

Archivolta 2/2013, s. 24-27

## Dwa bieguny amerykańskich przestrzeni konsumpcji. Architektura introwersji Victor Gruena i kolaż przestrzenny Jona Jerde

### The two poles of American spaces of consumption. Victor Gruen's architecture of introversion and Jon Jerde's space collage.

Jacek Kotz

WA Politechnika Wroclawska

Słowa kluczowe: architektura, przestrzeń konsumpcji, kolaż przestrzenny

**Keywords:** architecture, space of consumption, space collage,

#### Streszczenie

W nawiązaniu do oddanego aktualnie do użytku największego na świecie obiektu handlowo-usługowego *New Century Global Center* w Chinach, przedstawiona została historia amerykańskich centrów handlowych zapoczątkowanych przez Victora Gruena (1903-1980) w drugiej połowie XX w. Projektowanym przez Gruena prostokątnym, funkcjonalnym formom przeciwstawia się formy bogate w treści znaczeniowe projektowane przez Jona Jerde (ur. 1940). Te dwa ścierające się podejścia wywarły w XX w. istotny wpływ na kształtowanie obiektów handlowo-usługowych na świecie. Twórczość Victora Gruena, w obszarze projektowania centrów handlowych, kojarzona jest z reguły z dwoma, opartymi na różnych założeniach i zrealizowanymi centrami handlu i usług, to jest *Northland Center* wzniesionym w Southfield – suburbiów Detroit w 1954 oraz – *Southdale Center*, zbudowanym w Edina pod Minneapolis w stanie Minnesota w 1956. Natomiast koncepcje Jona Jerde z lat 70. XX w. charakteryzują powrót handlu i usług do centrów struktur miejskich jak *Horton Plaza* w San Diego (1982-1985). W koncepcji Gruena ucieleśniają się zmiany polityki amerykańskiej tamtego okresu, widoczne także ekonomii oraz koncepcji przestrzeni społecznej. *Horton Plaza* w San Diego zaś określa swoisty archetyp struktury ukierunkowanej na wnętrze tak w skali urbanistycznej jak i architektonicznej. Jest to także pewnym wyrazem kształtowania się społeczeństwa w okresie postindustrialnym.

#### Abstract

One of the post-fordist cornerstones of the contemporary global economy cornerstone is constituted by the consumption industry represented by monstrous in their scale, malls and shopping centers acting as tourist attractions. *New Century Global Center*, which is now under construction in Chengdu, China, will be not only be the biggest building of this type, but the biggest building in the world. Architects Victor Gruen (1903-1980) and Jon Jerde (born 1940) are among these architects who, through their invention of a few archetypes of spaces of consumption have, in Susan Crawford's opinion, "have changed the world". They both proposed ideas which, because of their efficiency guaranteed high and stable profit for developers and thanks to their enormous popularity have had a colossal social impact. The first of them is best known for his regional shopping centers: *Northland Center*, Southfield, Michigan and *Southdale Center*, Edina, Minneapolis, Minnesota, built in years 1954 and 1956, respectively.

If the *Northland Center's* semi-open layout was conceived to include public spaces, the *Southdale Center* represents totally introverted space focused on the two level open central patio, totally sealed off from the surroundings. This last concept reiterated in thousands of shopping centers which spread out across America in the sixties and seventies changed its landscape completely.

The "return to the city", concept, conceived by developers as a response to the economic crisis of the seventies which broke a stable system of mass production and consumption, supported by an early stage of postmodernism, let Jon Jerde appear on the stage. His *Horton Plaza* constructed in San Diego, California in 1977 is based on completely different assumptions. Jerde designed a complex assemblage of diverse architectural elements organized along diagonal axis which goes along the whole structure. Archetypes of a palace, a tower and a cathedral, inserted in open spaces and viewed from changeable perspectives set by differentiated levels of stairs, ramps and footbridges are complemented by the color system designed by Deborah Sussman. The entirety creates spatial a spectacle stimulating its visitors, similarly as those to Gruen's centers designed to *shop till they drop*.

Obiektów takich jak *New Century Global Center* w Chengdu w Chinach, będzie powstawać na świecie coraz więcej. Zapewne będą one szokować nagromadzeniem towarów i usług, złożonością formy i jej rozmiarem, tak jak czyniły to pierwsze centra handlowe w USA. Były to pierwowzory współ-

czesnych przestrzeni konsumpcji, odpowiedzią ich twórców na potrzeby człowieka zainteresowanego wcielaniem idei i porządku ponowoczesnego<sup>1</sup>.

Jednym bowiem z fundamentów postfordowskiej ekonomii ponowoczesnego świata jest przemysł konsumpcji, którego ucieleśnieniami są, monstrualne w swej skali, centra handlowo-usługowe, spełniające również rolę atrakcji turystycznych. Realizują one także stojące za nimi idee (pierwotnie w USA), takie jak koncepcja regionalnego centrum handlowego oraz jego szczególne hybrydy autorstwa, kolejno: Victora Gruena (1903-1980) oraz Jona Jerde (ur. 1940).

Szczególna rola w złożonym łańcuchu przyczyn i skutków prowadzących do powstania wspomnianego porządku przypada twórcy podmiejskiego regionalnego centrum handlowego – Victorowi Gruenowi<sup>2</sup>, który dość szybko zyskał powszechne uznanie projektując wraz ze swą żoną – Elszą Krummeck, oparte o nowatorskie rozwiązania, sklepy i butiki w Nowym Jorku<sup>3</sup>.

Twórczość Victora Gruena, w obszarze projektowania centrów handlowych, kojarzona jest z reguły z dwoma, opartymi na różnych założeniach i zrealizowanymi obiektami, to jest *Northland Center* wzniesionym w Southfield – suburbiów Detroit w 1954 oraz – *Southdale Center*, zbudowanym w Edina pod Minneapolis w stanie Minnesota w 1956.

W obu tych centrach ucieleśniają się zmiany polityki amerykańskiej owego okresu, odzwierciedlające się w ekonomii, przestrzeni społecznej i, w konsekwencji, w krajobrazie tego państwa. Victor Gruen potrafił nie tylko umiejętnie reagować na wynikające z nich zmiany koniunktury, lecz również wzmacniać je, oferując rozwiązania, które ze względu na swą ekonomiczną efektywność ukształtowały pewien kanon podmiejskiego centrum handlowego.

O ile drugie z wymienionych centrów handlowych określa swoisty archetyp struktury ukierunkowanej na wewnątrz całkowicie zamkniętej, to pierwsze z nich stanowi rezultat ciągu przekształceń konkursowego projektu centrum handlowego wykonanego w 1943.

Firma *Gruenbaum i Krummeck* zostaje zaproszona do wzięcia udziału w konkursie *New Buildings for 194x*, ogłoszonym w maju 1943 przez czasopismo *Architectural Forum*. Celem określonym w założeniach tego konkursu było stworzenie, opartej o pragmatyzm i możliwości realizacji, wizji miasta powojennego w zakresie, przede wszystkim, budynków użyteczności publicznej. Miasto, a właściwie jego zarys, posiadało charakter czysto hipotetyczny. Określono je jako posiadające siedemdziesiąt tysięcy mieszkańców; jego plan ujawniał poszczególne strefy funkcjonalne oraz sieć uliczną wraz z silnym uwidocznieniem „arterii komunikacyjnych” – obwodnicy oraz dróg głównych i ekspresowych.

Zaproszeni projektanci i zespoły poproszone zostały o zaprojektowanie różnych obiektów, w tym prototypu regionalnego centrum handlowego, które miało być usytuowane pomiędzy dwiema autostradami na obrzeżach miasta i stanowić uzupełnienie jego strefy pieszej. To ostatnie zadanie powierzone zostało Gruenowi i Krummeck<sup>4</sup>.

Rdzeń przedstawionego przez nich projektu, intencjonalnie odwołującego się do tradycji rynków miast europejskich<sup>5</sup>, stanowił otwarty ogólnodostępny zielony dziedziniec, wokół którego rozmieszczono – w jednokondygnacyjnej strukturze – dwadzieścia osiem sklepów i przestrzeni publicznych. Składały się na nie, między innymi: żłobek, teatr, urząd pocztowy, sala wykładowa oraz biblioteka. Autorzy założyli jednocześnie ścisłą segregację ruchu pieszego i kołowego.

---

<sup>1</sup> Przedstawiane opracowanie stanowi część problematyki przestrzeni konsumpcji omówionej przez autora podczas dwu wystąpień autorskich, które odbyły się w ramach seminariów organizowanych przez Instytut Historii Architektury, Sztuki i Techniki Politechniki Wrocławskiej w dniach 2 czerwca 2010 roku i 16 maja 2012 roku. (Przyp. autora).

<sup>2</sup> Architekt Victor Gruen – właściwie Viktor David Grünbaum, był absolwentem Wiedeńskiej Akademii Sztuk Pięknych, który opuścił Wiedeń w 1938, już po zajęciu Austrii przez Trzecią Rzeszę. M. Gladwell, *The Terazzo Jungle*, *The New Yorker*, *Annals of Commerce*, March 15, 2004, [http://www.newyorker.com/archive/2004/03/15/040315fa\\_fact1](http://www.newyorker.com/archive/2004/03/15/040315fa_fact1). (dostęp: 1. 03. 2010).

<sup>3</sup> Należały do nich: butik z wyrobami skórzanymi zaprojektowany dla Ludwika Lederera oraz sklep *Ciro's* na Piątej Alei, *Stecklera* na Broadwayu i dla sieci *Graysona*. *Ibidem*, (dostęp: 1. 03. 2010).

<sup>4</sup> W konkursie tym uczestniczyli, między innymi: Mies van der Rohe, Serge Chermayeff, Oscar Strogonov i Louis Kahn oraz Antonin Raymond, którzy zaprojektowali, odpowiednio: muzeum, domy wielorodzinne, hotel oraz port lotniczy. *Architectural Forum*, May 1943, 72-73.

<sup>5</sup> A. Baldauf, *Shopping Town USA: Victor Gruen, the Cold War, and the Shopping Mall*. Źródło: <http://www.eurozine.com/journals/lhomme.html> Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. (dostęp: 31.04.2010).

Projekt ten został odrzucony, między innymi, ze względu na przekroczenie zadanego programu konkursowego. Następną ich propozycja, również odrzucona, zakładała rezygnację z otwartego dziedzińca wewnętrznego, ukształtowanie budynku o szklanej elewacji na narysie okręgu oraz otoczenie go pierścieniami, kolejno, strefy pieszej i parkingu. Tym razem powodem odrzucenia projektu był sprzeciw redaktora naczelnego pisma George Nelsona, który nie mógł zaakceptować wizji centrum handlowego jako przestrzeni całkowicie zamkniętej. Ostateczna wersja projektu przedstawiała centrum zaprojektowane w układzie trójskrzydłowym wraz z centralnym otwartym dziedzińcem wokół którego rozmieszczono sklepy<sup>6</sup>.

### **Victor Gruen – Northland Center, Southfield, Michigan, 1954**

Regionalne centrum handlowe *Northland Center* wzniesione w Southfield w stanie Michigan, które zostało otwarte w 1954, stanowiło pochodną projektu konkursowego Gruena i Krummeck z 1943. Będąc wówczas największym centrum handlowym na świecie, stanowiło ono jednocześnie odpowiedź na postępujący rozrost suburbii Detroit, spowodowany, z jednej strony polityką konsumeryzmu, z drugiej zaś – z zimnowojennym lękiem przed atomowym holocaustem, którego efektem była, między innymi, *polityka rozproszenia* miast amerykańskich, związana z budową autostrad międzystanowych, budową obwodnic oraz powstaniem suburbii.

Obie te wzajemnie uzupełniające się praktyki polityczne realizując się jednocześnie, wzmacniały swe społeczne oddziaływanie<sup>7</sup>. Migracje mieszkańców miast z ich śródmieść na przedmieścia, stopniowe ograniczenie transportu publicznego, „dyktatura samochodu” i związane z nią przekształcenia infrastruktury drogowej, do których to śródmiejskie dzielnice handlowe miast amerykańskich nie były w stanie przystosować się, wymusiły – widoczną już w połowie lat czterdziestych ubiegłego wieku – reakcję sieci handlowych podążających w ślad za mieszkańcami w kierunku suburbiów.

Victor Gruen już w 1948 zwrócił uwagę Oscara Webera – prezesa posiadającej domy towarowe J. L. Hudson Company, na zachodzące w powojennym Detroit ruchy migracyjne z centrum na przedmieścia, przedstawiając, trzy lata później, wraz ze swym nowym partnerem Karlem van Leuven, strategię utrzymania pozycji tej firmy na rynku. Ich propozycja zakładała powstanie czterech regionalnych centrów handlowych: *Eastland, Southland, Westland, Northland* na obrzeżach miasta, które „pomyślane były jako punkty krystalizacji życia społecznego przedmieść”<sup>8</sup>. Miały one stanowić „nowe [miejsce] ujścia dla tego podstawowego instynktu ludzkiego, by obracać się wśród innych ludzi – odbywać spotkania towarzyskie, aby zrelaksować się razem, aby cieszyć się sztuką, muzyką, koncertami, teatrem, filmem, dobrym jedzeniem, i rozrywką w towarzystwie innych”<sup>9</sup>. „Gruen promował swoją koncepcję centrum handlowego, pisze Mark Jeffrey Hardwick, początkowo jedynie [jako] teoretyczną propozycję przedstawioną w czasopiśmie architektonicznych, jako antidotum na rozprzestrzenianie się handlowych slumsów i gustownie zaprojektowaną oazę”<sup>10</sup>.

Centrum to, oparte o schemat klasztoru, ukształtowano na planie o narysie litery „U”. Składały się nań: czterokondygnacyjny dom handlowy *Hudson's* usytuowany w otwartym centralnym publicznym dziedzińcu „wypełnionym ławkami, rzeźbami i kolumnadami”<sup>11</sup> oraz otaczające go i wyposażone w arkady cztery parterowe skrzydła. Całość, która w chwili swego powstania mieściła około stu sklepów i była otoczona olbrzymim parkingiem terenowym.

### **Victor Gruen – Southdale Center, Edina, Minneapolis, Minnesota, 1956**

*Southdale Center*, wzniesione w Edina – suburbii Minneapolis i otwarte w 1956, zostało zaprojektowane w oparciu o całkowicie inne założenia. Miało ono, zgodnie z życzeniami właścicieli sieci domów handlowych sieci Dayton w stanie Minnesota wpisywać się w podmiejski tryb życia. Gruen

<sup>6</sup> *Ibidem*, Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. (dostęp: 31.04.2010).

<sup>7</sup> *Ibidem*, Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. (dostęp: 31.04.2010).

<sup>8</sup> A. Baldauf, op. cit., Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. (dostęp: 31.04.2010). Tłum. autora.

<sup>9</sup> V. Gruen, L. Smith, *Shopping Centres, the New Building Type*, *Progressive Architecture*, 33 (6/1952). Tłum. autora.

<sup>10</sup> M. J. Hardwick, *Creative Destruction. Victor Gruen and the Shopping Mall's Past and Future*, *Docomomo* N°31, September 2004. (Wtrącenie autora), Tłum. autora.

<sup>11</sup> A. Baldauf, op. cit., Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. Dostęp: 31.04.2010. Tłum. autora.

projektując to centrum handlowe wprowadził dwie znaczące innowacje. Stanowiły one odpowiedź na, po pierwsze – postępujący poziomy rozrost jednokondygnacyjnych centrów handlowych w owym czasie oraz, po drugie – ostry kontynentalny klimat stanu Minnesota, cechujący się olbrzymimi różnicami temperatur.

Pierwszą z nich było dodanie jednej kondygnacji, drugą zaś – przekrytego świetlikiem dwukondygnacyjnego atrium, które stanowiło rdzeń dośrodkowo zorientowanego schematu cyrkulacyjnego. *Southdale Center* mieściło w sobie dwa domy towarowe oraz siedemdziesiąt dwa sklepy. Gruen stworzył w ten sposób centrum handlowe, które – nie posiadając prawie żadnych związków z otoczeniem, zostało całkowicie nacelowane na przestrzeń wewnętrzną<sup>12</sup>.

*Southdale Center* stało się archetypem, jak je określa Margaret Crawford, *fortec bez okien*, powielonym następnie w nieprzeliczonej ilości egzemplarzy w całych Stanach Zjednoczonych<sup>13</sup>. Można wymieni kilka powodów niezwyklej popularności praktycznego zastosowania schematu wprowadzonego przez Gruena, zarówno wśród klientów, jak i deweloperów. Dla tych pierwszych wnętrza centrum stało się przestrzenią, „która socjalizowała tych, którzy pozostawali poza obszarem życia zawodowego: gospodyń domowych, emerytów, dzieci, młodzieży, odnajdujących w centrum handlowym, później zaś w galerii [handlowej] – miejsce ucieczki, spędzenia czasu”<sup>14</sup>. Dla tych drugich – Gruenowski schemat, dzięki swej ekonomicznej efektywności oraz elastyczności, umożliwiającej nigdy nie niekończące się przebudowy i rozbudowy, stanowił stabilne źródło wysokich dochodów. To z kolei było przyczyną dla której deweloperzy, zdając sobie doskonale sprawę z wartości każdego cala kwadratowego powierzchni centrum, rezygnowali z wprowadzania weń funkcji publicznych na rzecz tych, handlowych.

Mimo, iż Gruen dość górnolotnie twierdził, iż zastosowany przez niego układ miał w zamierzeniu stanowić społeczną agorę, to jednak po latach pisał, iż „peryferia stały się jałową ziemią zaludnioną za dnia prawie wyłącznie przez kobiety i dzieci, ściśle rozdzieloną dochodami rodziny oraz jej społecznym, religijnym i rasowym tłem”<sup>15</sup>.

### **Jon Jerde – *Horton Plaza, San Diego, Kalifornia, 1982-1985***

Twórczość Jona Jerde stanowi, paradoksalnie, zarówno kontynuację, jak i zaprzeczenie głównych idei Victora Gruena, które, powielone w nieprzeliczonej ilości w postaci zamkniętych centrów handlowych, określiły kanon modernistycznego mallu, „który rozlał się na całe Stany Zjednoczone w latach 1960 – 1980”<sup>16</sup>. Osiągnięcie szczególnej pozycji zawodowej przez tego wybitnie uzdolnionego architekta, którego Margaret Crawford określiła, podobnie jak Victora Gruena, jako „gigantyczną figurę”, było możliwe dzięki szeregowi okoliczności zewnętrznych w które potrafił się on umiejętnie wpisać swe koncepcje i działania.

Konsekwencje materializacji idei Gruena były wielorakie. Spośród wielu z nich autor pragnie wymienić, w ogromnym skrócie, kilka. Pierwszą z nich stanowiła implementacja w krajobraz amerykański, pozbawionych jakiegokolwiek kontekstu i otoczonych monstrualnymi parkingami, tysięcy *fortec bez okien*, który wraz z wyparciem ruchu pieszego i komunikacji publicznej uległ wskutek tego olbrzymim przekształceniom. Drugą i trzecią stanowiły z kolei, powiązane ze sobą: wytworzenie rygorystycznego systemu projektowania tego rodzaju, nastawionych na maksymalizację zysku obiektów oraz, jako efekt tej pierwszej – określenie roli architekta jako wyłącznie jednego z wielu specjalistów wśród, między innymi, analityków finansowych, ekonomistów, specjalistów do spraw sprzedaży, nie wspominając już o przedstawicielach innych branż.

Kryzys ekonomiczny lat siedemdziesiątych wymusił w USA rekonfigurację uprzednio wzajemnie zbieżnego systemu masowej produkcji i konsumpcji, będącego „paradygmatem regionalnego mallu”. Rozszczepił on, z jednej strony, dotychczas powiązane ze sobą struktury „zatrudnienia, przychodów i wydatków”, powodując wytworzenie nierównomiernego rozwoju ekonomicznego oraz stref biedy

<sup>12</sup> Ibidem, Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. (dostęp: 31.04.2010). Tłum. autora.

<sup>13</sup> M. Crawford, *The Architect and the Mall w: You Are Here – The Jerde Partnership International*, London 1999, 46. Tłum. autora.

<sup>14</sup> A. Baldauf, op. cit., Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. (dostęp: 31.04.2010). Tłum. autora.

<sup>15</sup> V. Gruen, L. Smith, *Shopping Towns USA – The Planning of Shopping Centres*, New York 1960, 21 [za:] A. Baldauf, op. cit., Copyright: *L'Homme, Eurozine, Mute*. (dostęp: 31.04.2010).

<sup>16</sup> M. Crawford, op. cit., 45. Tłum. autora.

i bogactwa, z drugiej natomiast – spowodował powstanie znacznie bardziej elastycznych cykli produkcji, które musiały reagować na szybko zmieniające się gusty i potrzeby konsumentów. Jednym z efektów tej złożonej sytuacji było ryzyko nieprzystawalności Gruenowskich centrów handlowych do ciągle zmieniającego się uwzorowania rynku, co mogłoby obniżyć wysoką i stabilną, jak do tej pory, strukturę zysków właścicieli sieci sprzedaży<sup>17</sup>.

Jedną z idei wykoncypowanych przez deweloperów w owym okresie stanowił „powrót do miasta”, poprzedzony wczesną fazą postmodernizmu lat sześćdziesiątych, którego przedstawiciele, tacy jak Charles Moore, Robert Venturi czy Steven Izenour, zwracali się ku kontekstom masowego gustu i historycznemu, nobiletując, między innymi kicz.

Sytuacja zarysowana powyżej stanowi kontekst w którym Jon Jerde, bliski kolega Charlesa Moore, dzięki propozycji Ernsta Hahna, projektuje w 1977 swe sztandarowe dzieło – Horton Plaza w odegradowanym wówczas centrum San Diego w Kalifornii. Ten olbrzymi mall, na który składa się klasyczny program regionalnego centrum handlowego – cztery domy towarowe, sto pięćdziesiąt sklepów, kino-teatry oraz hotel zostaje zaprojektowany w zupełnie nowej formie.

Jako, że miał on zostać wzniesiony w śródmieściu i stanowić atrakcję turystyczną, nie jest już zamkniętą zadana strukturą, operuje złożonymi przestrzeniami, stanowiąc „złożony asamblage elementów architektonicznych zorganizowany wzdłuż diagonalnego kręgosłupa komunikacji, który przecina złożone z sześciu bloków miejsce”. Jerde zaprojektował bardzo skomplikowane, zachodzące na siebie serie przestrzeni, wykoncypowane przez niego jako zdarzenia, wykorzystując, między innymi, elementy geometrii barokowej i manierystycznej, takie jak „przekątne, spirale, kontrasty skali”, uwidoczniające jego fascynację historyczną architekturą europejską.

Czytelność układów proponowanych przez Gruena znajduje swą antytezę w projekcie *Horton Plaza*, który uwidocznia fascynację jego autora geografiami historycznych włoskich miast. Zastosowanie systemu schodów, ramp oraz kładek oraz osiągnięte dzięki nim zmiany poziomu umożliwiają różne wglądy perspektywiczne w przestrzenie, do których należą otoczone arkadami place. Pawilony, których archetypami są „(...) pałac, wieża i katedra wystają wśród tych przestrzeni, tworząc zakręty i zakamarki”, dopełnione „orgią kolorów” – systemem kolorystycznym zaprojektowanym przez Deborah Sussman i pokrywającym „każdą dostępną powierzchnię”. *Horton Plaza* wyznacza nowy etap w projektowaniu śródmiejskich centrów handlowych. Całość stanowi przestrzenny spektakl stymulujący, to co jest istotą *Horton Plaza*, podobnie jak Gruenowskich centrów handlowych, a mianowicie – kupowanie.

O ile projekt Jona Jerde wyznacza nowy etap w projektowaniu centrów handlowych w stosunku do tych, których pierwowzór stanowią projekty Victora Gruena, to jednak w pracach obu tych autorów odnajdziemy to, co stanowi ich wspólną podstawę. Jest nią szczególna zdolność obu twórców, której istota polega na godzeniu ścisłych – a przez to – konserwatywnych rygorów programowych, narzucanych przez deweloperów w celu osiągnięcia jak najwyższych zysków z umiejętnością „reżyserowania zbiorową przyjemnością”<sup>18</sup>.

## BIBLIOGRAFIA

- [1] Baldauf, A., *Shopping Town USA: Victor Gruen, the Cold War, and the Shopping Mall*. Źródło: <http://www.eurozine.com/journals/lhomme.html> Copyright: L'Homme, Eurozine, Mute. Dostęp: 31.04.2010.
- [2] Crawford, M., *The Architect and the Mall* [w:] *You Are Here – The Jerde Partnership International*, London 1999.
- [3] Gladwell, M., *The Terazzo Jungle*, *The New Yorker*, Annals of Commerce, March 15, 2004, [http://www.newyorker.com/archive/2004/03/15/040315fa\\_fact1](http://www.newyorker.com/archive/2004/03/15/040315fa_fact1). (dostęp: 1. 03. 2010).
- [5] Gruen, V., Smith, L., *Shopping Centres, the New Building Type*, *Progressive Architecture*, 33 (6/1952).
- [6] Gruen, V., Smith, L., *Shopping Towns USA – The Planning of Shopping Centres*, New York 1960.
- [7] Hardwick, M. J., *Creative Destruction. Victor Gruen and the Shopping Mall's Past and Future*, *Docomomo* N°31, September 2004.

---

<sup>17</sup> *Ibidem*, s. 49. Tłum. autora.

<sup>18</sup> *Ibidem*, s. 45-50. Tłum. autora.