

Strategia ważna rzecz [EDYTORIAL]

Jeśli głównemu organizatorowi łódzkiej kultury nie udaje się takich obaw rozładować, to czy można spodziewać się, że jakakolwiek rzeczywista zmiana dokona się gdzieś indziej niż na papierze? Uspokajające poklepywanie po plecach nie zatrze dostarczanych np. przez kilka lat powodów do nieufności. W tamtym czasie po jednej stronie spotkali się zainteresowani jakąś zmianą urzędnicy, niesieni falą ogólnopolskich kongresów, dysput i ewaluacji, po drugiej ci, którzy mają być obiektem oceny i dyskusji, mierzenia i ważenia. Mene, tekel, fares napisane na ścianach pałaców – już nie babilońskich, ale tych licznie zajmowanych przez łódzkie instytucje. A gdzieś pomiędzy tymi stronami grupa akademików, wtedy zaliczona w poczet – trzymając się narzucającej się symboliki – Jeźdźców Zmiany. Okropny ten patos, ale może na miejscu, bo i nastroje były wówczas cokolwiek krańcowe. I może tylko to ostatnie nie było projekcją. W tym numerze jeden z inicjatorów założeń do strategii, Tomasz Majewski, mówi o intencjach, jakie miała strona „teoretyków” i strona społeczna. Wynika z tego, że nie pokrywały się one ani z intencjami urzędu, ani z jego oczekiwaniami wobec przyjętego dokumentu. Czy zmiana się dokonała? Jakaś na pewno, ale trudno powiedzieć, czy oczekiwana. Jeśli z końcowego dokumentu wykreślono narzędzia, dzięki którym można przynajmniej częściowo – w dziedzinie tak trudno mierzalnej jak kultura – określić skuteczność działań, to po co takie strategie? Pytanie istotne także dziś, gdy Łódź chce wykuwać nowy dokument, dotyczący już jednak całego miasta. Wkład, który do tej strategii przygotował zespół prof. Kozielskiego, ma się stać, jak rozumiem, punktem wyjścia do (wspólnej) pracy nad dokumentem. Rozmawiamy zatem z jego autorem, a lekturę wkładu polecamy wszystkim zainteresowanym życiem w Łodzi, jakością kultury, którą ona tworzy. Pewne intuicje, niepokoje, pojawiają się w kolejnych tekstach poświęconych strategiom. Są też wskazane pewne nowe narzędzia dla uruchomienia potencjału miasta i kultury. Być może w toku prac te pierwsze staną się nieaktualne. Właściwie: oby! Będzie to oznaczać, że tezy dla kultury, które przedstawił Michał Lachman, zaproszony do Komitetu Sterującego, zostały wysłuchane.

Strategia to nic innego jak pewna umowa. Umawiamy się, że pewne rzeczy są ważne, ich listę i narzędzia oceny pracy ustalamy wspólnie. Na łamanie umów nie może dziś pozwolić sobie ktoś, kto mówi o wspólnym tworzeniu czegoś nowego.

Łukasz Kaczyński

Jak kupić "Kalejdoskop"?

Numer 11/20 do kupienia 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](#)