

Otwarta formuła miasta [ROZMOWA]

Piotr Grobliński: Czy jest pan łodzianinem?

Prof. Robert Kozielski: Tak, z urodzenia. Moi rodzice też pochodzą z Łodzi. Mieszkam na Stokach.

Pytam o to, bo w przygotowanej przez pana zespół strategii rozwoju Łodzi mówi się o wizytach studyjnych w mieście.

Nad dokumentem pracował zespół, nie tylko ludzie z Łodzi. Jest taka zasada prowadzenia badań – zasada triangulacji, która mówi, że trzeba różnicować źródła informacji, metody badawcze i dobór samych badaczy. Stąd w zespole ludzie spoza Łodzi, o innej perspektywie. Poza tym każdy z nas bywa w różnych miejscach, ale części miasta nie zna. Gdy mieszka się na Stokach, można nie bywać na Retkini czy Teofilowie. A warto te i inne miejsca zobaczyć, poczuć.

Jak doszło do tego, że to pan przygotowywał strategię dla Łodzi?

Łódź potrzebowała nowego impulsu rozwojowego. W 2019 roku miasto zaczęło prowadzić rozmowy z różnymi osobami i podmiotami. Trochę na zasadzie konsultacji, doradztwa. Ze mną rozmawiał najpierw wiceprezydent Rosicki.

Z panem jako przedstawicielem uczelni?

Nie, jako z przedstawicielem firmy, która zajmuje się opracowywaniem strategii dla miast, regionów czy instytucji. W naszym zespole był m.in. dr Jacek Pogorzelski, chyba numer jeden w Polsce w tej dziedzinie. Widać nasze podejście się spodobało, bo zostaliśmy zaproszeni do współpracy. W międzyczasie pojawił się COVID i pani prezydent zdecydowała, że opracowywanie strategii trzeba przyspieszyć. Zwłaszcza że jednym z trendów, które braliśmy pod uwagę, była koncepcja *resilient cities* (miast odpornych). Ostatecznie nasza firma wygrała przetarg na opracowanie dokumentu.

Podstawą przedstawionych w dokumencie wniosków były twarde dane czy subiektywne opinie? Co na przykład zadecydowało, że wizerunek Łodzi został oceniony na 2, a zarządzanie marką na 4 w 5-stopniowej skali?

Aktywa miasta zostały ocenione na podstawie benchmarków przygotowanych dla Ministerstwa Sportu i Turystyki. 193 miasta i regiony opisano tam według modelu Keitha Dinniego. Ta ocena odbywała się na podstawie analizy źródeł, ale finalnie można ją sprowadzić do opinii ekspertów. Mieliśmy tu wiele dyskusji, bo w niektórych sprawach Łódź w ostatnich miesiącach przyspieszyła (np. w budowaniu wizerunku) i przedstawiona punktacja mogła być zaniżona.

Czy elementem całego procesu była też ocena poprzedniej strategii „Łódź kreuje” - jej założeń, ale i realizacji?

Biorąc pod uwagę to, co się wydarzyło w ciągu ostatnich kilku lat, dokonaliśmy oceny tej strategii i uznaliśmy, że przynosi więcej pozytywów niż negatywów. Dlatego tę założenia do nowej strategii zatytułowaliśmy „Co-Created City” – mają nawiązywać do poprzedniego dokumentu. Było kilka elementów, które łączą oba teksty – nacisk na systemy logistyczne, inwestycje w branżę kreatywną, procesy rewitalizacyjne. Te elementy uznaliśmy za słuszne, choć można uznać, że niektóre są zbyt wolno realizowane, np. rewitalizacja.

Przejdźmy do kultury. Jak pan widzi rolę tej dziedziny w rozwoju miasta? Mam wrażenie, że jest traktowana jak kwiatek do kożucha. Znalazła się w dziale „Łódź zachwycająca”, jak - nie przymierzając - świąteczne oświetlenie Piotrkowskiej.

Kultura opisana jest w kilku miejscach, nie zawsze jest nazwana wprost. Na sprawę można spojrzeć od strony twórców albo od strony odbiorców, my staraliśmy się połączyć obie perspektywy. Mówiąc

o dalszym rozwoju branż kreatywnych, patrzymy z pozycji twórców, a mówiąc o mieście wartościowego wypoczynku - z pozycji odbiorców, którzy mogą spędzić czas w bardziej twórczy, aktywny, wartościowy sposób.[...]

- - -

*Cała rozmowa do przeczytania w "Kalejdoskopie" 11/20.
Szczegóły numeru 11/20 w artykule poniżej.*

Magazyn można kupić w Łódzkim Domu Kultury, punktach Ruchu S.A., Kolportera, Garmond-Press w salonach Empik i łódzkiej Księgarni Do Dzieła (Próchnika 3). A także w prenumeracie:

- redakcyjnej - część kosztów wysyłki każdego numeru bierzemy na siebie, a prenumerata powiązana jest z prezentami dla kupujących - na początek każdy otrzymuje antologię naszych felietonów (i nie tylko) "The best Of.. Kalejdoskop. Felietony": [TUTAJ](#)
- dostępnej od lat via Ruch (w opcji darmowa dostawa do wybranego kiosku Ruchu): [TUTAJ](#)

Nasze PODKASTY

Możecie też słuchać naszych najlepszych tekstów w interpretacjach aktorów scen łódzkich, z Łodzią i regionem związanych - na platformie "Kalejdoskop NaGłos": [TUTAJ](#) i [TUTAJ](#)
Rozwijamy też tematyczne "Podkasty Kalejdoskopu", dostępne [TUTAJ](#)