

O TYM CO MNIE BOLI

Mam wrażenie, że w Łodzi Władze Miasta nie wiedzą dokąd zmierzają. Mam na myśli politykę przestrzenną, planowanie lub inaczej mówiąc urbanistykę. Zaryzykuję nawet twierdzenie, że nie wiedzą jeszcze do końca, czemu te instrumenty służą. Aby zobrazować moją śmiałą teorię, posłużę się przykładami.

Oficjalnie i w praktyce miastu zależy na inwestycjach. Inwestycje niosą ze sobą nowe miejsca pracy, przychody dla mieszkańców i przychody dla miasta. Mieszkańcy wydają pieniądze w sklepach, restauracjach, u fryzjera itp. co kreuje nowe miejsca pracy, przychody dla mieszkańców i tak w kółko. Miasto zarobione pieniądze inwestuje w infrastrukturę i poprawę jakości życia mieszkańców, a także dzięki powyższym działaniom staje się bardziej atrakcyjne dla inwestorów i tak w kółko.

Po prostu perpetuum mobile. Ale zacznijmy od początku. Załóżmy, że inwestor (obojętne polski czy zagraniczny) wybrał Polskę. Ma do wyboru różne miasta. Dlaczego ma inwestować akurat w Łodzi. Są już powody dla których można taką decyzję podjąć, np. duża ilość studentów, położenie w centrum kraju itd. Przedsiębiorca idzie do UMŁ, żeby dowiedzieć się gdzie może powstać jego inwestycja. I teraz właśnie przydałby się plan miejscowy, ale go nie ma. Kłopotliwa sytuacja. Trzeba znaleźć cokolwiek byle szybko. Mam na myśli teren. Akcja trwa. Inwestor może się zdenerwować.

Ten etap mamy już za sobą, Miasto już wie że trzeba być przygotowanym na taką ewentualność i jakiś czas temu zarządzono, żeby odpowiednie wydziały wyznaczały takie tereny. Przypominam że planu nie ma, a wyszukiwanie odpowiedniego terenu to akcja w złym tego słowa znaczeniu.

Pojawia się mapa Łodzi z zaznaczonymi obszarami, zamalowanymi na kolor fioletowy (fiolet oznacza przemysł). Są to tereny poprzemysłowe, gdzie zakłady padły, a ich lata świetności przypadały na lata 70. I bardzo dobrze, że padły bo były zlokalizowane w centrum, bądź blisko centrum, a w pobliżu z reguły mieszkają ludzie. Ale jeśli nie ma Planu Miejscowego, to trzeba wydać warunki zabudowy, a wtedy konieczne jest tak zwane „dobre sąsiedztwo”, czyli funkcja przemysłowa.

Skutki są takie, że te tereny są zbyt drogie na lokalizację dużych inwestycji przemysłowych, a jednocześnie traci się szansę na rekułtywację tych obszarów, które dziś straszą brzydotą i bałaganem.

To co opisałem powyżej to historia i dziś mam nadzieję jest już inaczej, ale planów nadal nie ma. Nie namawiam do pośpiechu, bo jak uczy doświadczenie znowu będzie nie przemysłanina „Akcja”.

Drugi przykład. Uczestniczyłem w spotkaniu najemców lokali użytkowych znajdujących się przy ulicy Piotrkowskiej. Imprezę organizował UMŁ. Prezentowano na niej nowe rozwiązania dotyczące reklam, które dzisiaj mają formę stojaków (kozyłków) i informują przechodniów o tym, co mogą znaleźć w podwórku. Od razu było widać, że proponowane rozwiązania były przygotowane w pośpiechu. Nie spełniały podstawowych przepisów bezpieczeństwa, nie mówiąc już o innych wadach. Wiele reklam znajduje się na elewacjach kamienic. Ich forma i rozmieszczenie jest chaotyczne. Wydaje się, że wolnostojące elementy reklamowe są dobrym rozwiązaniem bo nie niszczą elewacji i są łatwe do przestawienia. Dodatkowo miasto może pobierać za nie opłaty. Należałoby zatem nie tyle walczyć z „kozyłkami”, co zadbać o ich formę oraz wyznaczyć miejsca, w których

mogą stać. Dodatkowo powinno się opracować sposób umieszczania reklam i informacji o prowadzonej działalności na budynkach. Tradycyjnie wykorzystywano do tego celu ściany w prześwitach bramowych. Gdzieś tam można jeszcze zobaczyć gabloty z butami czy czapkami.

Aby móc stworzyć zasady, o których piszę powyżej trzeba dokonać szczegółowej analizy każdej posesji. Da się, jak sądzę, znaleźć wspólne cechy dla większości kamienic i kilku obiektów specjalnych. Nie należy zapominać, że problem reklam nie jest problemem, który objawił się dzisiaj. W przeszłości, gdy Łódź była świeżo wybudowana jakoś to funkcjonowało, też o tym myślano. Korzystajmy z tego, co wymyślili nasi poprzednicy, żeby nie odkrywać Ameryki na nowo.

30.01.2009