

Podsumowanie wyników akcji „Wychodzimy na miasto” 24 maja 2015 r. – pomysły na zagospodarowanie Rynku w Kaliszu

Opracowanie: Monika Probosz, Zofia Włodarczyk, Fundacja Pole Dialogu
we współpracy z Moniką Frątczak i Kaliną Michocką, stowarzyszenie Kaliska Inicjatywa Miejska
oraz Krzysztofem Zientalem, głównym specjalistą ds. rewitalizacji Urzędu Miejskiego w Kaliszu.

Akcja zorganizowana została w majową, „komunijną” niedzielę, w czasie drugiej tury wyborów prezydenckich i przy ładnej pogodzie – wymienione czynniki na pewno miały pozytywny wpływ na liczbę uczestników akcji. Zainteresowanie nią było dość duże – spacerowicze podchodzili do „betonki” zwabieni tym, że coś się tam dzieje, dzieci widząc baloniki i przeznaczone specjalnie dla nich miejsce do zabaw plastycznych przyciągały rodziców. Czynny udział w akcji wzięło około 200 osób.

Organizatorzy zaproponowali uczestnikom 4 rodzaje działania:

- Zajęcia plastyczne dla dzieci – dzieci rysowały rynek
- Spotkanie z panem budżetem – zucający się w oczy element o charakterze happeningowym – pan budżet był śmiesznie ubrany, siedział na leżaku, miał cały stos monet, którymi celował do ustawionej na „betonce” pralki typu Frania. W tej pralce umieszczono także nagrody dla uczestników quizu.
- Quiz – dotyczył budżetu. Pytania nie były łatwe, ale organizatorzy chętnie naprowadzali na właściwe odpowiedzi przy okazji wdając się z uczestnikami w rozmowy na temat miejskiego budżetu – jak powinien być dzielony, czy dla mieszkańców ma to znaczenie. Atrakcyjne nagrody przyciągały chętnych.
- Była betonka, nie ma betonki, będzie... – rozmowy o zagospodarowaniu rynku, oczekiwaniach mieszkańców, funkcji, jaką on pełni. Najbardziej oblegany punkt. Ludzie zatrzymywali się, dyskutowali, zgłaszali swoje propozycje, przedstawiali swoje punkty widzenia. Temat budzi zainteresowanie i jest dla uczestników akcji ważny. Nawet przypadkowi przechodnie łatwo się angażowali w rozmowę – wiele osób miało wyrobione zdanie na temat tego, co powinno się na rynku znaleźć.

Była betonka, nie ma betonki, będzie...

Podsumowanie opinii zebranych w punkcie skoncentrowanym na sprawie rewitalizacji rynku, zagospodarowaniu go oraz na potrzebach mieszkańców dotyczących rynku ich miasta.

Jest szaro i pusto

Rynek jest miejscem o dużym znaczeniu dla mieszkańców. Uderzają spontanicznie wyrażane opinie dotyczące jego pustoszenia, wymierania. Wiele osób ze smutkiem i troską mówiło o tym, że życie w Kaliszu zamiera, że nie widać go na rynku.

„Tu jest potrzebne życie – musi odżyć życie w centrum miasta, bo tu jest wymarłe miasto. Teraz jak są ogródki piwne, to ożyło trochę wszystko, ale tylko w sezonie. A tu powinno być życie!”

“Kalisz umarł.”

“Coś ładnego jest potrzebne, bo teraz straszy. Jest smutno i szaro.”

Rynek nie spełnia oczekiwań mieszkańców i – co pogarsza sprawę – bardzo źle wypada w porównaniu z rynkami okolicznych miast. Mieszkańcy niejednokrotnie odwoływali się do przykładów Krotoszyna, Ostrowa, Wrocławia czy Łodzi. Jeżdżą po Polsce, widzą różne rozwiązania i chcieliby, żeby ich miasto dociągnęło do poziomu, który reprezentują okoliczne miejscowości. Apetyt mieszkańców rośnie, kiedy widzą dookoła przykłady dobrych rozwiązań.

Funkcja rynku

Rynek pełni dla mieszkańców Kalisza rolę podwójną – reprezentacyjno-rekreacyjną. Musi więc z jednej strony zachować pewien poziom elegancji, ale równocześnie powinien być dla mieszkańców dostępny. „Betonka” jest dobrym przykładem budowli, która spełnia tylko jedną z tych funkcji – jest dostępna. Można usiąść na schodach, dzieci mogą po niej biegać, ale nie wygląda reprezentacyjnie. Co więcej nie jest w żaden sposób wykorzystywana – mogłaby być letnią sceną, miejscem organizowania różnego rodzaju akcji, ale nie jest. Nie jest więc mieszkańcom potrzebna. Wyniki akcji wskazują, że kaliszanie nie będą za nią tęsknić. Klomb z kolei jest reprezentacyjny, ale nie daje się w żaden sposób wykorzystać.



W czasie akcji jej uczestnicy poszukiwali przede wszystkim takich rozwiązań, które połączą obie wymienione funkcje – taki właśnie rynek zaspokaja ich potrzeby.

Jest jeszcze jeden aspekt – pojawił się marginalnie, ale jego znaczenie wydaje się dość duże. Kalisz nie jest miastem takim sobie. Jest uznawany za najstarsze miasto w Polsce. Wygląd rynku powinien odpowiadać tej pozycji i – jeśli to możliwe – jakoś ją akcentować. To nie wyklucza obecności nowoczesnych rozwiązań, ale podkreśla potrzebę zachowania pewnej powagi, elegancji. Być może jakiś specjalny kaliski element podkreślający miejską tradycję byłby na rynku dobrze widziany.

„Musi zostać taki jego trochę tradycyjny charakter - ma już 850 lat. Ale można to połączyć z nowoczesnością. Można by te płytki zlikwidować i zrobić taką drobną kosteczkę, jak jest w Krotoszynie. Tam jest w tej chwili przepięknie zrobiony, odnowiony ten plac.”

„Musi ładnie wyglądać, ale musi też być miejsce spotkań – żeby nie było tak, że ludzie tu przychodzą: ładnie, ładnie i idą dalej.”

„Coś tu powinno być takiego, co świadczy o pozycji miasta, coś związanego z historią Kalisza. Dostyc mamy sklepów, gastronomii. Jest Desa, ale kto teraz kupuje w Desie?”

„Na Rynku w Poznaniu jest multum ludzi, a tu jest pusto – wszyscy są w galerii handlowej...”

Może jest za mało sklepów. Czynnych w sobotę. Kiedyś się chodziło na rynek na zakupy, a teraz już nie.”

„Powinien być i rekreacyjny i reprezentacyjny.”

Uczestnicy akcji skupiali się jednak przede wszystkim na rozwiązaniach zwiększających jego atrakcyjność i dostępność.

Fontanna

Ta propozycja zyskała najwięcej zwolenników. Fontanna to atrakcyjny element rynku znany uczestnikom akcji z innych miast (Krotoszyn, Wrocław...), który zaspokaja kilka różnych potrzeb:

- Jest atrakcyjny – stanowi magnes, przyciąga na rynek
- Może służyć dzieciom – dzieci to ważny odbiorca wystroju rynku. Na rynek chodzi się całymi rodzinami – musi więc znaleźć się tam oferta atrakcyjna dla dzieci. Umożliwi to także rodzicom chwilę przyjemnego relaksu
- Daje ochłodę – mieszkańcy narzekali na brak cienia na rynku w upalne dni – jest to miejsce bardzo



nasłonecznione i w gorące dni z tego powodu niektórzy go unikają

- Daje rozrywkę

Argumenty dotyczące dzieci i rozrywki wskazują wyraźnie, że nie chodzi tu o typową fontannę, na obramowaniu której można przysiąść. Mieszkańcy chcieliby widzieć na rynku fontannę interaktywną – taką do oglądania, podziwiania (może nawet połączoną z pokazami świetlnymi), zabawy i chłodzenia.

"Fontanna i ławeczki to jest fajna atrakcja. We Wrocławiu jest fontanna, w Łodzi. Jak jest gorąco można się ochłodzić, można też posiedzieć przy niej, popatrzeć – jak jest podświetlana wieczorem, albo taka co tańczy. I ludzie będą przychodzić, i dzieci będą się bawić."

"Taka fajna, nowoczesna fontanna, po której będzie można sobie przebiec i żeby była podświetlana."

"Taka prawdziwa fontanna – ze światełkami, jakieś pokazy wieczorem: muzyka, światełka."

"Fontanna, po której można biegać. Zimą mogłaby być zmieniana w lodowisko. Ja bym chciała lodowisko na rynku!"

"Fontanna to taki uniwersalny pomysł – i dla dzieci i dla dorosłych. I oko cieszy. I przyjemniej będzie."

"Fontanna, ale żeby nie było zakazu kąpeli, żeby dzieci się mogły pochłapać. Taka z dojściem, prawdziwa dla mieszkańców. I ochłodziłaby trochę latem. Kiedyś jak był upał, to robotnicy z węża lali wodę – żebyście zobaczyli ile tu dzieci było!"

Ławeczki

To propozycja numer 2. W ogólnej opinii uczestników akcji ławek na rynku brakuje – nie ma miejsc do siadania, które nie są związane z jakimś lokalem. Przydałyby się ławeczki, które umożliwią na przykład podziwianie fontanny... Część mieszkańców wskazywała na jeszcze jeden czynnik zwiększający potrzebę postawienia ławek – miasto się starzej, jest coraz więcej osób w starszym wieku, które nie koniecznie są zainteresowane przyjściem na rynek żeby napić się piwa, ale chętnie by tam posiedziały, gdyby stworzyć im do tego sprzyjające warunki.

Coś dla dzieci

To trochę kontynuacja wątku fontanny – na rynku potrzebne jest coś, co będzie magnesem dla dzieci i pozwoli ich rodzicom na chwilę wytchnienia. Raczej nie plac zabaw – jest dostępny w pobliskim parku (choć jego jakość jest krytykowana) i nie pasuje do reprezentacyjnego miejsca. Raczej coś w rodzaju centrum artystycznego, możliwości pogrania i zabawy – wspomniano na przykład duże klocki, ruchome kostki, miejsce do rysowania kredą, ściankę wspinaczkową. Jedna z uczestniczek akcji podkreślała, że okoliczne kamienice nie mają podwórek, dzieci mogą więc iść do parku, albo – iść na rynek, jeśli znajdą tam odpowiednią propozycję. Ważne jest, żeby była ona wystarczająco wyszukana na to, żeby pasowała do rynku. Z tego właśnie powodu boisko nie jest odpowiednią propozycją – nie dosyć, że nie pasuje do rynku, to mieszkańcy mają przekonanie, że istniejące w mieście Orliki zaspokajają potrzebę „boiskowej” aktywności dzieci.

„Jakieś miejsce do zabawy dla dzieci. Stefa artystyczna.”

„Mógłby tu jakiś plac dla dzieci być. Tu dużo dzieci przychodzi. Chociaż plac zabaw to bardziej pasuje do parku. Na tym, który tam jest nic nie działa – jest fatalny.”

„Mam małe dzieci więc patrzę z ich punktu widzenia – może chociaż trochę więcej zieleni. Były tu kiedyś takie ruchome kostki, to było fajne. Bo moje dzieci nie mają po co tu przychodzić. Ale plac zabaw nie bardzo. To miejsce musi być reprezentacyjne.”

„Fajne były te klocki w zeszłym roku.”

„Musi być coś dla dzieci – żeby miały co robić, jak rodzice tu przyjdą.”

„Dla dzieci – myślę, że to jest najlepszy kierunek. Żeby mogły kredą porysować.”

„Coś dla dzieci, ale przenośnego, żeby było miejsce na organizację imprez, koncertów (organizatorka koncertów).”

Klomb

Klomb powinien zostać – mieszkańcy lubią na niego patrzeć, jest dekoracyjny i do pewnego stopnia zaspokaja potrzebę obecności zieleni na rynku. Jest jednak trochę za mało dostępny. Być może dobrym pomysłem byłoby podzielenie go na mniejsze kawałki, wytyczenie między nimi jakichś ścieżek, zrobienie labiryntu czy znalezienie innego sposobu na większe udostępnienie go mieszkańcom, zwiększenie jego użyteczności.

Inne propozycje

Pojedyncze propozycje, które padały ze strony mieszkańców były następujące:

- **Scena** – ten pomysł przewijał się kilkakrotnie. Uczestnicy akcji mieli jednak świadomość, że koncerty na rynku są uciążliwe dla jego mieszkańców. Sami chętnie by na nie chodzili, ale rozumieją inny punkt widzenia – te wątpliwości powstrzymywały ich przed opowiedzeniem się za ustawieniem sceny. Jeśli jednak miałyby znaleźć się na rynku, to mogłyby być ruchoma – rozkładana w razie potrzeby i składana potem, dzięki temu nie zajmowałyby przestrzeni na stałe. Potrzeba sceny wskazuje także na ważną potrzebę imprez, wprowadzenia życia na rynek – różnego rodzaju akcji, atrakcji obecnych na rynku, które będą przyciągały ludzi.

„Scena – na jakieś koncerty. Tylko nie na takim kawale betonu. Latem i tak są tu różne imprezy i koncerty. I to jest fajnie, bo co – przyjść i przy piwie siedzieć?”

„Scena nie musi być na stałe, i tak się ją rozkłada, jak coś się dzieje.”

„Najważniejsze żeby coś się w tym miejscu działo, jakieś hapeningi, coś takiego, żeby się społeczeństwo więcej śmiało. Dołożyłbym jeszcze jedna kawiarnię. Żeby było więcej miejsca na spotkania towarzyskie – ale nie chodzi o alkohol. Koncerty na rynku są świetne, bo to wyciąga ludzi z domów, sprzed komputerów, zaczynają się spotykać na świeżym powietrzu, uśmiechać. Mogłyby się wcześniej zaczynać, koło 15. Kalisz się wyludnia – coś, żeby ludzie nie uciekli.”

„To jest rynek 100-tysięcznego miasta, a nic tu się nie dzieje. Przede wszystkim na rynku więcej powinno się dziać.”

- Propozycje o charakterze artystycznym („Coś artystycznego, związanego z Kaliszem. Innego niż jest na osiedlach.”, „Ścianka na graffiti.”)
- Szafa grająca („W Opolu mają szafę grającą, to też jest fajny pomysł.”)
- Uspójnienie wyglądu rynku („Fajnie jakby wszystko było ujednolicone – jak w Poznaniu. Czyste, ładne, nie tak, że każda kawiarnia ma jak jej się podoba. Trzeba ujednolicić grafikę na Starym Mieście. W Poznaniu wszystkie parasole są takie same – białe z Pepsi. Nasze miasto jest zaśmiecone. Kalisz umarł. A inne miasta się rozwijają – na przykład Lublin jak teraz wygląda!”)
- Zimą – lodowisko.