać ani łatwych rozwiązań, ani jednoznacznie skutecznych strategii. Nie sposób określić, czy konsekwencje podjętych działań na pewno okażą się udane pod każdym względem, ponieważ zbyt wiele czynników, niezależnych od konsumenta, wpływa na jego wybory i nawet wysoka refleksyjność i gotowość do najbardziej etycznych działań nie dają gwarancji sukcesu.

Cytując za Beckiem: *Żyjemy w „erze efektów ubocznych”* (Beck, Giddens, & Lash, 2007, str. 175) – nie da się im całkowicie zapobiec, ale można nauczyć się ograniczać ich skutki. Nowe modele życia rodzinnego i pracy, technologie i metody komunikacji i wzorce zamieszkania wiążą się z działaniami, które mogą być negatywne w jednym kontekście, a pozytywne w innym. Istota zrównoważonego rozwoju polega na stałym wyważaniu korzyści i strat i umożliwieniu ewolucyjnego, zbalansowanego procesu pozwalającego na zmiany i świadome podejmowanie kolejnych decyzji. Dlatego zaproponowana klasyfikacja konsumentów mieszkaniowych to wstępna kategoryzacja, która, w celu zastosowania jej jako narzędzia planowania działań, musi zostać uszczegółowiona, aby wybrane strategie trafnie zaadresowano do określonego profilu odbiorców. Kolejny etap powinny stanowić empiryczne badania, mające na celu określenie poziomu refleksyjności oraz materialistycznej lub postmaterialistycznej postawy respondentów³⁵³. Racjonalne, zwłaszcza przy uwzględnieniu aplikacyjnego charakteru kategoryzacji, wydają się badania na zasadzie *action research*³⁵⁴ oraz testowanie prototypowych rozwiązań przy uwzględnieniu ograniczeń budżetowych uczestników.

Konsumpcjonizm jest głównie domeną klasy średniej, która aspiruje do wyższego poziomu i naśladuje zamożniejsze osoby (Campbell, 1987). Wraz z polaryzacją społeczeństw grupa ta ulega kurczeniu³⁵⁵. Coraz więcej osób zostaje wykluczonych z konsumpcji, zwłaszcza w warunkach gospodarczego kryzysu i nie są oni w stanie zaspokoić samodzielnie podstawowej potrzeby schronienia. Na drugim biegunie znajduje się uprzywilejowana, coraz zamożniejsza grupa, której nowo nabyty kapitał, pozwalający na budowanie tożsamości opartej na posiadanych dobrach, generuje mało refleksyjne kupowanie. W częściach świata, w których w szybkim tempie następuje wzrost gospodarczy i rośnie siła nabywcza obywateli, m.in. w krajach Globalnego Południa lub byłego bloku wschodniego, struktura społeczna ulega radykalnym przekształceniom. Pomimo rosnącej polaryzacji i ubóstwa znacznej części populacji, intensywnie rozwija się tam również klasa średnia, przyjmując głównie materialistyczne postawy. Pomimo że modele wiążące się ze stylem życia różnią się lokalnie i zależą m.in. od tradycji, przyzwyczajajeń i etyki wynikającej z religii, aspiracje nowej klasy średniej są konsumpcyjne (Sengupta, 2011). Wzorce mieszkaniowe przekształcają się tam w sposób niezgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju i poza pojedynczymi, sztandarowymi projektami

³⁵³ Analogiczne badania w: (Inglehart, 1990).

³⁵⁴ Tzw. „badania w działaniu” – metoda badań mająca na celu praktyczne rozwiązanie problemów przy współudziale uczestników.

³⁵⁵ Patrz przypis 7.

ekologicznych osiedli lub miasteczek, aspekty środowiskowe nie są traktowane priorytetowo³⁵⁶. Problemy te nakładają się na malejącą rolę państwa w kontekście kształtowania polityki mieszkaniowej oraz urynkowania mieszkalnictwa. Niekontrolowany, szybki i ekstensywny rozwój nie może być zrównoważony, więc konieczne jest poszukiwanie alternatywnych scenariuszy. Zrzucanie odpowiedzialności na kraje zachodnie, jako najlepiej wyposażone ekonomicznie, technologicznie i społecznie do przyjęcia nowych standardów³⁵⁷, jest krótkowzroczne - planeta jest jedna, a gospodarka i skala zagrożeń - globalna. Miasta stanowią już miejsce zamieszkania dla większości światowej populacji, więc konsumpcja mieszkaniowa nabierze coraz bardziej zurbanizowanego charakteru wraz z rozprzestrzenianiem się idei „prawa do miasta” (Purcell, 2002) (Golay & Özden, 2007) i rozwijania postaw obywatelskich. Zacierające się podziały między miastem a obszarami niezurbanizowanymi przyczynią się do powstania nowych kategorii produktów mieszkaniowych i stylów życia. Przedmiotem dalszych rozważań powinien być charakter tych zmian i próba określenia możliwych konsekwencji w kontekście mieszkaniowym.

Wraz z renesansem koncepcji samoograniczania, ruchów społecznych i partycypacji, ponownie odkrywane są wartości wspólnoty i lokalności, a decyzyjność cedowana jest na niższe i bardziej lokalne szczeble. Dopiero wchodzimy w kolejny etap rozwoju nazywanego „trzecią rewolucją przemysłową”, przyjętego w 2007 roku przez Unię Europejską jako długofalowa koncepcja gospodarcza³⁵⁸. Opiera się ona na „demokratyzacji” lokalnie generowanej energii ze źródeł odnawialnych poprzez włączenie jej producentów i odbiorców do współdzielonej sieci (Rifkin, 2011). Indywidualny wkład skutkuje w dostępnych dla wszystkich korzyściach. Podobnie w przypadku mieszkalnictwa – od indywidualnych decyzji i działań zależy ogólna kondycja zasobów mieszkaniowych, przestrzeni miejskiej czy stanu środowiska. Aby osiągnąć zrównoważony rozwój „wspólnego pastwiska”³⁵⁹, konieczne jest refleksyjne i holistyczne podejście do kwestii jakości i stylu życia oraz odwaga w rezygnacji z wypełniania konsumpcyjnych oczekiwań pomimo ryzyka społecznego ostracyzmu. Według Campbella podwaliny konsumpcjonizmu stworzyło równoległe funkcjonowanie dwóch krańcowo różnych w swoich założeniach etyk - romantycznej oraz protestanckiej (Campbell, 1987). Współczesny neoliberalny kapitalizm poszukuje nowych

³⁵⁶ Emisje dwutlenku węgla w Chinach i Indiach rosną (pomimo ratyfikacji Protokołu w Kioto) - w latach 2005-2008 o odpowiednio 40% i 34%, podczas gdy wskaźnik ten maleje dla Europy i Stanów Zjednoczonych (dane US Energy Information Administration).

³⁵⁷ Patrz rozdział 2.3. *Negatywne konsekwencje konsumpcyjnych wyborów mieszkaniowych* i założenia raportu ONZ „Nasza wspólna przyszłość”.

³⁵⁸ *Written Declaration on establishing a green hydrogen economy and a third industrial revolution in Europe through a partnership with committed regions and cities, SMEs and civil society organisations* (www.europarl.europa.eu).

³⁵⁹ Patrz rozdział 3.1. *Refleksyjność w podejmowaniu wyborów mieszkaniowych*.

kierunków ekspansji wśród przeciwstawnych mu postmaterialistycznych lub alternatywnych modeli życia i konsumpcji. Od motywacji wyborów konsumenckich – także mieszkaniowych – zależy, czy doprowadzi to do utowarowienia koncepcji zrównoważonego rozwoju, czy do pożądanego harmonizowania celów ekonomicznych, ekologicznych i społecznych.

6. Literatura i abstrakt.

6.1. Źródła literaturowe

Appleby, J. (2003). *Consumption in Early Modern Social Thought*. W M. A. David B. Clarke, *The Consumption Reader*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.

Arczyńska, M. (2011). *Luksus na miarę polskiego konsumenta - strategie marketingowe na rynku nieruchomości mieszkaniowych*. W S. Wehle-Strzelecka, *Miasto oszczędne* (str. 305-313). Kraków: Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej, 6-A/1/2010, zeszyt 14, rok 107.

Arczyńska, M. (2010). *Wartość użytkowa i rynkowa zasobów mieszkaniowych w kontekście potrzeb osób starszych*. W M. Madurowicz(red.), *Wartościowanie współczesnej przestrzeni miejskiej* (str. 341-354). Warszawa: WGiSR UW i Urząd m.st. Warszawy.

Arczyńska, M., & Pancewicz, Ł. (2009). *Architektura w czasach kryzysu*. *Architektura - Murator* (3/2009).

Arczyńska, M., & Pancewicz, Ł. (2008). *Ikona - jak to się robi w Chicago?* *Architektura - Murator* (04/2008).

Arczyńska, M., & Pancewicz, Ł. (2009). *Zielone stolice Europy*. *Architektura - Murator* (05/2009), strony 27-28.

Arrighi, G. (2003). *The Three Hegemonies of Historical Capitalism*. W D. B. Clarke, M. A. Doel, & K. M. Housiaux, *The Consumption Reader*. Nowy Jork: Routledge.

Assael, H. (1987). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: PWSKENT Publishing Company.

Atkinson, R., & Bridge, G. (2005). *Gentrification in a Global Context: The New Urban Colonialism*. Nowy Jork: Routledge.

Awano, H. (2005). *Towards Sustainable Use of Buildings Stock: Final Synthesis Report*. Paryż: OECD.

Bailey, N., & Manzi, T. (2008). *Developing and Sustaining Mixed Tenure Housing Developments*. Londyn: Joseph Rowntree Foundation.

Bailey, N., Haworth, A., Manzi, T., Paranagamage, P., & Roberts, M. (2006). *Creating and sustaining mixed income communities. A good practice guide*. Coventry: Chartered Institute of Housing/Joseph Rowntree Foundation.

Baranowski, A. (1998). *Projektowanie zrównoważone w architekturze*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.

Barber, B. R. (2007). *Consumed; How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens Whole*. Nowy Jork/Londyn: W.W.Norton & Company.

Barber, B. R. (2005). *Dżihad kontra McŚwiat*. Warszawa: MUZA S.A.

- Basista, A. (2001). *Betonowe dziedzictwo*. Kraków: PWN.
- Baudrillard, J. (2005). *Symulakry i symulacja*. Warszawa: Sic!
- Baudrillard, J. (2005a). *The Consumer Society, Myths and Structures*. Londyn: Sage Publications.
- Baudrillard, J. (2003). *The Ideological Genesis of Needs*. W M. A. David B. Clarke, *The Consumption Reader*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.
- Baudrillard, J. (2005b). *The System of Objects*. Londyn/Nowy Jork: Verso.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge/Malden: Polity.
- Bauman, Z. (1996). *Etyka ponowoczesna*. Warszawa: PWN.
- Bauman, Z. (2006). *Społeczeństwo w stanie obłąkania*. Warszawa: Sic!
- Bauman, Z. (2009). *The Art of Life*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2001). *Work, Consumerism and the New Poor*. Buckingham: Open University Press.
- Bauman, Z. (2008). *Zindywidualizowane społeczeństwo*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Beck, U. (2005). *Risk Society; Towards a New Modernity*. Londyn/Thousand Oaks/Delhi: SAGE Publications.
- Beck, U., Giddens, A., & Lash, S. (2007). *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- Bednarek, M. (2010). *Kredytów hipotecznych już się nie boimy*. Gazeta Wyborcza, 24 marca 2010, wyd. internetowe (www.wyborcza.biz)
- Beisert, M. (2006). *Przemiany współczesnej rodziny polskiej*. Rocznik Lubuski, 32 część 2.
- Bell, D. (1996). *The Cultural Contradictions of Capitalism*. Nowy Jork: Basic Books.
- Bell, P., Greene, T., Fisher, J., & Baum, A. (2004). *Psychologia Środowiskowa*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Bell, W. (1956). *Familism and Suburbanisation*. Rural Sociology, tom 21, str. 276-286.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven/Londyn: Yale University Press.
- Bennetts, R. (2011). *Low-carbon expertise will re-establish architects as leaders*. Architectural Journal, nr 1/2011 .
- Bielicka, M. (2011). *W kontenerze, czyli z grzybem*. Gazeta Wyborcza, wyd. poznańskie, 26 stycznia 2011 .

- Bodie, Z., Treussard, J., & Willen, P. (2007). *The Theory of Life-Cycle Saving and Investing*. Public Policy Discussion Papers, Nr 07-3. Boston: Federal Reserve Bank of Boston.
- Boguszewski, R. (2008). *Aspiracje Polaków w latach 1998 i 2008*. Warszawa: CBOS.
- Boni, M. (2009). *Polska 2030 Wyzwania Rozwojowe*. Warszawa: Kancelaria Prezesa Rady Ministrów.
- Botton, A. d. (2004). *Status Anxiety*. Londyn: Penguin Books.
- Botton, A. d. (2006). *The Architecture of Happiness*. Londyn: Hamish Hamilton/Penguin Books.
- Bourdieu, P. (2010). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.
- Bourdieu, P. (2010). *The Social Structures of the Economy*. Cambridge/Malden: Polity Press.
- Boykoff, M. (2011). *Who Speaks for Climate? Making sense of media reporting on climate change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brady, J., & Simms, A. (2001). *Dublin Through Space and Time*. Dublin: Four Courts Press.
- Burford, N. K., Thurrott, J., & Pearson, A. D. (2011). *Minimum Energy, Maximum Space: Higher Density Attached Family Housing*. Open House, Nr 3 (36), str. 62-73.
- Calverley, J. P. (2004). *Bubbles and How to Survive Them*. Londyn: Nicholas Brealey Publishing.
- Campbell, C. (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford/Nowy Jork: Basil Blackwell.
- Capra, F. (1987). *Punkt zwrotny. Nauka, społeczeństwo, nowa kultura*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Carmona, M., Heath, J., Oc, T., & Tiesdell, S. (2006). *Public Places - Urban Spaces*. Oxford: Architectural Press.
- Carson, R. (2002). *Silent Spring*. Nowy Jork: Mariner Books.
- Caute, D. (1988). *Sixty-Eight. The Year of the Barricades*. Londyn: Paladin Grafton Books.
- CBOS. (2005). *Opinie na temat architektury w Polsce – wyniki badania sondażowego; źródło: www.izbaarchitektow.pl: Centrum Badania Opinii Społecznej*.
- Clarke, A., & Whitehead, C. (2011). *Private rented sector*. W K. Kelly, *How do we meet families' aspirations for good housing and a good home?* York: Joseph Rowntree Foundation.
- Clarke, D. B., Doel, M. A., & Housiaux, K. M. (2003). *The Consumption Reader*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.
- Cowie, I. (2005). *Baby boomers spend the kids' inheritance*. The Telegraph (23 lipca 2005). Pobrano 5 maja 2007 z lokalizacji www.telegraph.co.uk

Cox, W., Pavletich, H., & Bruegmann, R. (2012). *8th Annual Demographic International Housing Affordability Report*. Belleville: Wendell Cox Consultancy (Demographia).

Dąbrowska-Milewska, G. (2006). *Standard budownictwa mieszkaniowego wielorodzinnego w miastach Polski w latach 1990-2004*. W H. Zaniewska, & A. Tokajuk, *Tendencje w kształtowaniu zabudowy mieszkaniowej współczesnych miast*. Białystok: Politechnika Białostocka.

Daldrup, E. L., & Zlonicky, P. (2010). *Large Scale Projects in German Cities*. Urban Development 1990-2010. Jovis.

Davis, S. M. (1996). *Future Perfect*. Perseus Books.

de Graaf, J., Wann, D., & Naylor, T. N. (2001). *Affluenza. The All-Consuming Epidemic*. Berkeley: Berret-Koehler Publishers.

Debord, G. (1995). *Society of the Spectacle*. Nowy Jork: Zone Books.

Devereux, E., Haynes, A., & Power, M. J. (2011). *At the edge: media constructions of a stigmatised Irish housing estate*. *Journal of Housing and the Built Environment*, 26, 123–142.

Diesenhouse, S. (2008). *Chicago Spire Condominium Tower Faces Twist in Economy as It Begins Sales Push*. *Chicago Tribune* (14 stycznia 2008).

Dittmar, H. (2002). Sprawl. W J. B. Schor, & B. Taylor, *Sustainable Planet. Solutions for the Twenty-First Century* (str. 109-127). Boston: Beacon Press.

Domański, H. (2002). *Polska klasa średnia*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

Domański, H. (1999). *Prestiż*. Wrocław: Monografie FNP, seria humanistyczna.

Douglas, M. (1996). *Thought Styles: Critical Essays In Good Taste*. Londyn: Sage.

Dowgiało, B. (2008). *Moda a tożsamość*. W M. Kempny, G. Woroniecka, & P. Załęcki, *Tożsamość i przynależność. O współczesnych przemianach identyfikacji kulturowych w Polsce i w Europie*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Dowgiało, B. (2007). *Moda w mieszkaniu*. W G. Woroniecka, *Co znaczy mieszkać. Szkice antropologiczne*. Warszawa: Trio.

Dubrowska, M., & Karpieszuk, W. (2012). *Kolektyw Elba*. *Gazeta Wyborcza*, Duży Format (1 kwietnia 2012), wyd. internetowe .

Duncan, J. S. (1985). *The House as a Symbol of Social Structure, Notes on the Language of Objects among Collectivistic Groups*. W C. I. Altman, *Home Environments*. Nowy Jork: Plenum.

Dunn, E. (2008). *Prywatyzując Polskę*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

Dunster, B. (2007). *Eco-town and Country Planning*. *The Guardian*, 15 maja 2007, wyd. internetowe.

Earley, F. (2004). *What Explains the Differences in Homeownership Rates in Europe?* Pobrano 14 września 2008 ze strony internetowej Housing Finance International (www.finarticles.com).

Elberse, A., Verleun, J. (2011). *The Economic Value of Celebrity Endorsements*. Journal of Advertising Research. Czerwiec 2011.

Elgin, D. (1993). *Voluntary Simplicity*. Nowy Jork: Quill - William Morrow.

Featherstone, M. (1991). *Consumer Culture & Postmodernism*. London/Newbury Park/New Delhi: SAGE Publications.

Fisher, L., Pollakowski, H., & Zabel, J. (2009). *Amenity-Based Housing Affordability Indexes*. Real Estate Economics, tom 37, wyd. 4, str. 705-746.

Florida, R. (2004). *The Rise of the Creative Class*. Nowy Jork: Basic Books.

Frampton, K. (1983). *Towards a Critical Regionalism: Six Points for an Architecture of Resistance*. W H. Foster, *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Seattle: WA: Bay Press.

Fromm, E. (1995). *Mieć czy być?* Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.

Fromm, E. (1996). *Rewolucja nadziei*. Poznań: Rebis.

Galbraith, J. K. (1963). *The Affluent Society*. Harmondsworth, Middlesex: Pelican Books - Penguin Books in Assoc. with Hamish Hamilton.

Gardiner, V. (2006). *Emerald in the Rough*. Dwell (wrzesień 2006).

Gądecki, J. (2009). *Za murami. Osiedla gradzone w Polsce - Analiza dyskursu*. Wrocław: Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej. Monografie - seria humanistyczna

Giddens, A. (2005). *Socjologia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Giddings, B., Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). *Back to the City: A Route to Urban Sustainability*. W M. Jencks, & N. Dempsey, *Future Forms and Design for Sustainable Cities*. Oxford: Elsevier.

Glancey, J. (2001,). *A Great Place to Live*. The Guardian (7 września 2001), wyd.internetowe, pobrano 18 września 2010.

Glans, K., & Laurin, J. (2008). *Towards an Hourglass Society?* Sztokholm: Glasshouse Forum.

Golay, C., & Özden, M. (2007). *The Right to Housing. A fundamental human right affirmed by the United Nations and recognized in regional treaties and numerous national constitutions*. Genewa: CETIM.

Goleman, D. (2009). *Ecological Intelligence: How Knowing the Hidden Impacts of What We Buy Can Change Everything*. Doubleday.

Goodier, C., & Pan, W. (2010). *The Future of UK Housebuilding*. Londyn: RICS Research.

- Goss, J. (2003). *'We Know Who You Are and We Know Where You Live'* The Instrumental Rationality of Geodemographic Systems. W M. A. David B. Clarke, *The Consumption Reader*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.
- Gössel, P., & Leuthäuser, G. (2005). *Architecture in the 20th Century*. Kolonia: TASCHEN.
- Götz, B., & Sewing, W. (2008). *Before Architecture. Residential Building as Motivation*. Materiały 11 Biennale Architektury w Wenecji.
- Grabkowska, M. (2010). *Socio-demographic Changes in Inner-city Gdansk in the Context of Bottom-Up Revitalization*. Gdańsk: praca doktorska, maszynopis.
- Gram-Hanssen, K., & Bech-Danielsen, C. (2004). *House, Home and Identity from a Consumption Perspective*. Housing, Theory and Society, nr 21, str. 17–26.
- Griskevicius, V., Tybur, J. M., & Van den Bergh, B. (2010, Marzec Vol 98(3)). *Going Green to Be Seen: Status, Reputation, and Conspicuous Conservation*. Journal of Personality and Social Psychology, str.392-404.
- Grzeszak, A. (2008). *Cyrk z gwiazdami*. Polityka (15 marca 2008).
- Hanlon, E. (2006). *Successful Apartment Living*. Dublin: Dublin City Council.
- Hardin, G. (1968). *The Tragedy of the Commons*. Science, 13 grudnia 1968, str. 1243-1248.
- Hegarty, N. (2007). *Dublin - A View from the Ground*. Londyn: Portrait.
- Heilmann, J., & Lindemann, T. (2011). *Die Kinder-Lüge vom Prenzlauer Berg*. Spiegel (28 października 2011), wyd. internetowe .
- Hodor, K. (2007). *Podmiejskie rezydencje szlacheckie w tradycji krajobrazowo-ogrodowej Europy Zachodniej*. Czasopismo Techniczne z. 10 (Architektura z. 5-A), Politechnika Krakowska .
- Hojrup, T. (2003). *State, Culture, and Life Modes: Foundations of Life Mode Analysis*. Hants: Ashgate Publishing Limited.
- Holmgren, D. (2009). *Permaculture – Principles & Pathways Beyond Sustainability*. Hepburn: Holmgren Design Services.
- Ikerd, J. (2008). *Zrównoważony kapitalizm: kwestia etyki i moralności*. Problemy Ekorozwoju, nr 1, tom III , str. 13-22.
- Iloniemi, L. (2004). *Is It All About Image?* Chichester: Wiley-Academy.
- Immergluck, D. (2009). *Foreclosed - High-Risk Lending, Deregulation and the Undermining of America's Mortgage Market*. Ithaca/Londyn: Cornell University Press.
- Inglehart, R. (1990). *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton: Princeton University Press.

- Inwood, S. (2006). *City of Cities. The Birth of Modern London*. Londyn: Pan Books.
- J.Taylor, P. (2003). *What's Modern about the World-System?* W M. A. David B. Clarke, *The Consumption Reader*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.
- Jacyno, M. (2007). *Mieszkanie i "moralna architektura" kultury indywidualizmu*. W G. Woroniecka, *Co znaczy mieszkać. Szkice antropologiczne*. Warszawa: Trio.
- James, O. (2007). *Affluenza*. London: Vermilion.
- Jameson, F. (1993). *Postmodernism or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Londyn/Nowy Jork: Verso.
- Jewdokimow, M. (2007). *Magazyn masek. Mieszkania a więź społeczna*. W G. Woroniecka, *Co znaczy mieszkać. Szkice antropologiczne*. Warszawa: Trio.
- Jewdokimow, M. (2008). *Mieszkanie jako propozycja tożsamościowa (do kupienia). Nowe aspekty polskiej kultury mieszkaniowej*. W M. Kempny, G. Woroniecka, & P. Załęcki, *Tożsamość i przynależność. O współczesnych przemianach identyfikacji kulturowych w Polsce i w Europie*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Johnston, R., Gregory, D., Pratt, G., & Watts, M. (2000). *The Dictionary of Human Geography*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Jones, P. B., Petrescu, D., & Till, J. (2005). *Architecture & Participation*. Londyn/Nowy Jork: Spon Press, Taylor & Francis Group.
- Jung, B. (2005). *Kapitalizm postmodernistyczny*. Szkoła Główna Handlowa. Pobrano z lokalizacji www.sgh.waw.pl 17 października 2005.
- Kaa, D. J. (2002). *The Idea of a Second Demographic Transition in Industrialized Countries*. Sixth Welfare Policy Seminar of the National Institute of Population and Social Security, Tokio.
- Kamp, C. (2008, 01 19). *The Barbican: Concrete Jungle*. The Independent (19 stycznia 2008).
- Kasser, T. (2002). *The High Price of Materialism*. Cambridge/Londyn: A Bradford Book/MIT Press.
- Kelly, K. (1999). *New Rules for the New Economy*. Nowy Jork: Penguin Press.
- Klein, N. (2004). *No Logo*. Warszawa: Świat Literacki.
- Klinenberg, E. (2012). *I want to be alone: the rise and rise of solo living*. The Guardian (30 marca 2012), wyd.internetowe .
- Knox, P. L. (2005). *Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World*. Journal of Urban Design, 1/2005
- Kokoszka, I. (2007). *Makdonaldyzacja trwa w najlepsze*. Forbes, 04/2007.

- Kokot, M. (2008). *Benjamin R.Barber: Nadchodzi Nowy Ład XXI wieku* (wywiad). Gazeta Wyborcza (8 października 2008).
- Kolasa-Nowak, A. (2005). *Polskie studia nad transformacją: kierunki konceptualizacji*. Nauka, 4/2005, str. 117-132.
- KPMG. (2010). *Rynek dóbr luksusowych w Polsce*. Warszawa: KPMG.
- Kresl, K., & Fry, E. (2005). *The Urban Response to Internationalization*. Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Kronenberg, J., & Bergier, T. (2010). *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*. Kraków: Fundacja Sendzimira.
- Kubicki, P. (2010). *Nowi Mieszczańcy - w poszukiwaniu nowych tożsamości miejskich*. W M. Madurowicz(red.), *Wartościowanie współczesnej przestrzeni miejskiej* (str. 57-65). Warszawa: WGiSR UW i Urząd m.st.Warszawy.
- Kunstler, J. H. (1993). *The Geography of Nowhere. The Rise and Decline of America's Man-Made Landscape*. Nowy Jork: Touchstone Books/Simon & Shuster.
- Kwan, A. (2011). *Redefining the American Dream: Rethinking Homeownership after the Mortgage Market Nightmare*. UNDERwriting: The Harvard Student Journal of Real Estate, tom 1, jesień 2010/zima 2011 .
- Kwiatkowska, A. (2003). *Partycypacja użytkowników w projektowaniu architektury mieszkaniowej*. Architectus, nr 1-2.
- Lang, J. (2007). *Functionalism*. W M. Carmona, & S. Tiesdell, *Urban Design Reader* (str. 213-225). Oxford: Architectural Press.
- Lazarus, N. (2009). *BedZED Toolkit*. Londyn: BioRegional Development Group.
- Le Corbusier. (1986). *Towards a New Architecture*. Nowy Jork: Dover Publications.
- Leadbeater, C. (1989). *Power to the Person*. W M. J. Stuart Hall, *New Times. The Changing Face of Politics in the 1990s*. Londyn : Laurence & Wishart.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Oxford: Basil Blackwell.
- Leibenstein, H. (1950). *Bandwagon, Snob and Veblen Effects in the Theory of Consumer Demand*. *The Quarterly Journal of Economics*, Nr 64, str. 183-207.
- Leiserowitz, A. M.-R. (2011). *Climate Change in the American Mind: Americans' Global Warming Beliefs and Attitudes in November 2011*. New Haven, CT: Yale Project on Climate Change: Yale University/George Mason University.
- Levinson, N. (2000). *Tall Buildings, Tall Tales. On Architects in the Movies*. W M. Lamster, *Architecture and Film* (strony 11-48). Nowy Jork: Princeton Architectural Press.

- Lloyd, J. (2008). *Home Alone*. W A. M. Cronin, & K. Hetherington, *Consuming the Entrepreneurial City. Image, Memory, Spectacle* (strony 45-64). Nowy Jork/Londyn: Routledge.
- Lorens, P. (2006). *Tematyzacja przestrzeni publicznej miasta*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.
- Lundgren, B. A., & Lic, T. (2010). *Customers' perspectives on a residential development using the laddering method*. *Journal of Housing and the Built Environment*, Nr 25, str. 37-52.
- Łaciak, B. (2007). *Obraz polskiego domu w serialach telewizyjnych*. W G. Woroniecka, *Co znaczy mieszkać. Szkice antropologiczne*. Warszawa: Trio.
- Marks, K. (1951). *Kapitał - Krytyka ekonomii politycznej*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Marody, M. (1991). *Co nam zostało z tych lat... Społeczeństwo polskie u progu zmiany systemowej*. Londyn: Aneks.
- Marshall, G. (1998). *Dictionary of Sociology*. Oxford/Nowy Jork: Oxford University Press.
- Martynuska, M., Terlecka, A., & Ziemiańska, A. (2007). *Rynek mieszkaniowy w Warszawie*. Warszawa: CB Richard Ellis we współpracy z Murator EXPO.
- Mason, A. (2006). *Changing Age Structures and their Implications for Development*. Berkeley: Center for the Economics and Demography of Aging, University of California.
- Mathews, G. (2005). *Supermarket kultury*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Matuchniak-Krasuska, A. (2010). *Zarys socjologii sztuki Pierre'a Bourdieu*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- McDonald, F., & Sheridan, K. (2008). *The Builders*. Londyn: Penguin.
- McGreevy, R. (2011). *Ecovillage confounds critics with expansion*. *The Irish Times* (9 maja 2011).
- McKendrick, N. (2003). *The Consumer Revolution of Eighteenth-century England*. W M. A. David B. Clarke, *The Consumption Reader*. London and New York: Routledge.
- McKinsey. (2009). *Unlocking Energy Efficiency in the US Economy*. McKinsey Global Energy and Materials.
- McMullen, T. (2006). *Condos With a Name: 'Available'*. *The Wall Street Journal* (31 marca 2006).
- Milczarek, E. (2010). *Gdzie by tu się schować?* *Wysokie Obcasy*, magazyn Gazety Wyborczej (30 kwietnia 2010).
- Minton, A. (2009). *Ground Control*. Londyn: Penguin Books.
- Mitchell, J., Edge, M., Tony, C., Conniff, A., Webster, R., Laing, R., i inni. (2003). *Mapping Survey of Non-Technical Research on the Social Value and Benefits of Good Architectural Design*. The Scott Sutherland School. Aberdeen: The Scottish Executive Central Research Unit & The Robert Gordon University.

- Myrdal, G. (1963). *Challenge to Affluence*. Nowy Jork: Random House.
- Naess, A. (1973). *The Shallow and the Deep, Long-Range Ecology Movement*. Inquiry, Nr 1/1973, str. 95-100.
- Naisbitt, J. (1984). *Megatrends - Ten New Directions Transforming Our Lives*. Nowy Jork: Warner Books, A Warner Communications Company.
- Norman, D. A. (2005). *Emotional Design. Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Nowy Jork: Basic Books.
- Olszewska-Krysztofiak, A., & Fabijańczyk, M. (2007). *Dom polski*. Przegląd (40/2007), wyd.internetowe .
- Packard, V. (1962). *The Status Seekers*. Middlesex: Penguin Books Ltd.
- Packard, V. (1963). *The Waste Makers*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Pancewicz, Ł. (2010). *Irlandia - planowanie po boomie*. Przegląd Urbanistyczny , tom II, str. 121-123.
- Pancewicz, Ł. (2008). *Irlandia wraca do miasta*. Architektura - Murator (5/2008).
- Pancewicz, Ł. (2010). *Od "Parker Morris Standards" do 'Building for Life': normatyw urbanistyczny jako narzędzie wartościowania przestrzeni miasta - doświadczenie krajów anglosaskich*. W M. Madurowicz, *Wartościowanie współczesnej przestrzeni miejskiej* (strony 205-216). Warszawa: WEMA Wydawnictwo-Poligrafia.
- Peterek, M. (2004). *Wielofunkcyjne dzielnice miasta – Najnowsze przykłady z praktyki urbanistycznej w Niemczech*. z. 2-A. Kraków: Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej, mat. pokonferencyjne "Miasto w mieście – problemy kompozycji".
- Piątek, G. (2008). *Ekstrema architektury XXI wieku*. Architektura - Murator (4/2008).
- Pruijt, H. (2004). *Okupar en Europa*. W M. M. Lopez, & R. Adell, *Dónde están las llaves. El movimiento okupa: prácticas y contextos sociales* (str. 35-60). Madryd: La Catarata, wersja angielska na stronie internetowej Uniwersytetu Erazma w Rotterdamie (www.eur.nl).
- Przesmycka, E., & Pytlarz, E. (2006). *Współczesne standardy w budownictwie mieszkaniowym w Polsce*. W H. Zaniewska, & A. Tokajuk, *Tendencje w kształtowaniu zabudowy mieszkaniowej współczesnych miast* (str. 28-31). Białystok: Politechnika Białostocka.
- Purcell, M. (2002). *Excavating Lefebvre: The right to the city and its urban politics of the inhabitant*. GeoJournal, 58/2002, str. 99–108.
- Rekowski, M. (1993). *Wprowadzenie do mikroekonomii*. Poznań: POLSOFT - AKADEMIA.
- Rex, J. (1971). *The Concept of Housing Class and the Sociology of Race Relations*. Race & Class (12/1971).

- Rifkin, J. (2011). *The Third Industrial Revolution: How Lateral Power is Transforming Energy, the Economy, and the World*. Palgrave Macmillan.
- Ritzer, G. (2004). *Magiczny świat konsumpcji*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A.
- Ritzer, G. (2005). *Makdonaldyzacja społeczeństwa*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A.
- Robinson, J. (2002). *Global and World Cities: a View from off the Map*. International Journal of Urban and Regional Research, wrzesień 2002, Tom 26.3 , str. 531-554.
- Rożałowska, B. (2008). *Dom jako realizacja potrzeb prestiżu w nowej przestrzeni miejskiej. Socjologiczne studium ładu osadniczego na przykładzie Katowic*. Katowice: rozprawa doktorska, maszynopis.
- Rybczyński, W. (1987). *Home. A Short History of an Idea*. Londyn: Penguin Books.
- Rybczyński, W. (2003). *Najpiękniejszy dom na świecie*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Rybczyński, W. (2002). *The Bilbao Effect*. The Atlantic Monthly, wrzesień 2002, wyd. internetowe .
- Ryńska, E. D. (2006). *Standardy współczesnego budownictwa mieszkaniowego. Rynek deweloperów i oczekiwania użytkowników*. W H. Zaniewska, & A. Tokajuk, *Standard budownictwa mieszkaniowego wielorodzinnego w miastach Polski w latach 1990-2004*. Białystok: Politechnika Białostocka.
- Salama, A. M. (2011). *Trans-Disciplinary Knowledge for Affordable Housing*. Open House, Nr 3/2011 (36), str. 7-15.
- Salzman, P. C. (2002). *On Reflexivity*. American Anthropologist, New Series, tom 104, wrzesień 2002, str. 805-813.
- Sanoff, H. (2000). *Community Participation Methods in Design and Planning*. Nowy Jork/Chichester/Weinheim/Brisbane/Singapur/Toronto: John Wiley & Sons, Inc.
- Saunders, P. (1984). *Urban Politics; A Sociological Interpretation*. Londyn: Hutchinson University Library.
- Savage, M., Warde, A., & Ward, K. (2003). *Urban Sociology, Capitalism and Modernity*. Londyn: Palgrave McMilian.
- Schor, J. B. (2002). *Cleaning the Closet*. W J. B. Schor, & B. Taylor, *Sustainable Planet. Solutions for the Twenty-First Century* (str. 45-59). Boston: Beacon Press.
- Schor, J. B. (2010). *Plenitude: The New Economics of True Wealth*. Nowy Jork: The Penguin Press.
- Schor, J. (1999). *The New Politics of Consumption*. Boston Review, wyd. lato 1999.
- Schwartz, B. (2005). *Barry Schwartz on the Paradox of Choice*. nagranie wykładu z serii TED: Technology, Entertainment, Design. www.ted.com, Oxford.

- Scott, A. (1988). *Metropolis: From the Division of Labour to Urban Form*. Berkeley: University of California Press.
- Seddon, T. (2000). *Advanced Studies in Educational Research and Practice 1*. Core Unit for the Degree of Doctor of Education, Monash University.
- Sengupta, U. (2011). *The Housing Triangulation: A Discourse on Quality, Affordability and Lifestyles in India*. Open House, Nr 3/2011 (36) , str. 16-26.
- Sennett, R. (1999). *The Corrosion of Character*. Londyn/Nowy Jork: W.W.Norton & Company.
- Sennett, R. (1992). *The Fall of Public Man*. Londyn/Nowy Jork: W.W.Norton & Company.
- Shaw, G. B. (1972). *Pigmalion*. Warszawa: PIW.
- Sierzputowska, E. (1992). *Problemy mieszkaniowe w opinii publicznej*. Warszawa: Kancelaria Sejmu. Biuro Studiów i Ekspertyz.
- Skowrońska, M. (2011). „...jak u siebie”. *Zamieszkiwanie i komfort*. Poznań: rozprawa doktorska; maszynopis.
- Smith, S. J. (2005). *Banking or Housing?* Pobrano 12 marca 2008 z lokalizacji www.eprints.dur.ac.uk
- Soros, G. (1987). *The Alchemy of Finance*. Nowy Jork: Simon&Schuster.
- Sperling, C. (1999). *Nachhaltige Stadtentwicklung Beginnt in Quartier*. Fryburg: Oko-Institut eV.
- Stachura, E. (2007). *Marketing na rynku nieruchomości*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sterman, J., & Sweeney, L. B. (2007). *Understanding public complacency about climate change: Adult's mental models of climate change violate conservation of matter*. *Climate Change*, tom 90, str. 213-239.
- Stevens, D. (2007). *Rural*. Annaghmaconway, Cloone: Mermaid Turbulence.
- Sudjic, D. (2005). *The Edifice Complex*. Londyn: Penguin Books.
- Sulkunen, P. (2009). *The Saturated Society. Governing Risk and Lifestyles in Consumer Culture*. Londyn: Sage.
- Świech, M. (2009). *Dom na wsi czy mieszkanie w centrum?* Gazeta Wyborcza (29 stycznia 2009).
- Syrkus, H. (1976). *Ku idei osiedla społecznego 1925-1975*. Warszawa: PWN.
- Syrkus, H. (1984). *Spoleczne cele urbanizacji; Człowiek i Środowisko*. Warszawa: PWN.
- Szafraniec, K., & Boni, M. (2011). *Młodzi 2011*. Warszawa: Kancelaria Prezesa Rady Ministrów.

- Szafrańska, E. (2010). *Stereotypy i rzeczywistość. Atrakcyjność mieszkaniowa blokowiska w opinii mieszkańców*. W M. Madurowicz, *Wartościowanie współczesnej przestrzeni miejskiej* (str. 331-340). Warszawa: WEMA .
- Szlendak, T. (2011). *Wartości i style życia na Pomorzu w roku 2030. Scenariusze przemian (wersja robocza)*. Gdańsk: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową.
- Szlendak, T., & Pietrowicz, K. (2004). *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Sztompka, P. (2005). *Socjologia, Analiza Społeczeństwa*. Kraków: Znak.
- Szyperska, U. (2009). *Renta z metra*. *Polityka* (24 października 2009), str. 40-41.
- The Scott Sutherland School/The Robert Gordon University. (2003). *Mapping Survey of Non-Technical Research on the Social Value and Benefits of Good Architectural Design*. Aberdeen: The Scottish Executive Central Research Unit.
- Thomsen, A., van der Flier, K. (2006). *Life Cycle of Dwellings; a Conceptual Model based on Dutch Practice*. XXXIV IAHS World Congress on Housing/Sustainable Housing Design, Neapol.
- Thorns, D. (1973). *Suburbia*. Frogmore: Paladin.
- Timiraos, N., & Casselman, B. (2011). *Housing Imperils Job Gains*. *The Wall Street Journal*, 28 grudnia 2011, str. A3.
- Toffler, A. (1999). *Szok przyszłości*. Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. London: Pan Books in association with Collins.
- Tol, F., & Uittenbogaard, L. (2002). *Wonen in Amsterdam 2001*. Amsterdam: Stedelijke Woningdienst Amsterdam.
- Tomlinson, A. (1990). *Consumption, Identity & Style*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.
- Trębski, K. (2008,). *Homo creditus*. *Wprost*, (1 stycznia 2008).
- Trybuś, J. (2011). *Przewodnik po warszawskich blokowiskach*. Warszawa: Muzeum Powstania Warszawskiego.
- Tumber, C. (2012). *Small, Gritty and Green*. Cambridge: The MIT Press.
- Turow, J. (1997). *Breaking up America: Advertisers and the New Media World*. Chicago: Chicago University Press.
- Tyrrell, F. (2008). *My Kind of Tower - Chicago Is...* *The Irish Times* (17 stycznia 2008).
- Van der Land, M. (2005, Volume 10, Issue 2). *Urban Consumption and Feelings of Attachment of Rotterdam's New Middle Class*. *Sociological Research Online*, www.socresonline.org.uk/10/2/van_der_land.html.

Veblen, T. (2005). *Conspicuous Consumption; Unproductive Consumption of Goods is Honourable*. Londyn: Penguin Books.

Veblen, T. (1994). *The Theory of the Leisure Class*. Nowy Jork: Dover Publications, Inc.

Velazquez, N. M. (2002). *In Search of Justice*. W J. B. Schor, & B. Taylor, *Sustainable Planet. Solutions for the Twenty-First Century* (strony 33-44). Boston: Beacon Press.

W. L. Warner, M. M. (1949). *Social Class in America - A Manual of Procedure for the Measurement of Social Status*. Chicago: Science Research Associates, Inc.

Wallace, A. (2010). *Public attitudes to housing*. York: Joseph Rowntree Foundation/The University of York.

Watson, J. (2008). *Sustainable Urban Infrastructure - London Edition – a view to 2025*. Londyn: Siemens AG.

Webber, R. (2004). *The Relative Power of Geodemographics vis a vis Person and Household Level Demographic Variables as Discriminators of Consumer Behaviour*. Working Paper Series CASA, Nr 84, październik 2004.

Weber, M. (2001). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Londyn/Nowy Jork: Routledge.

Whitehead, C., & Scanlon, K. (2007). *Social Housing in Europe*. Londyn: London School of Economics and Political Science.

Whybrow, P. C. (2006). *American Mania. When More Is Not Enough*. Londyn/Nowy Jork: W.W. Norton & Company.

Wirth, L. (2005). *Urbanism as a Way of Life*. W R. T. Stout, *The City Reader*. Londyn/Nowy Jork: Routledge Taylor & Francis Group.

Wojtczuk, M. (2008). *Domy śmiechu warte*. Gazeta Wyborcza (7 stycznia 2008).

Wojtczuk, M. (2012). *Pierwszy blok z lat 90. idzie pod kilof. Bo przeszkadza*. Gazeta Wyborcza, wyd. stołeczne (20 lutego 2012), pobrano 19 marca 2012 z lokalizacji www.gazeta.pl.

Woroniecka, G. (2007). *Co znaczy mieszkać. Szkice antropologiczne*. Warszawa: Trio.

Wright, G. (1981). *Building the Dream - A Social History of Housing in America*. Nowy Jork: Pantheon Books.

Zaniewska, H. (2006). *Środowisko mieszkaniowe w Polsce w latach 1991-2005*. W A. Tokajuk, & H. Zaniewska, *Tendencje w kształtowaniu zabudowy mieszkaniowej współczesnych miast* (strony 11-15). Białystok: Politechnika Białostocka.

Zaniewska, H., & Thiel, M. (2007). *Środowisko mieszkaniowe w zrównoważonym rozwoju miast i osiedli - aspekt społeczny i urbanistyczny*. Czasopismo Techniczne, Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej, zeszyt 3-A, str. 311-322.

Ziemkowski, M. (2004). *Affluenza - społeczna choroba czy warunek prosperity?* W T. Szlendak & K. Pietrowicz, *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

Ziółkowski, M. (1999). *O imitacyjnym modelu modernizacji społeczeństwa polskiego*. W P. Sztompka, *Imponderabilia wielkiej zmiany. Mentalność, wartości i więzi społeczne czasów transformacji* (strony 38-64). Warszawa-Kraków: PWN.

Zubik, M. (2008). *Dalej, taniej i niekolorowo - sondaż "Gazety"*. Gazeta Wyborcza, wyd. stołeczne, internetowe z 3 marca 2008.

Žižek, S. (2008). *W obronie przegranych spraw*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.

(tłumaczenia cytatów ze źródeł anglojęzycznych – własne)

Źródła internetowe (z datą pobrania)

www.archined.nl	(12 lutego 2011)
www.archirama.pl	(10 marca 2012)
www.baugemeinschaft.org	(10 stycznia 2011)
www.breeam.org	(24 kwietnia 2012)
www.cabe.org.uk	(8 stycznia 2011)
www.eia.gov	(22 kwietnia 2012)
www.elmpark.ie	(13 grudnia 2010)
www.environ.ie	(6 stycznia 2011)
www.europarl.europa.eu	(4 maja 2012)
www.forumsocialmundial.org.br	(6 sierpnia 2012)
www.franzoesisches-viertel.com	(8 stycznia 2011)
www.garnizon.pl	(26 listopada 2011)
www.grospierre.art.pl	(29 maja 2011)
www.inspirationalhomes.ie	(15 maja 2010)
www.irishvernacular.com	(26 listopada 2011)
www.kuczia.com	(30 kwietnia 2012)
www.kwkpromes.com	(30 kwietnia 2012)
www.loftydegirarda.eu	(6 sierpnia 2011)
www.medusagroup.pl	(16 marca 2012)
www.newdream.org	(4 października 2011)
www.nowyadres.pl	(10 lipca 2010)
www.passiv.de	(3 marca 2012)
www.reas.pl	(5 listopada 2011)
www.riai.ie	(6 lipca 2011)
www.rodzinaswoim.pl	(3 marca 2011)
www.rolfdisch.de	(16 marca 2012)
www.savills.ie	(15 maja 2010)
www.slowhomestudio.com	(14 stycznia 2012)
www.ted.com	(8 stycznia 2011)
www.thevillage.ie	(4 lipca 2011)
www.tuebingen-suedstadt.de	(12 stycznia 2011)
www.unhappyhipsters.com	(3 marca 2012)
www.uscheiblera.com.pl	(7 sierpnia 2011)
www.usgbc.org	(24 kwietnia 2012)
www.walecznych62.home.pl	(5 maja 2010)
www.werkstatt-stadt.de	(31 stycznia 2010)
www.wmagazine.com	(10 listopada 2010)

6.2. Spis ilustracji i tabel

1. Konsumpcjonizm a zrównoważony rozwój – zakres czasowy. Opr. własne.
2. Diagram przedstawiający metodologię pracy. Opr. własne.
3. Najważniejsze cechy brane przez Polaków pod uwagę przy wyborze nowego mieszkania (CBOS, 2005).
4. Piramida potrzeb według Masłowa i ich interpretacja w kontekście mieszkaniowym (opr. własne).
5. Potrzeby według Langa (Lang, 2007, str. 218).
6. Le Corbusier: Unite d’Habitation w Marsylii – korytarz z frontami jednostek usługowych oraz urządzenia rekreacyjne na dachu budynku (fot. własne).
7. Poziom zadowolenia nabywcy z zakupu w czasie – idealny i rzeczywisty. Na podstawie: (Botton, 2004, str. 207).
8. Osada w ekosystemie – wpływ na środowisko naturalne (Carmona, Heath, Oc, & Tiesdell, 2006, str. 41).
9. Sfery oddziaływania budynku mieszkalnego (Carmona, Heath, Oc, & Tiesdell, 2006, str. 41).
10. Emisje dwutlenku węgla w Wielkiej Brytanii. Dane Stockholm Environment Institute (Lazarus, 2009).
11. Stosunek wysokości zadłużenia (w %) do dochodów w amerykańskich gospodarstwach domowych w latach 1980-2004 (Calverley, 2004, str. 117).
12. Cykl zależności między kredytami wysokiego ryzyka a wzrostem cen nieruchomości (Immergluck, 2009, str. 93).
13. Mieszkanie jako główny cel (pragnienie) życiowy Polaków w różnych okresach życia (Boguszewski, 2008).
14. Mieszkania własnościowe i wynajmowane w Europie, 2008 (źródło: Eurostat).
15. Fotografie niewykończonych polskich domów z serii „Niewypłalalni” Nicolasa Grosperre, źródło: www.grosperre.art.pl (pobrano 29 maja 2011).
16. Tradycyjna „drabina” mieszkaniowa przedstawiająca sytuację w kolejnych okresach życia (Grabkowska, 2010).
17. Schemat cykli inwestycyjno-oszczędnościowych (Bodie, Treussard, & Willen, 2007, strony 15-17).

18. Czynniki wpływające na rynkową wartość nieruchomości. Na podstawie (Stachura, 2007 str. 46).
19. Szczegółowy model czynników wpływających na zachowanie konsumenta (Stachura, 2007, strony 236, na podstawie P.Kotler Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Gebethner i Ska, Warszawa 1994).
20. Czynniki wpływające na wrażliwość nabywcy na cenę domu lub mieszkania (Stachura, 2007).
21. Wpływ otoczenia na podejmowaną decyzję o zakupie (Assael, 1987 strony 16-17).
22. Nowe Miasto w Edynburgu. Fot. własna.
23. Modele segregacji (Savage, Warde, & Ward, 2003, str. 73).
24. Zależność między mniejszościami wśród mieszkańców Chicago a poziomem przejęć nieruchomości za niespłacone kredyty w latach 2005-2007 (Immergluck, 2009, str. 141).
25. Reklama osiedla Connecticut Mills z 1919 roku odwołująca się do wstydu mieszkania w zaniedbanym, biednym domu (Wright, 1981, str. 179).
26. Odsetek populacji krajów europejskich pod względem zamieszkania w różnych typach zabudowy mieszkaniowej, 2008 (źródło: Eurostat).
27. Odsetek jednoosobowych gospodarstw domowych w krajach Unii Europejskiej, 2010, brak danych dla Cypru i Irlandii (źródło: Eurostat).
28. Zapotrzebowanie na energię (elektryczną i gaz) przez gospodarstwa domowe o różnej wielkości (Lazarus, 2009).
29. Timberyard – nagradzany w konkursach architektonicznych budynek wielorodzinny z mieszkaniami socjalnymi w Dublinie proj. O'Donnell+Tuomey. Fot.własna.
30. Prestiżowe budynki mieszkalne. Fot. własne.
31. Index of Status Characteristics według W.L.Warnera (W. L. Warner, 1949), opr.własne.
32. Wskaźniki prestiżu formy i miejsca zamieszkania dla Chicago (Packard, The Status Seekers, 1962) opr. własne.
33. Społeczna topografia Dublina w 1798 roku (Brady & Simms, 2001, str. 147).
34. Prasowa reklama Ivory Residences, Polityka nr 7/2641 16 lutego 2008 str.27.
35. Poziomy produktu - domu jednorodzinnego-rezydencji (Stachura, 2007, strona 51, na podstawie Ph.Kotler Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Gebethner i Ska, Warszawa 1994).

36. Fotografie Stevena Kleina dla „W Magazine” przedstawiające popularnych aktorów, Angelinę Jolie i Brada Pitta, w roli rodziny z amerykańskich przedmieść z przełomu lat 50. i 60. Źródło: www.wmagazine.com, wydanie internetowe z lipca 2005 roku.
37. Hierarchia potrzeb w przestrzeni domu (Rożałowska, 2008, str. 140).
38. Struktura wykształcenia osób budujących domy w okresie PRL (Rożałowska, 2008, str. 28).
39. Cykl życia budynku wielorodzinnego (Stachura, 2007 str. 65).
40. Osiedle Weissenhof w Stuttgarcie. Fot. własne.
41. Dom własny, proj. F. Gehry, Santa Monica, 1978. Źródło: (Gössel & Leuthäuser, 2005, str. 508), fot. Tim Street-Porter.
42. Budynki mieszkalne w londyńskim osiedlu Barbican. Fot. własne.
43. Zasięg dotychczasowego stosowania certyfikacji BREEAM. Źródło: www.breeam.org.
44. Prasowe ogłoszenie - dom na sprzedaż ze wskazaniem uznanego projektanta (Irish Times, dodatek - nieruchomości, 25 marca 2010).
45. Inwestorzy jednostek mieszkaniowych w zabudowie wielorodzinnej zrealizowanej w Polsce w latach 1990-2004 (Dąbrowska-Milewska, 2006).
46. Od hierarchii do fragmentacji - ewolucja wyborów konsumpcyjnych. Źródło: The Business of New Lifestyles: Chart and Forecast Material, materiały konferencyjne, Cavendish, 20 lutego 1986, za: (Tomlinson, 1990, str. 29).
47. Kryteria segmentacji rynku odnoszące się do konsumenta i produktu (Stachura, 2007, str. 72).
48. Osiedle Energooszczędne w Gdańsku (Osowa) realizowane przez Towarzystwo Ziemskie. Źródło: materiały inwestora.
49. Washbasin+Watercloset (W+W), prod. Roca, proj. Gabriele i Oscar Buratti. Źródło: strona internetowa producenta.
50. Po lewej: Modelowy Dom Ekologiczny, proj. Piotr Kuczia, źródło: www.kuczia.com. Po prawej: Dom TypOwy, proj. Robert Konieczny, źródło: www.kwkpromes.com.
51. Reklamy inwestycji mieszkaniowych.
52. Reklama internetowa osiedla „Garnizon” w Gdańsku-Wrzeszczu firmy deweloperskiej Hossa www.garnizon.pl, pobrano 20 listopada 2010.
53. Reklama wielkopowierzchniowa Osiedla Sztuk Pięknych w Toruniu (deweloper Marbud) – - prezydent Hubert Urbański jako „twarz” inwestycji (fot. własna) i kontrowersyjna reklama osiedla Belmayne dla LM Developments (McDonald & Sheridan, 2008, str. wkładka z ilustracjami).

54. Najważniejsze elementy i wymagania stawiane architekturze mieszkaniowej. Źródło: R. Boguszewski, Polacy o architekturze. Komunikat z badań, CBOS, Warszawa, 2005, str. 19
55. Niedopasowane architektonicznie domy jednorodzinne. Osiedle 800-lecia w Świeciu. Fot. własna.
56. Relacje pomiędzy indywidualnymi strategiami wpływania na wybory mieszkaniowe konsumentów. Opr. własne.
57. Kategorie konsumentów o różnych poziomach refleksyjności oraz siły nabywczej. Opr. własne.
58. Instrukcje budowy domu Dominika Stevensa (źródło: www.irishvernacular.com) i dom własny Dominika Stevensa. Źródło: www.inspirationalhomes.ie
59. Cloughjordan, ekologiczna wioska w hrabstwie Tipperary w Irlandii.
60. Nowe realizacje mieszkaniowe w centrum Rotterdamu. Widoczny budynek przygotowany do rozbiórki i zastąpienia nowym. Fot. własne.
61. P. Althamer "Bródno 2000", mat. Galerii Foksal; K. Jendrośka-Goik i M. Orzechowska „SUPER!jednostka: rekapitulacja”, źródło www.archirama.pl
62. Logo organizacji Cittaslow. Źródło: materiały organizacji.
63. A. Aravena: Quinta Monroy Housing w Iquique, Chile (2003–05). Widok po oddaniu do użytkowania i rozbudowa wykonana przez mieszkańców. Źródło: strona internetowa projektanta.
64. Rola architekta według polskich respondentów (Stachura, 2007).
65. Preferencje badanych Polaków w odniesieniu do zlecenia projektu własnego domu.
66. Pretensjonalne miejsce zamieszkania.
67. Domy własne architektów.
68. BedZED - widok na typowy ciąg zabudowy. Fot. własne.
69. Zużycie energii w porównaniu do uśrednionych danych dla Wielkiej Brytanii (Lazarus, 2009, str.15).
70. Zestawienie kosztów i oszczędności ekonomicznych i środowiskowych dla pojedynczego budynku w BedZED z 18 jednostkami mieszkaniowymi (Lazarus, 2009, str.15). Tłum. własne.
71. Analiza kosztów i zysków dla pojedynczego budynku (Lazarus, 2009).
72. Porównanie cen mieszkań na osiedlu BedZED ze średnią ceną rynkową podobnych mieszkań w okolicy w 2003 roku, na podstawie (Lazarus, 2009)

73. Wyeksponowane w kuchni liczniki umożliwiające stałe monitorowanie zużycia energii i wody. Źródło: BioRegional.
74. Lokalizacja osiedla. Opr. własne.
75. Tübingen-Südstadt – budynki mieszkalne (nowe oraz adaptowane). Fot. własne.
76. Istniejące budynki zaadaptowane do nowych funkcji – przemysłowej i mieszkalnej. Fot. własne.
77. Przykłady zabudowy mieszkaniowej. Fot. własne.
78. Energooszczędne budynki mieszkalne częściowo zasilane energią elektryczną pozyskiwaną dzięki ogniwom fotowoltaicznym. Fryburg Bryzgowijski. Fot. własna.
79. Zestawienie studiów przypadków. Opr. własne.
80. Konsumpcyjny i refleksyjny kierunek „spływania” trendów. Opr. własne.

6.3. Abstrakt

ARCHITEKTURA MIESZKANIOWA W KONTEKŚCIE SPOŁECZEŃSTWA KONSUMPCYJNEGO; wybory mieszkaniowe konsumentów a zrównoważony rozwój

Poddane dyktatowi konsumpcjonizmu wybory mieszkaniowe pociągają za sobą szereg konsekwencji dla zrównoważonego rozwoju w kontekście środowiskowym, społecznym i ekonomicznym. Oszczędność, zarówno finansowa, jak i energetyczna, przeciwstawiona jest marnotrawstwu i rozrzutności, samoograniczenie nienasyceń, empatia egocentryzmowi, racjonalne, długofalowe planowanie bezrefleksyjnego podejmowaniu decyzji, a wspólne dobro indywidualnym pragnieniom. Konsekwencje konsumpcyjnych, bezrefleksyjnych wyborów mieszkaniowych obejmują m.in. rosnącą energochłonność zabudowy, nadmierne zadłużenie konsumentów, a w skali urbanistycznej i architektonicznej ekstensywną suburbanizację, segregację i gettoizację oraz degradację istniejącej tkanki śródmiejskiej w wyniku przenoszenia się mieszkańców w lokalizacje podmiejskie. Opieranie własnej tożsamości i statusu o konsumowane dobra, etos własnego domu i manipulacja za pośrednictwem reklamy wpływają na przekształcanie wzorców konsumenckich. Indywidualne wybory miejsca i formy zamieszkania determinują sposób podejmowania codziennych działań, które po skumulowaniu przynoszą konsekwencje w skali globalnej. W rozprawie zestawiono wzorce mieszkaniowe w Stanach Zjednoczonych, kolebce konsumpcjonizmu, krajach zachodnioeuropejskich, których społeczeństwa zwracają się ku postmaterialistycznym wartościom, a polityka mieszkaniowa uwzględnia wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju oraz Polski i innych krajów byłego bloku wschodniego, w których coraz zamożniejsze, młode, kapitalistyczne społeczeństwa przejmują naśladowczo zachodnie modele stylu życia i konsumpcji.

W celu określenia motywacji i poziomu świadomości dokonywanych wyborów, w rozprawie zostało przyjęte pojęcie refleksyjności, oznaczające umiejętność rozpoznania, interpretacji oraz podjęcia działań przeciwstawiających się negatywnym konsekwencjom własnych działań. Jej poziom stanowi najważniejszy, obok siły nabywczej konsumentów, czynnik pozwalający na wybory mieszkaniowe zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju zarówno w kontekście środowiskowym, jak i ekonomicznym oraz społecznym. Posiada potencjał rekompensowania niedoborów kapitałowych dzięki odrzuceniu materialistycznych pragnień i aspiracji, a także oszczędności poprzez wybór rozwiązań nietypowych, alternatywnych, opartych na istniejących zasobach i wymagających wkładu pracy własnej. Zaproponowana klasyfikacja konsumentów

mieszkaniowych o niskim, średnim i wysokim poziomie refleksyjności i zróżnicowanej sile nabywczej pozwala na zaadresowanie „zrównoważonych” produktów mieszkaniowych do poszczególnych grup o zróżnicowanej skali. Studia przypadków, prezentujące zakres od osiedla domów pasywnych, poprzez dzielnicę realizowaną na terenach powojkowych, aż po „zielony” miejski *branding*, potwierdzają słuszność uwzględnienia poziomu refleksyjności i przyjęcia mechanizmów jej wspierania w tworzeniu struktur mieszkaniowych. Wśród najbardziej istotnych strategii wymieni można kompleksowe, zintegrowane rozwiązania obejmujące nie tylko sposób zamieszkania, ale również styl życia, takie jak samoograniczenie, prosumpcja, mikrospółdzielczość, permakultura, nacisk na korzyści ekonomiczne rozwiązań energooszczędnych *high* i *low tech* czy „zielony” marketing.

Uwzględnienie postulatów zrównoważonego rozwoju wymaga holistycznego, interdyscyplinarnego i kompleksowego podejścia do kwestii zabudowy mieszkaniowej, a proces inwestycyjny - dialogu pomiędzy branżystami, klientem, użytkownikami i lokalnymi społecznościami oraz zintegrowania polityki mieszkaniowej, energetycznej i miejskiej. Kluczową rolę w odpowiednim pozycjonowaniu produktów mieszkaniowych, uwzględniającym refleksyjność i zamożność konsumentów, może odgrywać architekt. Jego obecna rola, w podzielonym pomiędzy ekspertów różnych branż i zdominowanym przez menedżera projektu procesie inwestycyjnym, ulega marginalizacji i wykluczeniu. Architekt, jako świadomy problematyki zrównoważonego rozwoju ekspert i mediator między konsumentem a producentem, ma świadomość potrzeb użytkownika i konsekwencji jego wyborów, a jednocześnie posiada umiejętność interpretacji kwestii związanych z cyklem życiowym budynku, jego rolą i kontekstem w tkance miejskiej oraz ekonomiki rozwiązań i ograniczeń budżetowych.

Kryzys gospodarczy i energetyczny oraz postępująca degradacja środowiska wymuszają konieczność zmian mających na celu przywrócenie odpowiedzialności społecznej i bardziej świadome podejście do konsumpcji. Zmiany gospodarcze, demograficzne i środowiskowe będą następowały szybciej niż społeczna adaptacja i zmiana stylu życia, w tym również zamieszkania. Konieczne będzie wprowadzanie nowych standardów, resegmentacja rynku, lecz przede wszystkim przyjęcie nowych, bardziej refleksyjnych wzorców konsumpcji.

RESIDENTIAL ARCHITECTURE IN THE CONTEXT OF CONSUMER SOCIETY; Housing Choices and Sustainability

Consumerist-driven housing choices result in unsustainable environmental, social and economic consequences. Financial and energy savings are opposed by wastefulness; empathy by egocentrism; long-term planning by unreflexive and hasty decision making; and common good by individual desires. The consequences of consumerist choices include increasing energy use in the home, excessive indebtedness of consumers, extensive suburbanization, spatial polarization within cities, ghettoisation, as well as degradation of existing urban fabric in shrinking cities. Housing and consumption patterns are influenced by citizens' efforts to create their individual identity and status by consuming particular goods and subscribing to the ethos of home ownership. Individual location and housing type choices, often manipulated by advertising, determine ways of carrying out daily activities, which in turn result in large scale impacts when cumulated. The thesis juxtaposes housing patterns from the United States, the cradle of consumerism; Western European countries whose societies turn to postmaterialistic values and where housing policies take into account the sustainability issues; and Poland along with other post-socialist countries where increasingly wealthy societies acquired consumerist patterns in the context of recent introduction of capitalism.

In order to understand the motivations and level of conscious decision making involved in housing choices, a definition of reflexivity was used in the thesis. The term can be defined as the capability to distinguish, interpret and undertake activities in a way which prevents unsustainable choices. Alongside household wealth, reflexivity level constitutes the most important factor enabling sustainable environmental, economical and social life style and housing choices. It has a potential to compensate for financial shortages through the rejection of materialistic aspirations, and realisation of cost-cutting through certain practices; such as use of DIY or alternative and non-standard solutions based on reuse of existing resources. The proposed classification of high, medium and low reflexivity level, when combined with the varied buying power of consumers, facilitates the capacity to address sustainable housing products and strategies to particular target groups. Among the most important integrated solutions are voluntary simplicity, prosumption, housing cooperatives, permaculture, use of economic cost and benefit analysis, low and high tech energy efficiency solutions, or green marketing and branding. An analysis of case studies proves that considering and supporting reflexivity level of the consumers is a crucial condition for creating successful sustainable housing. These case studies cover various scales of development, and include

a passive housing estate; redevelopment of a former military areas into a new housing district; and city wide 'eco-branding' practices.

The realisation of sustainability requires holistic, interdisciplinary and complex approaches to housing, while the investment process demands a dialogue between consultants, client, users and local communities as well as integration with housing, energy and urban policies. An architect can play a key role in positioning housing products with regard to reflexivity and wealth levels of the consumers. The current importance of the architectural profession is diminishing within the development process, with former competences increasingly being ceded and divided between consultants and the process as a whole being dominated by a project manager. Nevertheless, as an expert and mediator between consumers and producers, the architect remains best equipped to address sustainability issues, users' needs, and understand the consequences of their choices in the context of the building's life-cycle and budget limitations.

Economic recession and environmental challenges, such as climate change, alongside an increasing degradation of the environment, require a return to social responsibility and more conscious consumption. Economic, demographic and environmental changes will happen more rapidly than adaptation of lifestyles and housing preferences. New standards, market re-segmentation and the creation of new reflexive consumption patterns are necessary for achieving a more sustainable housing model.