

Kwartalnik Łódzki

BIULETYN ŁÓDZKIEJ OKRĘGOWEJ IZBY INŻYNIERÓW BUDOWNICTWA

ISSN 1732-1328

nr III/2013 (40)



W numerze:



Jak chronić
zabytki?

oraz:

- Zamówienia publiczne
- Katastrofa budowlana masztu
- Szaleństwo... czy metoda?

Szaleństwo... czy metoda?

W wielu miastach, również w Łodzi, rozpoczęła się i nabiera rozpędu dyskusja dotycząca zawłaszczania przestrzeni publicznej przez totalną inwazję reklam. Wieszane gęsto i bezmyślnie szpecą i przytłaczają, wołając o odpowiednie regulacje prawne i poszanowanie estetycznych reguł gry.

Co ciekawe, problem ten pojawił się w Łodzi już prawie sto lat temu. Stanisław Borawski opisując w artykule zamieszczonym w wydawnictwie „Giewont” w 1928 roku „nowoczesną Łódź” zanotował: *Na wprost jezdni i anemicznego trawnika „od Niemców”, pomiędzy ulicami Aleksandryjską (obecnie Bojowników Getta Warszawskiego) i Jakóba (Jakuba) – biegnie sznur jedno i dwupiętrowych kamienic. Tynk poraniony i w nieludzki sposób poobtlukany. Ściany brudne, zakopcone i często gnijące, ozdobione przytem szyldami, na których lew pożera stopy mydła, a młoda gąska kąpie się w purpurze.*¹

Czy coś się od tamtego czasu zmieniło? Jeśli chodzi o ulice i kamienice – chyba nic. Opis jest nadal aktualny. Budynki są jeszcze bardziej zniszczone i zżarte przez grzyb. Jedno natomiast co się zmieniło w sposób zasadniczy i radykalny, to właśnie liczba i jakość reklam przytwierdzonych wszędzie, gęsto, chaotycznie i bezmyślnie.

Niektóre budynki, a nawet całe pierzeje, zostały zmienione w ogromne słupy ogłoszeniowe. Idąc aleją Kościuszki w stronę alei Mickiewicza, natykamy się na taki widok: obskurny płot, ogradzający teren, na którym miał powstać hotel Hilton, chroni ogromny, zasłaniający duży fragment miasta, czytany wspaniałomy parawan reklamowy (fot. 1). Nieczytelny jako reklama, barbarzyński dla przestrzeni miejskiej i jej mieszkańców (użytkowników). Gdy go minimy, naszym oczom ukaże się ogromny słup reklamowy, jakim stał się budynek Centralu (fot. 2). Nie lepiej potraktowano sąsiednie budynki. Bardzo ciekawa, modernistyczna kamienica, na

przeciwległym narożniku tego skrzyżowania ulic, która może być wzorem do naśladowania przy uzupełnianiu braków w zabudowie, również została zamieniona w słup ogłoszeniowy.

Także łącznik Teatru Wielkiego (fot. 3) ozdobiono reklamą budowy autostrad i szybkich kolei. Znając niepewną sytuację obu tych inwestycji, na szczęście, nie okazało się to złą wróżbą dla prowadzonego i zakończonego remontu teatru.

Nie wiadomo również, jak ocenić pomysł umieszczenia ogromnej reklamy na kamienicy znajdującej się przy ul. Zachodniej (fot. 4), w bezpośrednim sąsiedztwie jednego z ładniejszych, a może najładniejszego miejsca w Łodzi – Manufaktury mieszczącej się w wybudowanej przez Izraela Poznańskiego fabryce. Z tej perspektywy, widok na zabytkowy pałac, w którym odrestaurowano elewacje, przytłoczony jest reklamą piwa zawieszoną na jednym z nielicznych w tym miejscu, w miarę dobrze zachowanych budynków. Chęć zysku, bezmyślność, czy pogarda dla otoczenia?

W 2000 r. Konrad Kucza-Kuczyński spostrzegł na łamach czasopisma „Architekt”, że *najgorsze jest ordynarne dodawanie do architektury małych znaków wolności nowego czasu, rynku i raczkującej demokracji, reklamy napastliwej i walczącej z architekturą – w imię własnej logiki akcentu i wyróżnienia. Bez dodawania, bo jej twórcy dodają tylko w ramach kont, a nie kultury. Nie reagujemy już na to zjawisko, jakbyśmy nie zauważali architektury skrytej za reklamą. Żadne cywilizowane miasto Europy nie pozwoliło sobie na takie niszczenie architektury, jakie ma miejsce w Warszawie,*



Fot. 1. Zamknięta perspektywa al. Kościuszki



Fot. 2. Budynek Centralu zamieniony w słup ogłoszeniowy



Fot. 3. Łącznik Teatru Wielkiego



Fot. 4. „Perła” w pałac

w Polsce. (Od siebie dodam, że również w Łodzi – M.G.). Spójrzmy czasem na stare zdjęcia z albumów o architekturze – albo zmusimy wyobraźnię do zdjęcia dobitnych dowodów braku zwykłego smaku i podstawowego ładu w przestrzeni. Wiem, że miasto lubi zarabiać na takim dodawaniu do architektury. Ale to pozorny zarobek wobec obniżenia cywilizacyjnego poziomu Polaków.

Odejmiemy zamiast dodawać i zobaczymy architekturę miasta w czystym obrazie. (...) Albo lepiej zasłońmy billboardami i zamalujmy do końca na biało przedwojenne elewacje, stawiając tablice: „Tu jest budynek... autorstwa architektów...” I umieszczając obok zdjęcie sprzed czasu dodawania.²

Nadzieję na poprawę sytuacji w Łodzi budzą deklaracje i działania obecnego Miejskiego Konserwatora Zabytków, który próbuje – na razie za pomocą perswazji i w obrębie ulicy Piotrkowskiej – przekonać właścicieli lokali handlowych czy użytkowych do ucywilizowania reklam promujących ich działalność.

Przedsiębiorców prowadzących na terenie miasta działalność gospodarczą nie powinno się pozbawiać możliwości reklamowania swoich usług. Niech to będzie jednak reklama mniej agresywna, pozwalająca dostrzec budynki i niepowodująca przestrzennego zamętu.

Skończmy z bezkarnym zawłaszczaniem przestrzeni publicznej. Dajmy miastu i jego mieszkańcom, a także przyjezdnym i tak bardzo wyczekiwany turystom – oby przybywali tu jak najliczniej! – szansę na lepszy odbiór architektury budynków, dostrzeżenia umieszczonych na ich elewacjach detali, a nie trzepoczących na wietrze szmat – przepraszam: banerów, wprowadzających do przestrzeni miejskiej chaos, przytłaczających ilością, krzykliwych, nakładających się na siebie kolorów i tekstów, będących w wielu przypadkach tak naprawdę antyreklamą.

Mariusz Gaworczyk

¹ S. Borawski, *Piękno Łodzi*, „Giewont” 1928.

² K. Kucza-Kuczyński, *O dodawaniu*, „Architekt”, nr 3/2000, s. 10.

ZAPRASZAMY
NA ORGANIZOWANE PRZEZ ŁÓDZKĄ OIIB

SZKOLENIE

PRAWO AUTORSKIE A TWÓRCZOŚĆ PROJEKTOWA

które odbędzie się 23 listopada br. w godz. 10.00-16.00 w siedzibie ŁOIIB.

Szkolenie poprowadzi wybitny specjalista w tej dziedzinie

RAFAŁ GOLAT – radca prawny, zatrudniony w Biurze Obsługi Prawnej Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, autor licznych publikacji książkowych (m.in. *Prawo autorskie w pytanjach i odpowiedziach. Działalność projektowa w budownictwie*) i prasowych (m.in. w „Inżynierze Budownictwa”) na tematy związane z prawem własności intelektualnej (w tym prawa autorskiego i praw pokrewnych, w szczególności z zakresu działalności projektowej), cywilnym, gospodarczym i podatkowym.