sciendo ŚRODOWISKO MIESZKANIOWE/ HOUSING ENVIRONMENT 52/2025 WYZWANIA STOJĄCE PRZED ZRÓWNOWAŻONĄ ARCHITEKTURĄ ŚRODOWISKA MIESZKANIOWEGO e-ISSN 2543-8700 https://doi.org/10.2478/he-2025-0021

Received: August 27, 2023; **Received in revised form:** September 02, 2023; **Accepted:** August 25, 2025

Citation: Nagel, P.,(2025). Place targowe katowic w kontekście miejskiego środowiska mieszkaniowego jako miejsca lokalnych kontaków społecznych/ Katowice's Market Squares in the Context of the Urban Housing Environment as a Place for Local Social Interaction. Środowisko Mieszkaniowe/ Housing Environment, e2025021. https://doi.org/10.2478/he-2025-0021

PAULINA NAGEL*

Place targowe katowic w kontekście miejskiego środowiska mieszkaniowego jako miejsca lokalnych kontaków społecznych

Katowice's Market Squares in the Context of the Urban Housing Environment as a Place for Local Social Interaction

Streszczenie

W artykule podjęto problematykę aktywizacji podupadających targowisk jako społecznie ważnych przestrzeni publicznych, których charakter wpływa na lokalne środowisko mieszkaniowe, znajdujące się w ich bezpośrednim otoczeniu. Ukazuje niedostostosowanie ich formy i funkcji do wymogów i preferencji współczesnego społeczeństwa. Wskazuje możliwe kierunki i perspektywy odnowy dla targowisk przy aktywizacji otaczającego środowiska. Opis ww. perspektywy opierał się na analizie koncepcji prac studentów w kontekście otaczającej zabudowy mieszkaniowej oraz lokalizacji w mieście Katowice. Przy doborze prac do studium przypadku zostały one podzielone na trzy grupy: formy przykryte jednym, głównym zadaszaniem, formy z pojedynczymi stanowiskami, hale targowe. Koncepcje te dały szanse na wypracowanie wariantowych koncepcji form przestrzennych i użytkowych w różnych sytuacjach dostosowanych do lokalnego kontekstu miejsca. Analizowane warianty rozwiązań prezentują wprowadzenie współczesnej formy architektonicznej oraz próbę wpasowania się w istniejącą miejską tkankę oraz otaczającą zabudowę mieszkaniową jako odpowiedź na zapotrzebowanie i oczekiwania użytkowników.

Abstract

This article discusses the activation declining markets as socially important public places, whose character impacts the local housing environment. It presents the maladjustment of their form and function to the requirements and preferences of contemporary society. It indicates possible directions and perspectives of renewal for markets with the activation of the surrounding environment. The description of the perspectives above was based on an analysis of conceptual proposals by students in the context of the surrounding housing and location in the city of Katowice. The works for the case study were divided into three groups: forms covered by a single, main canopy, forms with single stands, and market halls. These concepts provided an opportunity to develop variant concepts of spatial and functional forms adapted to the local context of the site. The analysed variants of solutions depict the introduction of contemporary architectural form and an attempt to fit in with the existing urban fabric and surrounding residential development as a response to user demand and expectations.

Słowa kluczowe: rewitalizacja, targowiska, środowisko mieszkaniowe, koncepcyjne projekty studenckie.
Keywords: revitalization, marketplaces, Housing Environment, conceptual student projects

WSTĘP – Rola targowisk

„Targowisko to wyodrębnione tereny ze stałymi lub sezonowymi punktami sprzedaży drobno-detalicznej" (Maciejczyk, 2016). Jako miejsca handlowe należą do jednych z najstarszych form handlu jakie możemy wyróżnić. Sam proces sprzedaży i kupna na targowiskach nie uległ zbyt dużym zmianom, podobnie jak ich lokalizacja w strukturze miejskiej, a więc najczęściej w ścisłym środowisku mieszkaniowym. Lokowane były w pobliżu miejsc zamieszkania, zespołów

INTRODUCTION - The Role of Markets

A marketplace is a separate area with permanent or seasonal outlets for small-retail sales (Maciejczyk, 2016). They are among the oldest forms of trade that we can identify. The process of selling and buying at markets has not changed much, nor has their location in the urban structure. They were located close to residential areas, historical housing complexes and then new housing estates. In every European city,

*Paulina NAGEL, mgr inż. arch., Wydział Architektury, Budownictwa i Sztuk Stosowanych, Akademia Śląska / Paulina NAGEL, mgr inż. arch., Faculty of Architecture, Civil Construction and Applied Arts, https://orcid.org/0000-0003-3748-5331, e-mail: paulina.nagel@akademiaslaska.pl

Copyright: © 2025 Nagel. This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

zabudowy historycznej, a następnie w nowych osiedlach mieszkaniowych. Możemy więc stwierdzić, że od dawna były one miejscami o charakterze cenotwórczym w strukturze miasta. W każdym europejskim mieście razem z krystalizowaniem się struktur zabudowy mieszkaniowej powstawały przestrzenie do wymiany towarów, przestrzenie dla handlu: „Europejskie miasta historyczne przyciągają turystów nie tylko zabytkowymi budynkami i muzeami, ale także klimatem, atmosferą i tak zwanymi »miejscami magicznymi« świadczącymi o odmienności i lokalnym, tradycyjnym kolorycie. Zwłaszcza w krajach południa Europy mieniące się różnymi kolorami i niezapomnianymi zapachami place targowe zachwycają przybyszów. Różnią się one znacznie od hipermarketów, stanowiąc tożsamość swoich regionów." (Gyurkovich, 2019) Każde targowisko łączy się bezpośrednio z obszarami mieszkaniowymi oraz funkcjami społecznymi (Dąbrowska-Prokopowska, et al., 2019). W związku z rozwijającą się w ostatnich latach turystyką niezwykle atrakcyjne stają się odwiedziny targowisk poszczególnych regionów i krajów, które wyróżniają się swoją tożsamością i lokalnymi tradycjami. Przyczyniać do tego może się zróżnicowanie produktów zarówno na skalę lokalną, jak i związaną z charakterem miejsca. Targowiska kojarzą się bowiem z miejscami skupiającymi się wokół lokalnej kultury oraz towarami dostępnymi bezpośrednio od miejscowych dostawców (Buława, 2021; Urban, et al., 2013). W percepcji mieszkańców miast przestrzeń publiczna (wspólna) zaczęła być odbierana jako przestrzeń społeczna – wywierająca na nich wpływ i wywołująca określone emocje. Strefa, na której skupiają się punkty związane z funkcjami handlowymi i usługami, staje się miejscem społecznie aktywnym, o określonym obszarze lokalnego odziaływania (Dąbrowska-Prokopowska. et al., 2019; Urbańska, 2020). Ich niewielki zasięg oddziaływania w skali miasta przyczynia się do ich lokalnego charakteru, a co za tym idzie – do tworzenia trwałych relacji społecznych. Lokalny charakter wywiera na mieszkańcach poczucie tożsamości z danym miejscem oraz rozbudza potrzebę podejmowania działań w określonym obszarze. Dzięki temu zaistniałe relacje są trwałe i czasem międzypokoleniowe (Stangel, 2023). Można więc powiedzieć, że pełnią nie tylko funkcje handlowe czy usługowe, ale są właśnie ważnymi **miejscami społecznymi,** oprócz zakupów, zapewniają możliwość rozwinięcia relacji między mieszkańcami okolicy.

Sytuacja targowisk w Polsce

W Polsce rynek handlu detalicznego, do którego zaliczamy targowiska, zdominowany jest przez hipermarkety, supermarkety i dyskonty. Targowiska choć są miejscami ważnymi ze względu na wywieranie wpływu na otaczające środowisko miejskie i mieszkaniowe, rozwój lokalnej gospodarki, odnotowują powolny upadek, co spowodowane jest w większości złym stanem technicznym, niewystarczającą infrastrukturą oraz wysokimi cenami za stanowiska (Sojkin, et al, 2018; regiony.rp.pl). Często spotykamy się z brakiem pawilonów i stoisk, a także odpowiednio zaprojektowanej przestrzeni pomiędzy stoiskami handlowymi. Wielokroć te obiekty, choć powinny, nie przedstawiają dobrej jakości architektonicznej (bryla.pl). Zaistniała sytuacja sprawia, że warunki pracy handlowców są na tych placach targowych często niekorzystne. Młode pokolenie wybiera inne możliwości zatrudnienia, zakupów i spędzania czasu, dlatego targowiska miejskie poszukują nowych rozwiązań i koncepcji na odnowę miejsca (katowice.wyborcza.pl; kujawsko-pomorskie.pl; katowice.tvp.pl). Tym bardziej, że lokowane najczęściej w tkance mieszkaniowej miast powinny reprezentować dobry poziom architektury jako miejsca o charakterze reprezentacyjnym.

Sytuacja i uwarunkowania targowisk w Katowicach

Katowickie targowiska posiadają nietypową lokalizację i różne uwarunkowania funkcjonalne. Obserwowane relacje międzyludzkie są tam silne i trwałe – dowodem na to może być **duża liczba osób kupujących** mimo złego stanu technicznego tych przestrzeni (FAKT.

the crystallisation of housing structures was accompanied by the creation of spaces for the exchange of goods. "Europe's historic cities attract tourists not only with their historic buildings and museums but also with their atmosphere, their ambience and their so-called 'magic spots', which are evidence of their distinctiveness and local, traditional colour. Particularly in southern European countries, the market squares, which shimmer with a variety of colours and unforgettable smells, delight visitors. They are very different from hypermarkets, representing the identity of their regions" (Gyurkovich, 2019). Each marketplace is directly connected to residential areas and social functions (Dąbrowska-Prokopowska et al., 2019).

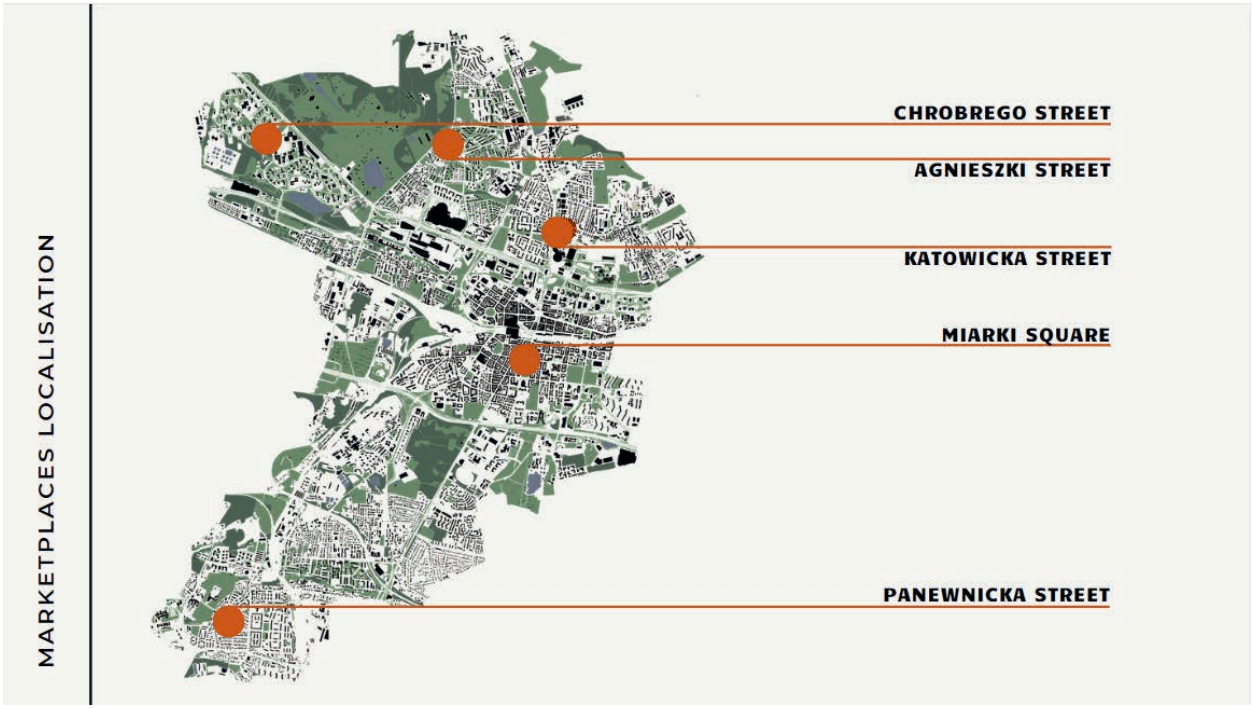
With tourism developing in recent years, it has become increasingly desirable to visit the markets of the respective regions and countries, distinguished by their unique identities and local traditions. This is facilitated by the differentiation of products both on a local scale and those related to the character of the place. Indeed, markets are associated with places centred around local culture and goods available directly from local suppliers (Bulawa, 2021; Urban et al., 2013). In the perception of city dwellers, the (shared) public space has started to be perceived as a social space – influencing them and evoking certain emotions. The zone where points related to commercial functions and services concentrate is becoming a socially active place with a specific area of local influence (Dąbrowska-Prokopowska et al., 2019; Urbańska, 2020). Their small impact area in a citywide context contributes to their local character and, thus, to the creation of lasting social relationships. Their local character exerts on residents a sense of identity with a particular place and arouses the need to take action in a specific area. As a result, the relationships that occur have a lasting, and sometimes intergenerational, character (Stangel, 2023). Thus, one might say that they do not only have a retail or service function, but are precisely important social places that, in addition to shopping, provide the opportunity to develop relationships between the area's inhabitants.

Condition of Marketplaces in Poland

In Poland, the retail market, which includes marketplaces, is dominated by hypermarkets, supermarkets and discount stores. Although marketplaces are essential due to their impact on the surrounding urban and housing environment and on the development of the local economy, they are experiencing a slow decline, which is mostly due to their poor technical condition, insufficient infrastructure and high prices for stands (Sojkin B. et al, 2018; regions.rp.pl). We often see a lack of pavilions and stalls, as well as properly designed space between stalls and trade stands. Although they should be of good architectural quality, they are often not (bryla.pl). This means that the working conditions for traders at these marketplaces are often unfavourable. The young generation chooses other possibilities of working, shopping and spending time, so city markets are looking for new solutions and concepts to renew their space (katowice.wyborcza.pl; kujawsko-pomorskie.pl) (katowice.tvp.pl). They are usually located in the residential fabric of cities, so they should demonstrate a good level of architectural quality as places of representative character.

Situation and conditions of marketplaces in Katowice

Katowice's marketplaces have unusual locations and different functional conditions. The human relationships observed there are strong and enduring – as evidenced by the high number of shoppers despite the poor technical condition of these spaces. (FAKT.pl) This is why they can constitute essential



Il. 1. Lokalizacja omawianych 5 punktów targowych w Katowicach – opracowanie P. Nagel

Ill. 1. Location of the discussed five Marketplaces in Katowice, by Paulina Nagel

pl). Dlatego właśnie mogą one tworzyć ważne i atrakcyjne miejsca dla danej dzielnicy. Katowickie targowiska zlokalizowane są w sąsiedztwie lub wzdłuż głównych dróg komunikacyjnych w pobliżu zespołów mieszkaniowych, ale najczęściej wkomponowane są pomiędzy istniejącymi budynkami mieszkalnymi. **Są targowiskami otwartymi,** gdzie przechodzimy pomiędzy poszczególnymi stanowiskami lub **zamkniętymi,** gdy cały czas poruszamy się pod wspólnym ich zadaszeniem. Układ stoisk, strefy dostaw, asortyment – każde targowisko pod tym względem jest bardzo zróżnicowane, posiada **inną formę oraz układ** poszczególnych stanowisk handlowych. Niektóre z wybranych do analizy placów targowych są oddalone od ścisłego centrum miasta i zlokalizowane na **obrzeżach miasta** Katowice – w dzielnicy Dąb czy w dzielnicy Ligota. Inne posiadają **charakter śródmiejski** ze względu na położenie w centralnej części Katowic (il. 1). Wszystkie omawiane w artykule targowiska znajdują się w środowisku mieszkaniowym Katowic.

Pomimo różnorodnego charakteru, widoczne są także ich wspólne cechy przestrzenno-funkcjonalne. **Najważniejszą cechą warunkującą ich charakter jest otoczenie zabudowy o funkcji mieszkaniowej. Są to budynki mieszkalne w zabudowie o wysokiej lub niskiej intensywności, bloki, familoki lub zabudowa willowa. To ten rodzaj zabudowy w dużej mierze warunkuje charakter lokalny targowiska**. Są miejscami odwiedzanymi codziennie przez okolicznych mieszkańców, którzy wraz ze sprzedawcami tworzą lokalną społeczność (kongresobywatelski.pl). Dodatkowo są to niewielkie i zwarte zespoły handlowe, o prostym i czytelnym układzie komunikacyjnym, najczęściej bez rozgałęzień. W otoczeniu znajdują się przystanki miejskiego transportu publicznego oraz rozwinięte strefy parkowania dla komunikacji prywatnej – dzięki temu są dobrze skomunikowanymi punktami na mapie miasta. Jednak warto zwrócić uwagę, iż duże natężenie ruchu pojazdów generuje uciążliwy hałas dla wszystkich użytkowników.

Zdefiniowana problematyka

Wszystkie katowickie targowiska dotyka ten sam problem – podupadają i konieczna jest ich odnowa. Zły stan techniczny, brak

and attractive places for the neighbourhood. Katowice's markets are typically located adjacent to or along main traffic routes near residential complexes, often embedded between residential buildings. They are either open-air markets, where one passes between individual stands, or closed markets, where one moves under one common roof. Stall form, layout, delivery zones, assortment – each market is very different in these respects. Some of the selected marketplaces are far from the city centre and located on the outskirts of Katowice – in the Dąb or Ligota districts. Others have an inner-city character due to location in the central part of Katowice (Ill. 1). All the markets discussed in this article are located in the housing environment of Katowice.

Despite their diverse character, their common spatial and functional features are also evident. The most important feature that determines their character is being surrounded by residential developments. These are high- or low-density residential development, blocks of flats, *familoks* (multi-family buildings designed for blue-collar workers in Silesia at the end of the 19th century and beginning of the 20th century) or villa buildings. It is this type of development that largely determines the local character of the marketplaces. They are visited daily by local residents who, together with vendors, make up the local community (kongresobywatski.pl). In addition, they are small and compact shopping complexes with a simple and clear transport system, usually without branches. They are surrounded by public transport stops and developed parking zones for private transport – making them well-connected points on the city map. However, it is worth noting that heavy vehicle traffic generates noise for all the users.

Defined Issues

All of Katowice's marketplaces suffer from the same problem – they are in decline and require renovation. Poor technical condition, lack of properly designed space and architectural

odpowiednio zaprojektowanej przestrzeni i jakości architektonicznej sprawiają, że klienci coraz częściej wybierają inne możliwości zakupów, a warunki pracy na placach targowych są często bardzo uciążliwe. Również młode pokolenie preferuje inne możliwości zatrudnienia, zakupów i spędzania czasu. Dlatego odnowa targowisk miejskich w Katowicach wymaga nowych rozwiązań i koncepcji.

METODY BADAWCZE – Współpraca z Zakładem Targowisk Miejskich w Katowicach

Zakład Targowisk Miejskich w Katowicach, który jest jednostką administracyjną zarządzającą targowiskami, zwrócił się do Akademii Śląskiej w celu zbadania możliwości odnowy katowickich targowisk. Przed studentami różnych roczników kierunku Architektura, na wybranych przedmiotach zostały postawione różnorodne zadania stworzenia koncepcji odnowienia wszystkich placów targowych w Katowicach. W początkowej fazie skupiano się na tworzeniu koncepcji ogólnych dla wszystkich pięciu lokalizacji. Następnie w dwóch ostatnich latach opracowywane są bardziej szczegółowe koncepcje dla konkretnych lokalizacji. Studenci odwiedzali każdą z istniejących lokalizacji targowisk, wykonując badania *in-situ* oraz analizy przedprojektowe dla zaproponowania jak najlepszych rozwiązań koncepcyjnych w swoich projektach. Studentom stworzono zatem możliwość zmierzenia się z ciekawą problematyką oraz zdobycia cennego doświadczenia współpracy w rzeczywistych warunkach przy rozwiązywaniu realnych i potrzebnych problemów. W sumie w ciągu czterech lat współpracy od 2019 roku (il. 2) powstało około 40 koncepcji w pięciu lokalizacjach katowickich.

Analiza powyższych opracowań stała się podstawą do rozpoczęcia dyskursu i zaprezentowania wybranych wniosków oraz perspektyw dla przemiany katowickich targowisk przy poszanowaniu *genius loci* tych miejsc.

WYNIKI BADAŃ

Opis nowej perspektywy dla targowisk opierał się na analizie 39 koncepcji studentów. Następnie przy doborze prac do studium przypadków zostały one podzielone na trzy grupy: formy przedstawiające **obiekty targowiskowe przykryte jednym, głównym zadaszaniem, formy ażurowe z pojedynczymi** stanowiskami oraz architekturę **zamkniętych hal targowiskowych.** Wizje te dały szansę na wypracowanie różnorodnych form przestrzennych i użytkowych w różnych sytuacjach dostosowanych do lokalnego kontekstu miejsca. Wprowadzają współczesną formę architektoniczną z wykorzystaniem nowych materiałów. W każdym przypadku proponowane są funkcje usługowe (kawiarnie, gastronomia) i rekreacyjne

quality mean that customers are increasingly choosing other shopping options, and the working conditions at marketplaces are often very oppressive.. Therefore, the renewal of city markets in Katowice requires new solutions and concepts.

RESEARCH METHODS - Cooperation with the Department of Municipal Markets in Katowice

The Department of Municipal Markets in Katowice which is the administrative unit in charge of marketplaces – has approached the Silesian Academy to investigate the possibilities of renewing Katowice's markets. Students of various years of the Architecture programme, in selected subjects, were given various tasks to create conceptual proposals for the renewal of all the marketplaces in Katowice. In the initial phase, the focus was on creating general proposals for all five locations. Then, in the last two years, more detailed proposals are developed for specific locations. The students visited each of the existing market locations to carry out in-situ research and predesign analyses to propose the best possible conceptual solutions for their projects. The students were allowed therefore to tackle interesting issues and gain valuable experience of working together in real-life conditions to solve real problems. In total, over the four years of collaboration, which started in 2019, around 40 concepts have been developed for five Katowice locations (Ill. 2).

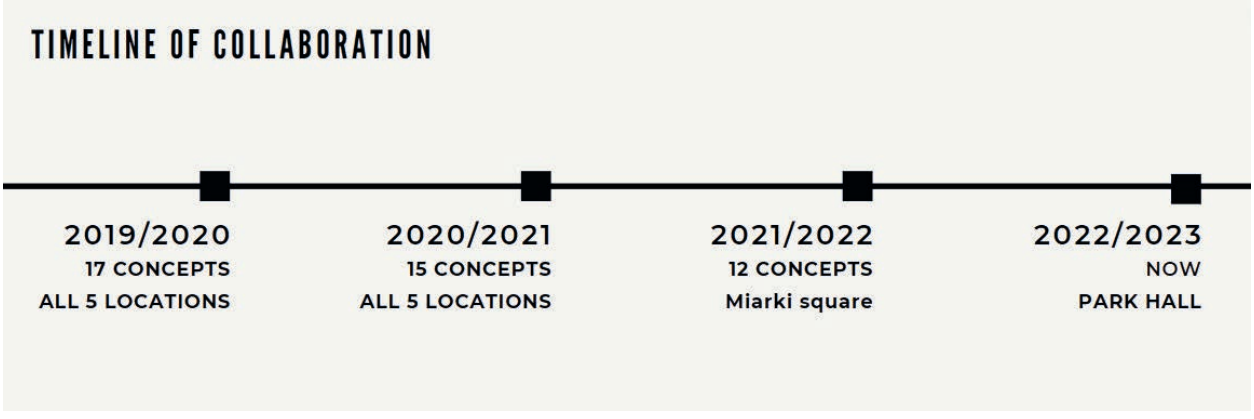
The analysis of the above-mentioned studies has become the basis for starting the discourse and presenting selected conclusions and perspectives for the transformation of Katowice's marketplaces while respecting the "Genius loci" of these places.

REASERCH RESULTS

The description of the new perspective for marketplaces has been based on an analysis of 39 conceptual proposals provided by students. When selecting the works for the multiple-case study, they were then divided into three groups: forms that depict market facilities covered by a single, main canopy, openwork forms with individual stands, and the architecture of closed market halls. These visions provided an opportunity to develop a variety of spatial and functional forms adapted to the local context of the site. They introduce a contemporary architectural form using new materials. In each case, service functions (cafés, food services) and recreational functions (urban greenery, relaxation areas) are proposed as a response

Il. 2. Oś czasu prezentująca współpracę z ZTM w Katowicach – opracowanie P. Nagel

Ill. 2. Timeline showing cooperation with ZTM in Katowice, by Paulina Nagel



(zieleń miejska, miejsca relaksu) jako odpowiedź na zapotrzebowanie otaczającego środowiska mieszkaniowego oraz próbę wpasowania się we współczesny kontekst miejski usytuowany w strukturze zabudowy mieszkaniowej Katowic.

Zamknięte **hale targowe** (il. 3) charakteryzują się prostymi, ortogonalnymi układami funkcjonalnymi. Przedstawione koncepcje ukazują projekty obiektów parterowych oraz piętrowych. W budynkach dwukondygnacyjnych parter pozostawał **handlowy**, a piętro

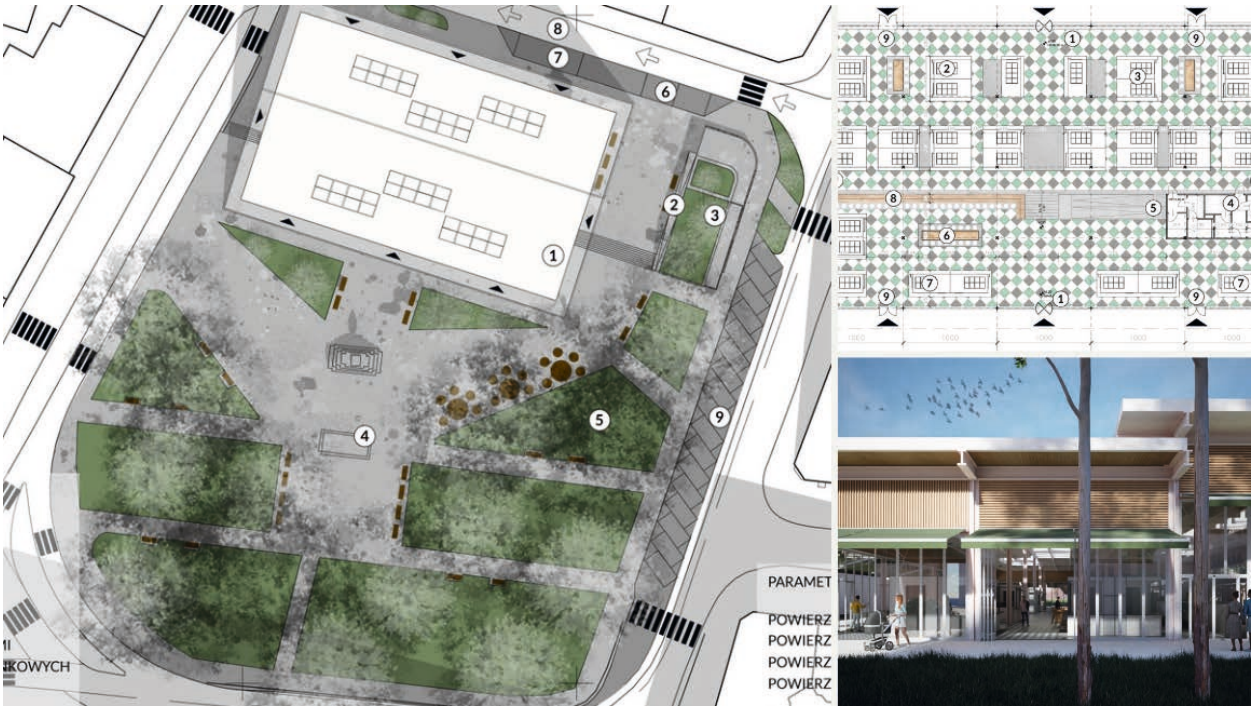
to the needs of the surrounding housing environment and an attempt to fit into the contemporary urban context, within the residential development structure of Katowice.

The enclosed trade fair halls (Ill. 3) are characterised by simple, orthogonal functional layouts. The concepts presented show designs for single-storey and two-storey buildings. In the latter, the ground floor remained commercial, and the first floor was designated for service and recreational functions.

Tabela 1. Badanie zależności pomiędzy wyróżnionymi formami architektonicznymi targowisk. Podsumowanie charakteru każdej z grup na bazie prac studenckich

Table 1. Comparison of the relationships between the distinguished architectural forms of marketplaces. Summary of the nature of each group, based on students' works

	HALA TARGOWA/ MARKET HALL	**FORMA WSPÓLNEGO ZADASZENIA/** FORM OF COMMON ROOFING	**FORMY MODUŁOWE/** MODULAR FORMS
Przebadana liczba/ Number surveyed	14	12	13
Ś**rodowisko mieszkaniowe/** Housing environment	**Otoczenie zabudowy mieszkaniowej – średnia intensywność zabudowy - o charakterze śródmiejskim (osiedla mieszkaniowe, bloki mieszkalne).** Surrounded by residential development – medium-intensity – with inner-city character (housing estates, blocks of flats).	**Otoczenie zabudowy mieszkaniowej - niska intensywność zabudowy – o charakterze peryferyjnym. (domki jednorodzinne, wille podmiejskie).** Surrounded by residential development – low-intensity development – peripheral in character. (single-family houses, suburban villas).	**Otoczenie zabudowy mieszkaniowej - wysoka intensywność zabudowy - o charakterze śródmiejskim (kamienice, familoki).** Surrounded by residential development – high-intensity development – inner-city character (townhouses, *familoks*).
Lokalizacja/ Location	Miejsce niezakłócające ciągów komunikacji pieszej/ A place that does not disrupt pedestrian traffic	Miejsce centralne/ Central location	Miejsce wzdłuż arterii komunikacji pieszej lub rozproszona lokalizacja/ Site along a pedestrian thoroughfare or dispersed location
Układ funkcjonalny/ Functional layout	Parter handlowy, piętro usługowe lub usługi na obrzeżu hali/ Ground floor for commercial use, upper floor for services or services located on the outskirts of the hall	Swobodna komunikacja między stoiskami lub jedna arteria komunikacyjna/ Free traffic between stalls or a single thoroughfare	Swobodna komunikacja między modułami lub jedna arteria komunikacyjna/ Free traffic between modules or a single thoroughfare
Komunikacja zewnętrzna/ External traffic	Komunikacja przebiega wokół budynku/ Traffic flows around the building	Komunikacja wręcz przenika przez targowisko/ Traffic flows evenly through the market	Komunikacja może swobodnie przecinać targowisko/ Traffic can freely intersect the marketplace
Forma architektoniczna/ Architectural form	Budynek wpisujący się w charakter otoczenia/ A building that fits into the character of the surroundings	Atrakcyjna forma zadaszenia/ Attractive form of roofing	Proste moduły z użyciem atrakcyjnych materiałów/ Simple modules using attractive materials
Dostosowanie do pór roku/ Adaptation to the seasons	Hala całoroczna/ Year-round	Forma otwarta cały rok niezależnie od pory roku/ Year-round	Formy mogące być otwarte lub zamknięte w zależności od pory roku/ Forms can be opened or closed depending on the season
Usługi/ Services	Na piętrze hali lub na jej obrzeżu. Często z dostępem od zewnątrz/ On the upper floor of the hall or on its outskirts, often with external access	Mała ilość usług. Często posiadające odrębną część/ Small number of services, often with a separate section	Zlokalizowane na obrzeżu lokalizacji lub ciągu modułów/ Located on the periphery of the site or a sequence of modules
Miejsca parkingowe/ Parking spaces	Duża liczb miejsc/ Large number of parking spaces	Mała liczba miejsc/ Limited number of parking spaces	Mała liczba miejsc/ Limited number of parking spaces
Przestrzeń rekreacyjna/ Recreational space	Przy hali lub w wydzielonej części wewnątrz./ Next to the hall or in a separate area inside	Na obrzeżu zadaszenia lub poza nim/ On the edge of the canopy or outside it	Miejsca rekreacji pomiędzy modułami/ Recreation areas between modules
Zieleń miejska/ Urban greenery	Zagospodarowana wokół budynku hali jako zieleń towarzysząca/ Landscaping around the hall building in the form of associated greenery	Zagospodarowana wokół formy zadaszenia jako zieleń towarzysząca/ Developed around the canopy form as associated greenery	Zieleń pomiędzy modułami lub wokół nich/ Greenery between or around the modules

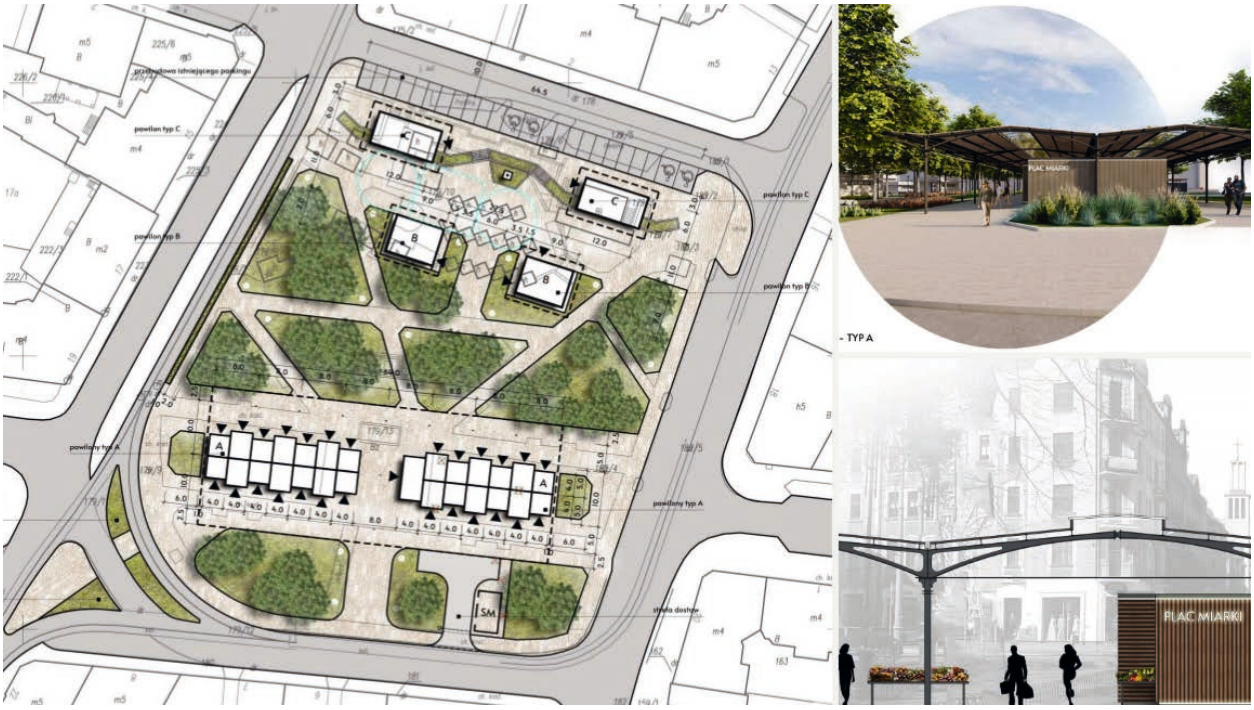


Il. 3. Koncepcja studentów: Laury Antonowicz i Karola Chelusza – forma hali targowej – prowadząca projekt mgr inż. arch. P. Nagel
Ill. 3. Conceptual proposal by students: Laura Antonowicz and Karol Chelusz – trade fair hall form – project leader Paulina Nagel, MSc arch.

otrzymywało **funkcję usługowo-rekreacyjną.** W budynkach parterowych usługi zostały zlokalizowane na obrzeżach układu funkcjonalnego, które często łączyły się z otoczeniem i zaprojektowanymi tu miejscami rekreacyjnymi. Zieleń miejska otacza najczęściej cały budynek, czasem występuje także na elewacji bądź dachu. Usytuowanie obiektów kubaturowych hal nie zajmuje centralnych punktów działki, nie przecina też pieszych ani kołowych arterii komunikacyjnych, co jest ważne dla prawidłowego funkcjonowania otoczenia targowiska **w środowisku mieszkaniowym. Wszystkie lokalizacje znajdowały się w nowych lub istniejących zespołach mieszkaniowych o różnej intensywności zabudowy oraz charakterze.**
Mniejszą formą targową są poszczególne **formy modułowe** (il. 4), które najczęściej posiadają pojedyncze stanowiska targowe

The single-storey buildings had services situated at the edges of the functional layout, often connecting to the surroundings with recreational spaces. Urban greenery typically surrounds the entire building, sometimes also appearing on the facade or roof. The halls do not occupy the centre of the plot, nor do they cross pedestrian or road thoroughfares, which is important for the proper functioning of the market surroundings within a housing environment. All were located in new or existing housing complexes of varying intensity and character.
Smaller forms include individual modules (Ill. 4), which typically comprise single trade fair booths. It is less common for a single module to combine a pair of stands. Two functional arrangements characterised the modular layout in the

Il. 4. Koncepcja studentki Alicji Santorowskiej – forma modułowa – prowadząca projekt mgr inż. arch. P. Nagel
Ill. 4. Conceptual proposal by student Alicja Santorowska – modular form – project leader Paulina Nagel, M.Sc. arch.





II. 5. Koncepcja studentów: Klaudii Makuły, Sary Baron i Michał Swaryczewskiego – forma wspólnego zadaszenia – prowadzący projekt dr inż. arch. M. Włodarczyk
III. 5. Conceptual proposal by students: Klaudia Makuła, Sara Baron and Michał Swaryczewski – common roofing form – project leader: Marcin Włodarczyk, Dr Eng. arch.

w swojej kubaturze. Rzadziej zdarza się, że pojedynczy moduł łączy w sobie kilka stanowisk. Układ modułowy w projektach koncepcyjnych charakteryzował się dwoma układami funkcjonalnymi: **układem skupionym wokół pieszej arterii** – w taki sposób, aby nie zaburzać jej funkcjonowania oraz drugim, gdzie punkty **modułowe są bardziej rozproszone** i tworzą swojego rodzaju **„wnętrza urbanistyczne"**. Moduły często miały możliwości otwarcia podczas miesięcy ciepłych oraz zamknięcia podczas miesięcy zimnych. Punkty **usługowe** w obu przypadkach zlokalizowane są w zewnętrznych strefach obu układów. Punktem szczególnie zwracającym uwagę są miejsca rekreacyjne, które różnią się w kompozycjach urbanistycznych od obiektów kubaturowych, są odsunięte i otoczone zielenią miejską. Domy mieszkalne o zróżnicowanym charakterze i gabarytach **zlokalizowane są w pobliżu omawianych targowisk.** Trzecią wyróżnioną formą - najbardziej otwartą – jest **forma wspólnego zadaszenia,** (il. 5) gdzie stanowiska są otwarte i przybierają różnorodne układy – **ortogonalne** lub **bardziej naturalne.** Najbardziej charakterystycznym elementem tej formy jest tworzenie atrakcyjnego zadaszenia nad targowiskiem. Zewnętrzny układ komunikacyjny jest otwarty i często nie ma konkretnych, wyznaczonych arterii komunikacyjnych. **Zieleń miejska** wraz z **rekreacją** jest przestrzenią towarzyszącą targowisku. W tej formie występuje mała ilość **usług.** Widocznym aspektem w projektach studenckich była próba etapowania planowanych prac w celu utrzymania funkcji targowych w czasie realizacji działań renowacyjnych. Istotne wydaje się zachowanie miejsca handlu, z którym mieszkańcy się identyfikują, aby nie odzwyczaić osób korzystających z targowiska. Biorąc pod uwagę zły stan targowisk i trudne warunki pracy na nich, studenci starali się proponować przyjazne miejsca pracy o dobrym standardzie, tak aby kolejne pokolenia handlowców utrzymywały tradycję i chciały kontynuować tu swoją działalność, zawsze sytuowaną w środowisku mieszkaniowym. Ma to potencjalny wpływ na lokalny rozwój gospodarczy oraz ekonomiczny.

Projektowane bryły niezależnie od formy mają atrakcyjne kształty oraz rozwiązania materiałowe kojarzone z architekturą współczesną, co w połączeniu z zielenią miejską i miejscami rekreacji tworzy przestrzenie aktywne społecznie, mogące stać się w przyszłości centrami lokalnymi w każdym z omawianych zespołów mieszkaniowych.

conceptual designs: one centred around a pedestrian thoroughfare – in such a way as not to disturb it – and the other, where the modular points are more dispersed and form a kind of 'urban interior'. The modules could often open during the warm months and close during the cold ones. The service outlets are located in the outer zones of both layouts. A point of particular note is the recreational areas, which in the urban compositions stand out from the cubic structures, and are offset and surrounded by urban greenery. Residential houses of varying character and dimensions are located in the vicinity of the markets in question.

The third distinguished form– and the most open one – is that of the standard canopy (Ill. 5), where stands are open and take on a variety of arrangements – orthogonal or more natural. The most distinctive feature of this form is the attractive canopy over the marketplace. The external traffic layout is open and often has no specific designated thoroughfares. Such a marketplace is accompanied by urban greenery together with recreation areas. A small number of service outlets are present in this form.

In the student designs, the attempt to phase the planned works in order to maintain the market function while conducting renovation works was a distinct element. It seems important to preserve a place of commerce with which residents identify, so as not to break the habit of using the marketplaces. Given their poor condition and the harsh working conditions, the students tried to propose friendly workplaces of a good standard, so that the next generation of traders will maintain the tradition and want to continue their business here, always within the housing environment. This has the potential to impact local economic and business development.

Regardless of their form, the designs depict attractive shapes and material solutions associated with contemporary architecture which, in combination with urban greenery and recreation areas, provide socially active spaces with the potential to become in the future the local centres in each of the residential complexes in question.

DYSKUSJA

Targowiska kojarzą się przede wszystkim z miejscami o funkcji handlowej. Są ważnym miejscem dla lokalnych handlowców i wytwórców, którzy mają możliwość bezpośredniej sprzedaży swoich produktów oraz usług na rynku lokalnym. Warto jednak zwrócić uwagę na inne ważne aspekty targowisk. Są to miejsca o charakterze **prospołecznym, czyli ukierunkowanym na potrzeby społeczeństwa.** Relacje tworzone podczas wizyty na targowiskach mają silny charakter, tworzone są dzięki bezpośredniemu kontaktowi pomiędzy sprzedawcami a kupującymi. Na targowisku nie jesteśmy tylko kolejną anonimową osobą kupującą. Mamy szansę rozmawiać ze sprzedającym, uzyskać informację o produktach, co w efekcie tworzy bardziej osobistą i zażyłą relację pomiędzy obiema stronami. Podczas prostej wymiany handlowej następuje integracja społeczna także pomiędzy samymi kupcami czy innymi sprzedającymi. Takie relacje tworzą silne więzi i przywiązanie do danego miejsca, gdyż nie chodzimy na targ już tylko ze względu na ofertę handlową, ale także na ich funkcję **społeczną**. Należy podkreślić, że z mieszkańcami dużej aglomeracji spotykają się tam codziennie ogrodnicy i producenci żywności przyjeżdżający z okolicznych wiosek i miejscowości, aby sprzedawać swoje towary. W opisanej sytuacji powstają indywidualne więzy społeczne, bowiem często kupujący wybierają produkty proponowane przez sprawdzonych sprzedających, u których od wielu lat kupują towar. To tam można spotkać osoby mówiące śląską gwarą, śpiewające górnicze przyśpiewki, ubierające się czasami w stroje regionalne, a w okresach przedświątecznych sprzedających tradycyjne pisanki czy dekoracje choinkowe. Owe place targowe mogą stać się miejscami badań etnograficznych, gdyż coraz bardziej tradycje kultury regionalnej niestety zanikają. Punktom handlowym zawsze towarzyszą także małe **punkty usługowe,** dlatego możemy też stwierdzić, że targowiska pełnią **funkcję usługowo-handlową.** Wymienione powyżej trzy role targowisk są najbardziej widocznymi funkcjami. Jeśli jednak przeanalizujemy je szczegółowo, możemy stwierdzić, iż pełnią także **funkcję kulturową.** Sprzedawane produkty często posiadają charakter lokalny i nie chodzi tylko o pochodzenie towarów, ale także o lokalnie wyprodukowane wyroby, które odzwierciedlają kulturę i tożsamość miejsca, w jakim się znajdujemy. Można więc stwierdzić, że kupując na targowiskach, których charakter jest lokalny, wspieramy **rozwój miejscowej ekonomii w środowiskach mieszkaniowych** oraz przyczyniamy się do **rozwoju lokalnych miejsc pracy**, gdyż za stoiskami oferującymi towary kryje się cały łańcuch handlowy, który dla przechodnia nie jest widoczny. Istotne także wydaje się to, że klientami owych targowych stają się głównie mieszkańcy sąsiednich osiedli i zespołów mieszkaniowych.

KONKLUZJA

Przewidując zrównoważony rozwój miasta Katowice w przyszłości wraz z powiększającą się miejską tkanką mieszkaniową, należy zakładać, że w nowych dzielnicach będą postawać także place targowe, wzbogacone o zieleń i tereny rekreacyjne. Otwarte lub przykryte targowiska z pewnością nadal będą się cieszyć dużą popularnością wśród mieszkańców (Komar, 2020; Stangel, 2023). Podsumowując prace studenckie, możemy wyróżnić grupę cech, jakie powinno spełniać targowisko niezależnie od formy, aby mogło prawidłowo realizować wszystkie przypisywane mu role. Ze względu na mieszkaniowe otoczenie wszystkich lokalizacji katowickich targowisk wnioskuje się, aby posiadały tradycyjny **lokalny charakter i niewielką skalę oddziaływania**. Istotne jest, aby dalej podtrzymywać **lokalny charakter** targowisk – mają być one miejscami osadzonymi w przestrzennym, funkcjonalnym i społecznym kontekście (Juzwa, et al., 2021), dającymi szansę na rozwój miejscowego **handlu,** przy poszanowaniu ***Genius loci*** tego miejsca. Takie

DISCUSSION

Marketplaces are primarily associated with commercial use. They are important places for local traders and manufacturers to sell their products and services directly to the locals. However, it is worth noting their other important aspects. They are pro-social, i.e., community-oriented areas. Relationships created during a visit to a market are strong and created through direct contact between sellers and buyers. At the market, we are not just another anonymous shopper. We have the chance to talk to the seller, to get information about the products, which in effect creates a more personal and intimate relationship between the two parties. During a simple commercial exchange, social integration also takes place between the buyers themselves or other sellers. Such relationships create a strong bond to the place, as one no longer goes to the market just because of its commercial offer, but also of its social function. It should be emphasised that in marketplaces gardeners and food producers, who come from the surrounding villages and towns to sell their goods, meet the residents of the large agglomeration every day. Individual social bonds are formed, as shoppers often choose products for themselves, offered by proven sellers of products with which they have been satisfied for years. It is there that one can meet people speaking the Silesian dialect, singing miners' songs, sometimes dressed in regional costumes and, in the pre-holiday period, selling traditional Easter eggs or Christmas tree decorations. These markets can become places for ethnographic research, because the traditions of regional culture are unfortunately disappearing elsewhere. The retail outlets are always accompanied by small service outlets, so we can also conclude that marketplaces also serve a service and commercial function. The above-mentioned three roles of markets are their most visible functions. However, if we analyse them in detail, we can conclude that they also have a cultural function. The products sold often have a local character and it is not only about the origin of the goods, but also about locally produced products that reflect the culture and identity of the place we are in. Thus, it can be argued that when we buy from markets with a local character, we support the development of the local economy in residential communities and contribute to the development of local jobs, as there is a whole chain of trade behind the stalls offering the goods that are not visible to the passer-by. It also seems important that the customers of these markets are mainly residents of the neighbouring housing estates and complexes.

CONCLUSION

In anticipation of the sustainable development of Katowice in the future, with an expanding urban residential fabric, it should be assumed that marketplaces enriched with greenery and recreational areas will also be established in the new districts. Open or covered markets will undoubtedly continue to be popular with residents (Komar, 2020; Stangel, 2023). Summarising the students' work, we can identify a set of characteristics that a marketplace should have, regardless of its form, to effectively fulfil all the roles assigned to it. Given the residential surroundings of all the locations in Katowice's markets, it is concluded that they should exert only a small ecological impact. It is vital to preserve the local character of the markets—they should be embedded in a spatial, functional, and social context (Juźwa et al., 2021), fostering the development of local trade while respecting the 'Genius loci' of the area. This approach

podejście wzmacnia relacje społeczne, jakie istnieją aktualnie na targowiskach, oraz tworzy **lokalne miejsca integracji i aktywności społecznej** (Węcławowicz-Gyurkovich, 2012) w przedstawionych w artykule środowiskach mieszkaniowych. Katowickie targowiska nie powinny być miejscami tylko i wyłącznie handlu – powinny mieć charakter usługowy. Zwiększa to grono potencjalnych użytkowników miejscowej społeczności. Aby stworzyć korzystniejsze warunki dla integracji mieszkańców – klientów targowisk i zatrzymać ich na dłużej w tej przestrzeni, należy wprowadzić większą ilość **zieleni miejskiej połączonej także z placami zabaw dla dzieci oraz** bezpośrednio połączonej z miejscami spotkań i **rekreacji.**

strengthens existing social relationships within marketplaces and creates local spaces for social integration and activity (Węcławowicz-Gyurkovich, 2012) in the housing environments presented in the article. Katowice's markets should not serve solely as trading venues – they should also have a service-oriented character. This broadens the potential user base among the local community. To foster better integration of residents – who are the market's customers – and encourage them to spend more time in these spaces, additional urban greenery should be introduced, including children's playgrounds and areas dedicated to gathering and recreation.

BIBLIOGRAFIA/REFERENCES

Artykuły w wydawnictwie ciągłym:

[1] Buława B., (2021) *The Role of the Marketplace in the Post-Covid-19 City of Tomorrow*, Builder, nr 8, s. 56-63.

[2] Dąbrowska-Prokopowska E., Pyłko M., (2019), *Analiza relacji społecznych sprzedawców na targowisku miejskim przy ul. Kawaleryjskiej w Białymstoku,* Wydawnictwo UwB, Białystok, s. 163-189.

[3] Juzwa N., Świerzawski J., (2021), *Myśli, marzenia, miejsca.* Narodowy Instytut Architektury i Urbanistyki, Warszawa.

[4] Kafka K., (2018) *Urban planners in Poland. Practicing the urban planning profession in Poland and other European countries,* Czasopismo Techniczne, nr 5, s. 39-51.

[5] Komar B., (2020) *Selected determinants of multi- family housing in Katowice i 2030 perspective,* Teka Komisji Architektury i Urbanistyki i Studiów Krajobrazowych PAN w Lublinie, vol. 16 nr 3, s. 75-84.

[6] Kucharczyk–Brus B., Wyciślok A., (2022) *Wykorzystanie wtórne materiałów budowlanych – raport z badań ankietowych,* Builder, vol. 302, nr 9, s. 58 -60.

[7] Mirosławska M., (2016) *Targowiska w Polsce – schyłek czy rozkwit?,* Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 302, s. 109-122.

[8] Sojkin B., Michalak S., (2018) *Targowisko jako miejsce zakupów mieszkańców dużych miast w Polsce*, Handel wewnętrzny, t. 1, s. 327-339.

[9] Stangel M., (2023) *Urban environmental acupuncture for improving the sustainability of dense city areas - Polish experiences from the SALUTE4CE project*, Architecture Civil Engineering, nr 1, s. 15-27.

[10] Urban S., Michałowska M., (2013) *Czynniki wpływające na zachowanie konsumentów w zakresie wyboru targowisk jako miejsca zakupu produktów konsumpcyjnych na przykładzie województwa lubuskiego*, Roczniki Ekonomii Rolnictwa Rozwoju Obszarów Wiejskich, t. 100, s. 108-118.

[11] Urbańska M., (2020) *Architektura – sztuka przestrzeni publicznych w Polsce wczoraj i dziś*. Państwo i Społeczeństwo, nr 3, s. 87-100.

[12] Węcławowicz-Gyurkovich E., *Odrestaurowane i nowe hale targowe w miastach europejskich*, Teka Komisji Urbanistyki i Architektury PAN, o. Kraków, T.XLVII, s. 51-62.

[13] Węcławowicz-Gyurkovich E., (2019) *Miejsca odzyskane/The Regained Places* w: Juzwa N., Sulimowska-Ociepka A. (red.) *ULAR 6 Odnowa Krajobrazu Miejskiego/ Urban Landscape Renewal*, Gliwice: Wydawnictwo Wydziału Architektury Politechniki Śląskiej, s. 105–112.

Netografia:

[1] https://kujawsko-pomorskie.pl/informacje-prasowe/33534-powstaja-nowoczesne-targowiska (dostęp: 11.02.2023).

[2] https://www.fakt.pl/wydarzenia/polska/slask/zaklad-targowisk-miejskich-w-katowicach-przygotowal-projekt-odnowienia-lokalnych/48lmlmv (dostęp: 19.03.2023).

[3] https://www.kongresobywatelski.pl/pomorski-thinkletter/wszystkie-teksty/targowisko-jako-spoleczny-hub/ (dostęp: 12.02.2023).

[4] https://regiony.rp.pl/z-regionow/art17643471-miasta-maja-problem-z-modernizacja-targowisk (dostęp: 18.03.2023).

[5] https://www.bryla.pl/bryla/56,85301,23200823,rysy-architekci-zaprojektowali-targowisko-we-wsi-zolynia.html (dostęp: 19.03.2023).

[6] https://katowice.wyborcza.pl/katowice/7,35063,28009725,katowickie-targowiska-do-przebudowy-za-100-mln-zl-sa-juz-pomysly.html (dostęp: 19.03.2023).

[7] https://katowice.tvp.pl/58179360/katowickie-targowiska-czeka-modernizacja (dostęp: 12.02.2023).