

Magdalena Kowalczyk

# ESTETYCZNY przedsiębiorca

od kuchni, czyli jak to się zaczęło...

Luty 2012 r. – czwarty warsztat z naszego cyklu. Po raz kolejny pokazywaliśmy historię i przemiany reklamy w przestrzeni miejskiej, przykłady godne naśladowania, a także te, które nie są tego warte. Po raz kolejny uczestnicy warsztatów wymyślali swój biznes, rysowali, malowali, pytali, zastanawiali się i konsultowali ze sobą. A my przypatrywaliśmy się, pomagaliśmy, szukaliśmy odpowiedzi na pytania małych studentów i dbaliśmy o to, by te zajęcia były dla nich połączeniem wiedzy i praktyki.

Ale od początku... Uniwersytet Łódzki Dla Dzieci (UŁDD) to inicjatywa, której celem jest upowszechnianie nauki w sposób najbardziej przystępny i zachęcający do niej młodego studenta, czyli poprzez połączenie wiedzy z zabawą. Jedną z członkiń naszego Koła wspomagała jako wolontariuszka działania UŁDD w jego ubiegłorocznej, pierwszej edycji i to ona zaraziła nas myślą o tym, że SKN SPATIUM może przeprowadzić w ramach tej inicjatywy warsztat, a któryś z obszarów naszych zainteresowań jako koła naukowego z pewnością mógłby stać się tematem zajęć z dziećmi. Pytanie „który”?

Na początku czerwca dostaliśmy informację, że należy stanąć do konkursu na tematykę warsztatu. No i wtedy zaczęła się burza mózgów. Czas naglił, bo termin nadsyłania zgłoszeń mijał 17 czerwca. Głównym warunkiem, jaki

należało spełnić było to, by warsztat miał zarówno część wprowadzającą, czyli teoretyczną, jak i praktyczną. Ponadto zajęcia są prowadzone dla dwóch grup wiekowych: 7–9 oraz 10–12 lat, stąd nasze pomysły musiały zostać dostosowane do wieku młodych studentów. Początkowo wydawało się, że będziemy realizować warsztat dotyczący kwestii ekonomicznych (to byłoby dość oczywiste, z racji Wydziału, którego studentami jesteśmy), potem pojawiały się pomysły, by zrobić coś o przemianach tkanki miejskiej w Łodzi, mieście zmieniającym się, mieście rosnącym, potem o przestrzeniach publicznych i reklamach. Wtedy padła propozycja, by uczestnicy warsztatów wcielili się w przedsiębiorców, co sprawia, że powiązane są wspomniane wcześniej kwestie ekonomiczne z równie ważnym zagadnieniem estetyki w przestrzeni publicznej. Pomysł był prosty: zadaniem, stojącym przed każdym uczestnikiem warsztatu, jest wymyślenie własnego biznesu, a później stworzenie własnej witryny (czyli m.in. szyldu, logo, drzwi, okien), wybranie koloru elewacji, a także nazwy przedsięwzięcia. Na jedną kamienicę miało się składać kilka witryn, a celem było spowodowanie, by posiadacze lokali użytkowych w obrębie jednej kamienicy porozumieli się ze sobą, jeśli chodzi o spójność i estetykę.

Dopracowaliśmy nasz pomysł i wysłaliśmy zgłoszenie. Dokładnie

1 lipca otrzymaliśmy informację, że SKN SPATIUM zostało zakwalifikowane z warsztatem „Estetyczny przedsiębiorca” do drugiej edycji UŁDD. Przed grupą projektową stanęło wówczas kolejne zadanie – opracowanie szczegółowej koncepcji tego, co chcemy zrealizować w ramach zajęć z dziećmi. Jakie materiały, zarówno papiernicze, jak i elektroniczne, są potrzebne, jak chcielibyśmy przedstawić historię i rozwój reklamy wielkoformatowej oraz jej wpływ na przestrzeń miejską poparty przykładami prosto z łódzkich ulic. Warto podkreślić, że nasz warsztat ze względu na poruszany temat walorów estetycznych, co w Łodzi jest sprawą szczególnie ważną, uzyskał honorowe patronaty Prezydent Miasta Łodzi Pani Hanny Zdanowskiej oraz Fundacji Ulicy Piotrkowskiej.

Po zapoznaniu się z kwestiami organizacyjnymi (terminy warsztatów, zasady na nich panujące, nasze obowiązki jako prowadzących), pozostawało jeszcze zrobienie zakupów środków papierniczych: bloków do rysowania, kredek, mazaków oraz przygotowanie szablonów, na których dzieci miały tworzyć swoje wizje witryn sklepowych. Do prezentacji tych prac postanowiliśmy wykorzystać nie jak wcześniej planowaliśmy kartonowe pudełka, mające pełnić rolę kamienic, ale wielkoformatowe wydruki z wzorami kamienic z ul. Piotrkowskiej. Mogliśmy je wykorzystać

dzięki pomocy architekta p. W. Wróblewskiego oraz uprzejmości Instytutu Architektury i Urbanistyki Politechniki Łódzkiej.

Przed nami była próba generalna, a potem pierwszy warsztat... Nie do końca wiedzieliśmy, czego mamy się spodziewać, jakie będą reakcje dzieci, czy będą zainteresowane. Jednak już po pierwszym warsztacie okazało się, że nie to jest naszym problemem... To właśnie te duże wydruki (na specjalnych siatkach, o wymiarach: 2x6 m) przedstawiające zabudowę Piotrkowskiej okazały się być trudne do zamontowania, musieliśmy się więc sporo nagłowić, by umieścić je w sali w odpowiedni, funkcjonalny sposób. Wtedy też okazało się, że w sytuacji ekstremalnej: kiedy do rozpoczęcia zajęć dla dzieci pozostaje 30 minut, a czas wcale nie płynie, a raczej biegnie jak szalony, stajemy się zgrani i coraz bardziej kreatywni. To wybawiło nas z opresji i mimo że początkowo podczas warsztatu było nieco sztywno, wszyscy szybko „rozkęcili się”. Dzieci zadawały mnóstwo pytań, nie tylko brały udział w quizie pt. „Czy znasz tę markę?”, ale także komentowały inne pokazywane zdjęcia ilustrujące rozwój wielkoformatowych reklam. Szybko minęła pierwsza obustronna nieśmiałość i wszyscy spędziliśmy efektywnie ten czas. Okazało się, że dzieci zadają mnóstwo pytań, czasem dość niespodziewanych, że mają niesamowitą pamięć





Warsztaty "Estetyczny przedsiębiorca"  
fot. Olga Zuchora



oraz skojarzenia dotyczące miejsc w mieście. Czasem przedstawiają pełen biznesplan wymyślonego przedsiębiorstwa lub opowiadają perypetie z własnego życia bądź wypytują nas, jak to jest być studentem.

Dotychczasowy bilans warsztatów to dwa zajęcia dla dzieci z młod-

szej i dwa ze starszej grupy wiekowej, trochę trudności w kwestiach technicznych, ale i ogromna satysfakcja z tego, co robimy. Jesteśmy zadowoleni, że możemy opowiedzieć o tym, jak zmieniało się jedno z mediów, jakim jest reklama oraz jak wyglądał ten proces w Łodzi. Dodatkowym atutem jest współ-

## sylwetki miast (i nie tylko...)

dr Marcin Feltynowski

cudze chwalicie

roóg  
óów