

Łódź reklamowana

Czy miasto jest dla wszystkich? Czy dlatego zbudowano taki olbrzymi dworzec? Czy mieszkańcy zasługują na władzę, jaką wybrali? Co oznacza 70% poparcia? Czy demokracja polega na manipulowaniu wyborcami? Jak i czy głosowali menele? Czy coś im obiecywano? Czy są potrzebni społeczeństwu i gdzie się podzięją, wyrzuceni z centrum? Dlaczego rewitalizacja bywa martwa? Czy Nowe Centrum jest z boku? Czy mamy problem z naszym orientarium? Czy prostackie określenie „Pietryna” pasuje do prostackich rzeźb na Piotrkowskiej? Czy fabrykanci przy „Magdzie” nie wyglądają jak dziady? Czy melonik czyni z faceta dżentelmena? Łodzermensze czy łodzermenele?

Stawiając takie pytania, jestem jak belfer, ten, kto próbuje na nie odpowiadać, jest niczym uczeń. Zadawanie pytań bez odpowiedzi to głos wołającego na puszczy czy wymądrzanie się? Kto chce słuchać niewygodnych pytań? Może jednoznacznych odpowiedzi nie ma?

Legendarny Linda na legendarnej Włókienniczej podczas kręcenia filmu legendarnego reżysera o legendarnym artyście stał się słownie z legendarnymi menelami, co stało się legendarne. Dziś są tam wykopy i Lindzie nie miałyby kto odszczeknąć. Dla wielu drzazgą, zakałą i piętą Achillesową Łodzi są żule. Straszni mieszczańscy uważają, że należy ich wysiedlić, by mityczne centrum odzyskało tzw. blask. Miasto dla wszystkich z wyjątkiem meneli? Jest w tym pogarda i niezrozumienie, czym jest miasto. Kto rano zasiedli ławeczki na głównej ulicy i murki na placach? Pan doktor z panem mecenasem siadają na pogawędkę o pogodzie? Syci śniadaniem panowie jadą do dobrze opłacanych prac dużymi autami – nie dają chodnikom i skwerom życia. „Rewitalizacja” przez menela kosztuje 5 zł, nie miliony, jak w przypadku prób na śródmiejskich kwartałach. Słowo to zatacza tak szeroki, bezrefleksyjny krąg, że może dojść do masowych zmartwychwstań. Ogłoszono już nawet przetarg na rewitalizację cmentarza. Łódź nie przeżyła bombardowania w czasie wojny, teraz przeżywa swoiste bombardowanie miłością do siebie, wielością przyszłych inwestycji, kolorowymi obietnicami. Ziemia Obiecana jako Ziemia Promowana, Powierzchnia Reklamowa. Czy miasto jest dla urzędników decydujących, która firma wygra przetarg na realizację inwestycji? Dla budowlanców rozkopujących ulice i wystawiających urzędowi faktury? Dla taksówkarzy? Dla deweloperów wycinających drzewa i betonujących każdy kawałek tej ziemi? Dla kiboli?

Krzysztof Golec-Piotrowski

Dalszy ciąg artykułu można przeczytać w styczniowym „Kalejdoskopie” – do kupienia w Łódzkim Domu Kultury, punktach Ruchu S.A., Kolportera, Garmond-Press i salonach empik. A także w prenumeracie (w opcji darmowa dostawa do wybranego kiosku Ruchu):
https://prenumerata.ruch.com.pl/prenumerata-kalejdoskop-magazyn-kulturalny-lodzi-i-wojewodztwa-lodzkiego?fbclid=IwAR0CJwQi1fl7y-1av7GdZlwB82ZmKdxZmMSef9uNO1G6RKt-b4HEX_KIB8o

Możecie też słuchać naszych najlepszych tekstów w interpretacjach aktorów scen łódzkich, z Łodzią i regionem związanych:

<https://soundcloud.com/user-673739052>