

O czym marzy Łódź?

W ramach konsultacji dokumentu przygotowano streszczenie projektu Strategii. Takie podejście nie jest jeszcze normą wśród samorządów, mimo że wydaje się kluczowe, gdy faktycznie chce się rozmawiać z mieszkańcami o dokumentach strategicznych. Trudno bowiem oczekiwać, że nawet ci zainteresowani znajdą czas na zapoznanie się z dokumentem liczącym często kilkaset stron. Streszczenia pozwalają poza tym lepiej uporządkować najważniejsze aspekty danego dokumentu, nie tylko mieszkańcom, ale i samym urzędnikom.

We wstępie do nowej strategii czytamy: „Łódź, jej przyszłość, czasy, które nadchodzą, stworzymy my – jej mieszkańcy”. Przekładając to na konkret – Łódź ma być miastem partycypacji. To jest motyw przewodni całego dokumentu. Pełna jego nazwa brzmi bowiem „Strategia Rozwoju Miasta Łodzi 2030+. Miasto tworzone wspólnie”. Zwiastuny takiego myślenia były obecne w Łodzi już od wielu lat. Jednak w ostatnim czasie pojawiały się coraz głośniejsze zastrzeżenia co do praktyki w tym zakresie. Przykładem może być zabranie środków radom osiedli i narastające problemy wokół budżetu obywatelskiego (BO). Narzędzie, które na początku było generatorem wielu ważnych zmian w mieście, jak chociażby powstania woonerfów i systemu rowerów miejskich, po pewnym czasie stało się mało atrakcyjne dla mieszkańców. Wielu z nich przestało zgłaszać projekty, bo albo nie były realizowane, albo były oceniane negatywnie wbrew zasadom samego BO. Z kolei projekty ocenione pozytywnie stawały do kontrowersyjnej konkurencji z propozycjami instytucji publicznych, np. szkół. Idea miasta partycypacji może być zatem w wariacie pesymistycznym jedynie pustym sloganem. W optymistycznym zaś obietnicą zasad lepszej współpracy z mieszkańcami w ramach nowo utworzonego Biura Aktywności Miejskiej.

W projekcie Strategii oraz w dokumentach jej towarzyszących nie znajdziemy ewaluacji przyjętej w 2013 roku, dotychczasowej Strategii Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+. Nie wiadomo, czy i w jakim stopniu została zrealizowana. Dowiadujemy się jedynie, że ogólny kierunek rozwoju nie zmienia się.

Faktycznie, w stosunku do dotychczasowej strategii określone wyzwania są zbliżone. Wcześniej Miasto wskazywało na: poprawę jakości życia mieszkańców, odwrócenie niekorzystnych trendów demograficznych, stworzenie zrównoważonej sieci transportowej w Łodzi i aglomeracji, budowę więzi społecznej, partycypacji obywatelskiej i wspólnoty samorządowej, sprawne zarządzanie miastem, rewitalizację przestrzeni miejskiej.

Obecnie kluczowymi wyzwaniami dla Łodzi są: adaptacja do zmian klimatu oraz ograniczanie zagrożeń dla środowiska, dążenie do neutralności klimatycznej, rozwój infrastruktury podnoszącej konkurencyjność, atrakcyjność inwestycyjną i warunki życia w mieście, przeciwdziałanie negatywnym skutkom procesów demograficznych, rozwój i wsparcie kapitału ludzkiego oraz społecznego, a także wzrost innowacyjności. Poza tym zwiększenie efektywności zarządzania miastem oraz współpraca między sąsiednimi samorządami terytorialnymi i między sektorami. Główną zmianą w stosunku do dotychczasowej strategii jest zatem zwrócenie uwagi na kwestie środowiskowe i klimatyczne. Można to uznać za potwierdzenie widocznego od jakiegoś czasu zielonego kierunku, jaki przyjęła Łódź.

W projekcie nowej strategii mamy z pozoru identyczny jak w poprzedniej sposób przedstawiania głównych celów dla miasta, które w dodatku są zbieżne z dotychczasowymi. W istocie jednak dokonała się wyraźna zmiana w kreowanej wizji dla Łodzi. Mówi się, że Łódź jest kobietą. Według strategii z 2013 roku Łódź miała być: otwarta na świat, aktywna, ucząca się i twórcza, atrakcyjna,

bezpieczna i zdrowa. Można powiedzieć – wymarzona kobieta według tradycyjnych wzorców. Łódź w proponowanym dokumencie, chociaż podobna, bardziej może przypominać bohaterkę hollywoodzkich filmów z ostatnich lat. W nowej wizji Łódź jest silna i odporna, zachwycająca, rozwija się ekonomicznie i społecznie, odpowiada na oczekiwania.

Na każdy z czterech głównych celów składają się tzw. obszary tematyczne. To hasła, które dookreślają wyznaczone cele. Część z nich jest zrozumiała i nie wymaga dłuższego objaśniania. Są jednak i hasła bardzo pojemne, np. „przedsiębiorcza Łódź”, lub mało czytelne, np. „miasto efektywnie kształtujące przestrzeń”, „miasto wartości za korzystną cenę”. Mimo że obok jest ich objaśnienie, a w dalszej części dokumentu przypisane są im cele operacyjne, to nawet one nie rozwiązują wątpliwości interpretacyjnych.

Wydawać by się mogło, że potencjalne niejasności może ostatecznie rozwiązać tabela z oczekiwanymi rezultatami i przypisanymi im wskaźnikami realizacji. Niestety tak nie jest. Miasto nie zdecydowało się na podanie konkretnych wartości, które chce osiągnąć. Zamiast tego podany jest jedynie oczekiwany trend: wzrost, stabilizacja, spadek. Warto docenić, że władze Łodzi podjęły próbę owskaźnikowania swoich planów – nie jest to w Polsce powszechna praktyka. Szkoda jednak, że tego realnie nie wykorzystano. Aby to lepiej zrozumieć, można zadać sobie pytanie: „kiedy jest większe prawdopodobieństwo, że osiągnę upragniony rezultat?”. Czy w sytuacji, gdy cel brzmi np. „chcę schudnąć” lub „chcę więcej uczyć się języka”, czy jednak, gdy cel jest uszczegółowiony: „chcę zrzucić 5 kg do czerwca”, „chcę poświęcać na naukę języka przynajmniej godzinę tygodniowo”?

Najbardziej konkretnym elementem zaproponowanej strategii jest lista 14 kluczowych przedsięwzięć o szacowanej łącznej wartości 6,2 mld zł. Dwa najdroższe dotyczą transportu – integracji transportu kolejowego z miejskim transportem zbiorowym (1 920 mln zł) oraz budowy węzłów dojazdowych do dróg ekspresowych i autostrad wraz z układem dróg rozprowadzających ruch po mieście (1 315 mln zł). Trzecie najbardziej kosztowne działanie dotyczy rewitalizacji (960 mln zł).

Patrząc na strategię opracowywane przez samorządy i władze krajowe, wiele osób może uznać, że są one niepotrzebne, że to tylko opasłe dokumenty, które nic nie wnoszą, a i przez samych twórców nie są traktowane poważnie. Nie warto się jednak poddawać takiemu myśleniu. Strategia, nawet przeciętna, pozwala wyznaczyć ogólny kierunek rozwoju. Im lepsza, tym bardziej ułatwia zarządzanie na co dzień. W morzu możliwości pomaga odrzucić na wstępie niezgodne ze strategią opcje, a finalnie pozwala podjąć właściwe decyzje. Jak zauważył Seneka: „Kto schodzi z właściwej drogi, tym bardziej się odeń oddala, im szybciej dąży. A skoro droga prowadzi w przeciwnym kierunku, sama szybkość powoduje, że oddalenie powiększa się coraz bardziej”. Czyli dopiero znając cel i będąc do niego w pełni przekonanym, możemy działać. Wtedy nawet gdy zwolnimy (kryzys, pandemia?), możemy być spokojni – znamy w końcu drogę do lepszego miasta.

Piotr Salata-Kochanowski