

WARSZAWA W BUDOWIE 4: MIASTO NA SPRZEDAŻ

Reklama zewnętrzna w przestrzeni publicznej Warszawy od XIX wieku do dziś.

12 października – 9 grudnia 2012

inauguracja festiwalu: 12 października (piątek), godz. 19.00

miejsce: Emilia, ul. Emilii Plater 51

kurator: Tomasz Fudala



Żywiotowe i zaplanowane. Wygląd warszawskich ulic w XX wieku

autor: Błażej Brzostek

Żywiot wolnego rynku, który ogarnął Polskę lat pięćdziesiątych XX w., stworzył nowe pejzaże miejskie i przydrożne. Dla jednych były one krzepiącym dowodem aktywności gospodarczej dla innych – objawem upadku estetycznego. Pstrokate szyldy i budki ożywiały zdegradowany krajobraz, odziedziczony po PRL. Degradacja przesłaniała osiągnięcia estetyczne minionej epoki – tak skutecznie, że rozstawano się z nimi bez żalu. Gorsza moneta wypierała lepszą. Zrywano zaniedbane, lecz wykonane ze szlachetnych materiałów okładziny czy posadzki, zastępując je błyszczącymi, a pospolitymi formami z katalogu. Czas przeszły nie jest tu zresztą właściwy: dzieje się tak nadal. Jednocześnie dzięki napływowi kapitału oraz inwestycjom państwowym i samorządowym na przełomie stuleci powstały godne uwagi dzieła architektury i fragmenty miast. Nie wyznaczają one jednak, jak dotąd, standard przestrzeni publicznej. Narasta krytyka chaosu przestrzennego w Polsce. Piszemy o „wrzasku w przestrzeni”, o agresywnej reklamie, o braku dobrych ram prawnych i niedostatkach egzekwowania przepisów. Zarazem pojawiają się grupy entuzjastów starych neonów czy mozaik ściennych, którym grozi zniknięcie. To raczej objaw poszukiwania ciągłości kulturowej, niż moda na PRL. To również oznaka zainteresowania późnym modernizmem, odkrywanym po dziesięcioleciach zgodnie ze znaną logiką sinusoidy. Pokolenie wnuków przywraca do łask osiągnięcia dziadków: w ten sposób kiedyś doceniono secesję, uważaną przez kilkadziesiąt lat za symbol upadku sztuki. Gusta się zmieniają, lecz niezmienna pozostaje krytyka chaosu przestrzennego w Warszawie.

Przed stu laty Warszawa mieściła się w dziesiątce największych miast Europy. Nie była jednak stolicą, znajdowała się daleko za pokazowymi metropoliami belle époque. Od 1837 r., zdegradowana do roli ośrodka guberni mazowieckiej, pozbawiona autonomicznych instytucji, podlegała administracji petersburskiej. Rozwijała się dynamicznie, lecz w ciasnych ramach systemu fortyfikacji, cierpiąc z braku skutecznego planowania. Architekci uznali, na sympozjum w 1917 r., już pod okupacją niemiecką, że jest naznaczona przez „nieład i bezmyślność” i zbudowana w czasach, w których „społeczeństwo było pozbawione możliwości stanowienia o sobie i gdy zanikła w czynie zewnętrznym wszelka idea, gdy jedynym bodźcem był wyłącznie osobisty interes jednostki”.

Rywalizacja tych poszczególnych interesów rodziła chaotyczną za budowę. Wysokie kamienice wysunęły się ponad niskie domki, eksponując ściany szczytowe, służące w najlepszym wypadku jako miejsce na reklamy. Chaos przestrzenny dotyczył nie tylko architektury.

W bibliotece Szkoły Głównej Handlowej znajduje się pięknie kaligrafowana praca dyplomowa Mariana Kumalskiego z 1916 r., poświęcona warszawskim szyldom i witrynom. Autor nie cenił przedmiotu swych badań wysoko. Jak stwierdził, 95% szyldów wykonane było z blachy, prezentując na ogół „ten najniższy, prostacki typ” wywieszki malowanej farbą. Umieszczano na niej napis lub rysunek wyobrażający gorsety, kapelusze, jaja, sery czy syfony. W dzielnicy żydowskiej spotykało się całe malowidła, „krowy na łące, rzeźnik kręcący maszynką do krajania mięsa, chińczyk z głową cukru i herbatą” itp. Wystawy były przeładowane: kupcy chcieli pokazać wszystko, co mieli do zaoferowania. Niektórzy wystawiali – niczym stary subiekt z „Lalki” – ruchome figurki, ale Kumalski stwierdził, że „środkami te gromadzą raczej gawieź, niż poważną publiczność”. Ulica nosiła pstrokaty kostium, którego krzykliwe barwy łagodzone bywały tylko „wiekiem i kurzem” .

Dziś podobają się tamte widoki, utrwalone na zdjęciach. Epoka ma swoje gusta. Nie zmieniło się jedno: przestrzeń publiczna wymyka się porządkowaniu. Podobnie działo się w Warszawie międzywojennej. Chaos wynikał nie tylko z braku regulacji, lecz także środków. Eleganckie ulice centralne miały znakomite wystawy, lecz wygląd większości witryn zależał od właścicieli, których rzadko było stać na usługi dekoratorów. Aranżowali swoje sklepy, jak umieli. Narzekano na wygląd parterów w śródmieściu: fasady były ciemne, odrapane, a „rozpięte na zardzewiałych, żelaznych, ordynarnych prętach” markizy nadały sklepom wygląd „straganów z Żelaznej Bramy” – pisano w Kurjerze Warszawskim w 1930 r. Od końca lat dwudziestych próbowano administracyjnie narzucać formy i materiały – szkło, metal lub kamień. Nie dawało to zadowalających efektów, choć na głównych ulicach pojawiły się akcenty w postaci solidnych szyldów o metalowych, z dbałością wykrojonych literach. Równocześnie asfaltowano jezdnie i podwórka, starano się przewietrzyć śródmieście poprzez usuwanie ogrodzeń i drobne wyburzenia. Na większe ingerencje brakowało środków. Stolica zachowywała klimat ciasnego miasta gubernialnego o chaotycznej zabudowie. Na północy rozrastał się jednak Żoliborz, planowany wedle modernistycznych wyobrażeń, z szerokimi ulicami, trawnikami, basenami dla dzieci na dziedzińcach kolonii mieszkaniowych. Stanie się on po zniszczeniu miasta inspiracją dla pierwszych planów odbudowy.

Wśród ruin Warszawy sama przestrzeń publiczna to zjawisko wątpliwe. Szybko uprzątnięto chodniki, a na parterach zakładano sklepy i bary, niekiedy efektownie urządzone. Dobrzy warszawscy plastycy szukali zarobku, projektując wnętrza i wystawy. W 1948 r. Aleksander Janta-Pończyński pisał, że gdy idzie warszawską ulicą i rondo kapelusza zasłania mu kikuty ruin, ulega złudzeniu normalnego ruchu, handlu, życia . Odradzało się ono spontanicznie. Czy jednak przypominać miało przedwojenne? Propagandystka nowych władz,

Wanda Odolska, odpowiadała przecząco: „Różowa, połyskująca neonami dancinów ‘Warszawka’, do której ściągali w karnawale krewni z prowincji, [...] wulgaryzowana w jazzowych staccatach na lustrzanych parkietach, jeżdżąca wściekłymi taksówkami ‘na piwko’ i ‘na wiedeński sznycel’ – spłonęła bez śladu”. „Bitwa o handel”, prowadzona od 1947 r., niszczyła przedsiębiorczość prywatną. Usuwano też resztki kamienic, w których gnieździły się sklepiki z krzyżącymi szyldami. Nowe plany urbanistyczne zakładały rozwój tylko działalności „uspołecznionej”: państwowych i spółdzielczych sieci handlu i usług.

Nowy projekt gospodarczy i społeczny zakładał systematyzację przestrzeni publicznej. Zapewne nigdy dotąd nie ujmowano życia miejskiego w tak sztywne ramy. Dla wielu architektów i plastyków była to dobra wiadomość: szansa na opanowanie raz na zawsze przestrzennego rozgardiaszu. Projektowano nowe miasto o poszerzonych ulicach i odgórnie określonych funkcjach dzielnic. Centrale handlowe posługiwały się jednolitymi wzorami oprawy plastycznej lokali. Dbano, by nie odrodziła się „różowa i połyskująca” Warszawa. Wywieszki z nazwami umieszczano za szybami wystaw, aby sterzące szyldy nie zakłócały harmonii socrealistycznych fasad. Nazw zresztą właściwie nie było; sklepy i bary ponumerowano. Przechodnie czytali na wywieszkach nazwę sieci handlowej i przedsiębiorstwa oraz numer: Związek Spółdzielni Spożywców / Przedsiębiorstwo Obrotu Warzywami i Owocami / Sklep nr 29.

Wystawy sklepów reprezentacyjnych – wzorcowych – bywały starannie projektowane przez dekoratorów, którzy musieli jednak płacić trybut polityce oraz uwzględniać niedobory rynkowe (kładli na wystawach drewniane atrapy serów czy owoców). Umieszczali wykresy obrazujące sukcesy planu sześcioletniego albo takie kompozycje, jak „data 22 lipca ułożona ze słoików od musztardy, makieta Pałacu Kultury ze smalcu lub orzeł biały z chustek do nosa i kalesonów”. Na ogół jednak wystawą nie interesował się ani kierownik sklepu, ani klienci. Braki zaopatrzeniowe stały się codziennością epoki planu sześcioletniego i oznaczały degradację parterów handlowych. To nie witryny informowały, co i gdzie „rzucili” – wieści rozchodziły się wśród ludzi. Czekających w kolejkach pytano, „za czym” stoją i co tam „dają”. Okazało się, że chaos przekrzykujących się reklam ustąpił nieprzyjaznemu ładowi, monotonii okien zasłoniętych kratami, niezaaranżowanych, eksponujących zakurzone paprotki.

Odwilż polityczna połowy lat pięćdziesiątych objęła również handel, który starano się odgórnie reformować. Odpowiednie ministerstwo zarządziło jesienią 1955 r., że handel ma „przyczynić się do urozmaicenia wyglądu ulic miast i podniesienia ich poziomu estetycznego”. Pojawić się miały okazałe szyldy na szkle lub metalu, podświetlane lub neonowe. Montowane od początku 1956 r., wskazywały branże – odzież, owoce i warzywa, mięso – a nie przynależność organizacyjną. Mnożyły się nazwy własne kawiarni i sklepów. Plastycy starali się ożywić wnętrza poprzez abstrakcyjne, geometryczne kompozycje. Zakładano barwne markizy, urządzano ogródki kawiarniane. Planowano „neonizację” śródmieścia. Zmiany te, dla mieszkańców znaczące, nie mogły

wpłynąć zasadniczo na wrażenia przybyszów. Francuski dziennikarz ocenił jesienią 1957 r., że Nowy Świat i inne ulice są szare, cechuje je „jednostajność wystaw i całkowity brak efektów reklamowych, neonów i świateł. Nic nie uderza i nie zaskakuje. Trzeba niemalże wsadzać głowę do wnętrza, żeby się dowiedzieć, czy to sklep spożywczy, czy może zakład fryzjerski”. Bywało jednak, że brak reklam i monotonia ulic podobały się przyjezdnym ze świata rządzonego przez rywalizację rynkową. Zaś turyści ze Związku Radzieckiego skłonni byli podziwiać życie kawiarniane Warszawy i różnorodność jej oferty handlowej.

Różnorodność ta zwiększała się dzięki ustępstwom na rzecz handlu prywatnego. Anarchiczne szyldy, gablotki i tabliczki znaczyły ulicę Chmielną i inne przecznice Marszałkowskiej, przy której pojawił się także ciąg pawilonów prywatnej inicjatywy. Bramy kamienic pokryły się szyldzikami „artystycznych cerowni”, punktów naprawy piór i ostrzenia brzytw, wyrobu parasoli i rękawiczek. Niektórzy rzemieślnicy chwalili się tradycjami przedwojennymi, a komisje eksponowały na swoich ciasnych wystawach atrakcyjne i drogie towary pochodzenia zagranicznego. Pod koniec lat pięćdziesiątych władze miejskie starały się okiełznać różnorodność prywatnych wystaw i szyldów, wprowadzono jednolite wzory o dobrym liternictwie (możemy je obejrzeć w filmie Andrzeja Wajdy „Niewinni czarodzieje”). Lata sześćdziesiąte przyniosły powrót do represyjnej polityki wobec „prywaciarzy”, lecz sklepiki i warsztaty wciąż prosperowały w centrum Warszawy.

Handel „uspołeczniony” starał się tymczasem przyswoić wzory komercyjnej kultury Zachodu. Organizowano wyjazdy szkoleniowe i publikowano poradniki. Pojawiać się zaczęły na ulicach reklamy w postaci balonu w kształcie butelki „z sokiem chińskim” lub drewnianego wiatraka pod Pałacem Kultury, zachęcającego do zakupów w Delikatesach. Człowiek przebrany za kucharza reklamował restaurację, inny wyobrażał miał zegarek radziecki Pobjeda. Hasła reklamowe malowano na chodnikach i wykrzykiwano z głośników. Organizowano ankiety wśród przechodniów, na ulice wystawiano kramy, a nawet wypuszczano modelki. Pierwszy „spacerowy” pokaz mody odbył się w Alejach Ujazdowskich w 1961 r., cztery lata później korowody modelek chodziły z hasłem „Halo, już wiosna w CDT”, a w 1967 r. dziewczęta w kostiumach kąpielowych rozdawały na Nowym Świecie cukierki. Takie akcje nie wpływały, oczywiście, na codzienną atmosferę miasta. Znacznie większe znaczenie miała jego postępująca „neonizacja”.

W pierwszej połowie lat pięćdziesiątych nad Warszawą błyszczało tylko kilka neonów. Największy z nich głosił, że „Młodzież czyta Sztandar Młodych”. W latach odwilży pojawił się wielobarwny globus nad biurami Orbisu w Alejach Jerozolimskich, zamówiono w NRD ogromny neon na ścianę sąsiedniego Centralnego Domu Towarowego. Na tejże ulicy rozkwitać zaczęły wspaniałe neony przełomu lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych. W tle postępową zabudowa miasta w duchu modernizmu, który świadczyć miał o sprzężeniu Polski z europejską nowoczesnością. Tworzono przeszklone pawilony handlowe i skomplikowane instalacje neonowe, sklepy spożywcze urządzano

na wzór zachodnich supermarketów. Przestrzeń publiczna wciąż rozbudowującej się Warszawy służyła większości jej mieszkańców za podstawę wyobrażeń o nowoczesnym życiu. Były one niezbyt często konfrontowane z własnymi doświadczeniami podróży zagranicznych, częściej z obrazem „wielkiego świata”. Surowy krytyk swoich współczesnych, Andrzej Kijowski, wykpiwał marzenia o Polsce „normalnej”, to znaczy bogatej, odwołujące się „do dziecinnych przekonań o tym, że świat dorosłych jest doskonały i bogaty; mamy ten stosunek do Zachodu – Zachód jest aktualizacją infantylnych stanów zachwycenia. [...] Zamiłowanie do neonów, kolorowych etykietek, ubrań i butów z ozdobnymi metkami. Zamiłowania te nie mogły się rozwijać na miarę oczekiwań. W gospodarce PRL trudne okazywało się ułożenie gładkiego chodnika, utrzymanie działającego neonu, utrzymanie czystości wnętrza sklepowego. Niewydolny system wszedł w drugiej połowie lat siedemdziesiątych w spiralę kryzysu. Budowano wciąż dużo: nie tylko wielkopłytkowe osiedla, lecz także prestiżowe hotele i biurowce z najlepszych materiałów, opierając się na nowoczesnych technologiach, zgodnie z wzorami późnego modernizmu czy tzw. drugiej estetyki maszyny. Inauguracji z wieżowca Intraco czy imponującej księgarni Universus towarzyszyły już jednak objawy zapaści gospodarczej.

W 1981 r. ulicami miast polskich szły „marsze głodowe”. Upadek gospodarczy lat osiemdziesiątych oznaczał fiasko „bitwy o handel”: na ulicach mnożyły się przyczepy turystyczne z zapiekankami, furgonetki z warzywami. Ofiarą braku konserwacji padły fasady i jezdnie. Pod szczerbatymi neonami trwały senne sklepy państwowe, dla których konkurencją stawał się handel bazarowy i chodnikowy. Zasadnicza liberalizacja gospodarki, zapoczątkowana w 1988 r., spowodowała rozkwit tych form przedsiębiorczości. Pstrokaczna raczkującego biznesu pokryła ulice i osiedla, projektowane niegdyś jako klarowne kompozycje urbanistyczne. Niestety, ich wartość estetyczna zatarła się, zanim jeszcze wykształciły się normy estetyczne nowych czasów. Warszawa znalazła się w – fascynującym skądinąd – okresie przejściowym. Czy dobiegł on kresu?

1 Piotr Sarzyński, *Wrzask w przestrzeni. Dlaczego w Polsce jest tak brzydko?*, Warszawa 2012.

2 *O architekturze Warszawy. Zbiorowy odczyt wygłoszony dnia 16 marca 1917 roku w Stowarzyszeniu Techników w Warszawie*, Warszawa [1918], strona 7–10.

3 Marian Kumalski, *Szyldy i okna wystawowe w Warszawie*, praca dyplomowa napisana pod kierunkiem dr. K. Iłskiego, Szkoła Główna Handlowa, 1916.

4 Aleksander Janta, *Wracam z Polski 1948*, Paryż 1949, strona 11 i nast.

5 Wanda Odolska, *Felietony*, Warszawa 1955, strona 15.

6 *Świat* 20 XI 1955, strona 12 i nast.

7 K. S. Karol, *Visa pour la Pologne*, Paris 1958, strona 209.

8 Andrzej Kijowski, *Dziennik 1955–1969*, Kraków 1998, strona 192 i nast. (zapis z 12 IX 1963).