



**kulturalnie** do celu

**RAPORT** projektu „Kulturalnie do celu”

# SPIS treści

Prezentacja sylwetek autorów raportu	3
Temat 1. Dokumentacja i prezentacja zrealizowanych projektów kulturalnych	4
Temat 2. Analiza sytuacji społeczno-gospodarczej — czy realizacja projektów kulturalnych miała na nią wpływ?	12
Temat 3. Analiza i podsumowanie efektów międzynarodowej współpracy artystyczno-kulturalnej	19
Ważna rozmowa 1. Wywiad z Grzegorzem Olszewskim — animatorem kultury, prezesem Stowarzyszenia Promocji Studenckiej	24
Temat 4. Analiza wykorzystania środków unijnych na realizację projektów kulturalnych	28
Ważna rozmowa 2. Wywiad z Wojciechem Nowickim — dyrektorem naczelnym Teatru im. Stefana Jaracza w Łodzi	33
Informacje dodatkowe	36



Projekt realizowany w ramach Konkursu Media 2005 przy współpracy Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej.

**Opracowanie: European Culture Consulting - Culture Factory na łamach Magazynu Purpose**

# Prezentacja sylwetek autorów raportu



## **Maciej Mazerant — menedżer kultury**

Tworzy strategie finansowania, wdrażania projektów kulturalnych oraz ich promocji. Wprowadza w życie pojęcie 'przemysłu kultury'. Entuzjasta wszelkich działań kulturalnych, które przekładają się na promocję regionów. Swoje zagraniczne doświadczenie próbuje wykorzystać w polskich realiach. Twórca oraz współtwórca wielu projektów kulturalnych. Od pięciu lat doradza, jak łączyć kulturę z komercyjnymi działaniami firm.



## **Katarzyna Nowakowska — specjalista ds. public relations**

Praktyk w dziedzinie kulturalnego, biznesowego i politycznego PR, współtwórczyni kampanii społecznych, akcji lobbingowych. Dobry PR, jej zdaniem, musi łączyć działania na rzecz firmy, produktu, osoby z publiczną użytecznością. W dziedzinach, na których temat wiedza z jakiegoś powodu jest ograniczona, PR staje się źródłem eksperckich informacji. Znaczenie pro publico bono w PR wtedy można dosłownie rozumieć jako społeczną odpowiedzialność za słowa.



## **Artur Zaguła — historyk sztuki**

Historyk sztuki z pasją i kilkunastoletnim stażem. Humanista z tytułem doktora nauk technicznych, dla którego historia sztuki i kultura współczesna to nie tylko konieczność zawodowa, ale wyzwanie traktowane jak życiowe posłannictwo. Chętnie dzieli się poglądami, w których stara się nie powtarzać przekonań innych, ale wyrażać to, co rzeczywiście myśli.

## Dokumentacja i prezentacja zrealizowanych projektów kulturalnych

**Łódzki potencjał**  
**Maciej Mazerant**

Celem realizacji projektu „Kulturalnie do celu” jest upowszechnienie wiedzy o społeczno-gospodarczych efektach realizacji projektów kulturalnych i społeczno-kulturalnych podczas pierwszego roku członkostwa Polski w Unii Europejskiej.

W ramach przygotowywanych opracowań, które będą publikowane w każdy piątek przez najbliższe cztery tygodnie (od 22 kwietnia do 15 maja br.), będziemy informować Państwa — czyli przedstawicieli ośrodków akademickich, organizacji młodzieżowych, nauczycieli, młodzież oraz przedsiębiorców — o korzyściach i potencjalnych możliwościach, jakie uzyskaliście Państwo po wstąpieniu Polski w struktury Unii Europejskiej. Liczymy, że dzięki ciekawym opracowaniom tematu, przygotowanym przez wysokiej klasy specjalistów praktyków, uda nam się przekonać Państwa do aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym i społeczno-gospodarczym Polski i Europy.

Nieprzypadkowo właśnie region łódzki dał inspirację do stworzenia projektu o takiej tematyce. Rosnąca liczba wartościowych projektów kulturalnych, realizowanych na tym obszarze, pozwala potraktować Łódź jako przykład. Projekty kulturalne, prezentowane w pierwszym wydaniu opracowania, to przedsięwzięcia o różnym charakterze, skali i tematyce. Są wśród nich projekty o milionowych budżetach, finansowane przez sponsorów, a także takie, które są realizowane za prywatne pieniądze organizatorów. Są projekty realizowane przez organizacje pozarządowe, instytucje samorządowe, firmy, a nawet grupy nieformalne. Wszystkie te przedsięwzięcia, wpływając pozytywnie na kreowanie wizerunku miasta i całego regionu, tworzą jego niepowtarzalną atmosferę. Łódź, dzięki pasji oraz determinacji twórców tych przedsięwzięć, staje się miejscem, które warto odwiedzać, w którym warto inwestować oraz warto żyć.

Projekt „Kulturalnie do celu” — realizowany w oparciu o narzędzia internetowe — wpisuje się w założenia polityki UE, dotyczące rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Dzięki zastosowanym narzędziom (forum dyskusyjne) projekt jest interaktywny — umożliwi to wszystkim z Państwa wyrażenie swojej opinii na temat prezentowanych opracowań. Nie chcemy, by były one tylko przedstawianiem suchych faktów i liczb. Zachęcamy więc wszystkich do wyrażania własnych opinii, zadowolenia bądź niezadowolenia ze stanu łódzkiej kultury oraz poziomu realizowanych przedsięwzięć kulturalnych. Prosimy również o opinie mówiące o tym, w jaki sposób przedsięwzięcia kulturalne wpływają na Państwa życie. Czy pod wpływem któregoś z realizowanych projektów coś zmieniło się w Państwa życiu zawodowym oraz zwykłym, codziennym?

Projekty, prezentowane w naszym opracowaniu, są przedsięwzięciami wybranymi przez redakcję magazynu Purpose. Były one realizowane podczas pierwszego roku członkostwa Polski w Unii Europejskiej — od maja 2004 r. do kwietnia 2005 r. Nie wszyscy organizatorzy przedsięwzięć kulturalnych odpowiedzieli na prośbę redakcji, związaną z udostępnieniem opisów wdrażanych przez nich projektów, bądź też udostępnili je w ograniczonym zakresie. Tym, którzy podjęli się trudu przygotowania materiałów, służących do stworzenia niniejszego cyklu, serdecznie dziękujemy.



**Międzynarodowe Triennale Tkaniny w Łodzi** jest najstarszą, największą i jedyną obecnie wystawą — konkursem, poświęconą tkaninie artystycznej (od 1972 r.). Dotychczas odbyło się 11 edycji, w których wzięło udział ponad 1000 artystów – tkaczy z ponad 60 krajów. Wystawa ta służy promocji współczesnej sztuki włókna. Aktywizuje środowiska artystyczne prawie wszystkich kontynentów. Spełnia rolę kulturotwórczą i edukacyjną dla wielu pokoleń. Konfrontuje mody, kierunki i nurty poszukiwań artystycznej twórczości tkackiej całego

świata. Służy także promocji polskiej sztuki włókna, regionu i miasta.

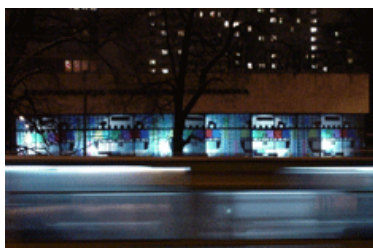
<http://www.muzeumwlokiennictwa.pl>



**CAMERIMAGE Międzynarodowy Festiwal Autorów Zdjęć Filmowych** jest największym i najbardziej znanym na świecie festiwalem poświęconym sztuce operatorskiej oraz jej twórcom — operatorom filmowym. Filmy pokazywane na Festiwalu, posiadające najwyższe walory artystyczne, estetyczne i techniczne, walczyły o nagrodę Złotej Żaby. Z kolei studenci zabiegali o Złotą Kijankę. Ciekawą i unikalną częścią festiwalu są corocznie odbywające się Warsztaty Filmowe, prowadzone przez najznakomitszych filmowców z całego świata.

W każdym z warsztatów uczestniczy rzesza studentów szkół filmowych. Festiwal staje się coraz większym wydarzeniem kulturalnym na skalę międzynarodową. W tym roku spodziewamy się gości jeszcze więcej wspaniałych twórców filmowych i studentów, a w programie Festiwalu niewątpliwie znajdzie się wiele nowych projektów — oczywiście poza tymi, które już na stałe wpisały się w unikalny charakter tego wydarzenia. W tym roku Nagrodę za Całokształt Twórczości Operatorskiej pragniemy wręczyć jednemu z największych włoskich operatorów Tonnino Delli Colli. Planujemy również kolejną część przeglądu kina europejskiego oraz pokazy związane z nowymi technikami zapisu obrazu. Z całą pewnością Camerimage 2005 odwiedzą nasi stali goście – gwiazdy operatorskie. Pojawią się również sławni reżyserowie i aktorzy.

<http://www.camerimage.pl>



**Cafe EUROPA I — Łódź** odbył się w Łodzi na przełomie lutego i marca 2005 r. Był to dwuczęściowy projekt artystyczny dla Łodzi i Berlina autorstwa Adama Klimczaka / Galeria Wschodnia — Łódź i Sibylle Hofter / Büro Georg S. Schwimmer — Berlin. Jego pierwsza część miała miejsce w opuszczonym budynku restauracji Europa w centrum Łodzi, druga będzie miała miejsce w Berlinie. W pierwszej fazie projektu Galeria Wschodnia i Sibylle Hofter z Berlina zaprosili 16 artystów (9 polskich i 7 niemieckich), którzy opuszczoną szklaną fasadę budynku

kawiarni/restauracji Europa pokryli sekwencją zsynchronizowanych obrazów. Projekcje stały się rodzajem komunikacji z przechodniami, pasażerami tramwajów, rowerzystami i kierowcami. Druga faza tego projektu nosiła tytuł MIESZKANIEC EUROPY. Mieszkańcy Łodzi i Berlina przez lokalne media byli namawiani do przekazywania prywatnych fotografii, przedstawiających różne aspekty życia codziennego — widok z mojego okna, ulubiony zakątek mojego mieszkania, zwierzęta domowe, współlokatorzy, najczęściej używany pojazd, miejsce pracy itp. MIESZKANIEC z Łodzi zostanie pokazany w Berlinie i uzupełniony przez MIESZKAŃCA z Berlina.

<http://www.wschodnia.org>



**III Międzynarodowy Festiwal Fotografii** odbył się w Łodzi w dniach 20-23 maja 2004 r. Goście zobaczyli wystawy, na których zaprezentowano zarówno prace klasyków polskiej fotografii, jak i młodych twórców, posługujących się aparatem w mniej tradycyjny sposób — np. „Panoptikum” — fotografie wykonane przy pomocy telefonów komórkowych oraz „FotoBlog” — wystawa fotografii z Internetu. Ważnym elementem każdego fotofestiwalu jest także Przegląd Szkół Fotograficznych. W 2004 r. wzięły w nim udział szkoły z całej Polski oraz

uczelnie europejskie. Oprócz wystaw organizatorzy przygotowali cykl wykładów poświęconych fotografii, panel dyskusyjny, warsztaty fotograficzne, filmy poświęcone fotografii, a także projekcje przeźroczy, którym towarzyszyła muzyka wykonywana na żywo w kilku łódzkich klubach. Festiwal odbywał się m.in. w Łódzkim Domu Kultury, w kompleksie fabryk Izraela Poznańskiego — Manufaktura, Muzeum Kinematografii i w wielu galeriach.

<http://www.fotofestiwal.com>



**Łódź Biennale** to pierwsze polskie biennale sztuki. Decyzję o zorganizowaniu w Łodzi — mieście niezwykłych tradycji w obrębie sztuki nowoczesnej — pierwszego polskiego biennale sztuki o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym podjęła w 1993 r. międzynarodowa grupa artystów i krytyków sztuki, skupionych w Stowarzyszeniu Międzynarodowe Muzeum Artystów z siedzibą w Łodzi (mającym swoje agendy w Europie, USA, Australii). Na całość projektu składały się trzy zasadnicze wystawy: Biennale Międzynarodowe, Biennale Sztuki

Polskiej i Biennale Sztuki Łódzkiej. W Łódź Biennale wzięło udział ponad 110 artystów sztuki współczesnej z Łodzi, Polski i świata. Na cele Łódź Biennale władze Łodzi przekazały część terenu byłego UNIONTEX-u, na którym znajdują się zachowane w bardzo dobrym stanie stuletnie hale fabryczne, które były miejscem ekspozycji Biennale Międzynarodowego. Biennale Sztuki Polskiej zostało zaprezentowane gościnnie w Pałacu Poznańskim, siedzibie Muzeum Historii Miasta Łodzi. Z kolei Biennale Sztuki Łódzkiej pokazano w jednej z mieszczących kamienic, co stworzyło dodatkowy klimat, znakomicie charakteryzujący specyfikę Łodzi. Siłą Łódź Biennale było nie tylko przedstawienie prac, ale przede wszystkim spotkanie artystów i umożliwienie im intensywnej pracy, obserwacji, wymiany i współdziałania. Energia, jaka w czasie „dni roboczych” poprzedzających wernisaż powstaje między artystami, organizatorami, asystentami i publicznością oraz ich gotowość do pracy (20 września – 2 października 2004 r.) są znaczącymi elementami całej wystawy.

<http://www.lodzbiennale.pl>



**Festiwal Dialogu Czterech Kultur** otwiera się na dialog kultur świata. Nie tylko czterech, od których zaczęła się tradycja kulturalna Łodzi i sam Festiwal. Bowiem Festiwal — nawiązujący do łódzkiej tradycji, a więc z założenia otwarty na Europę i europejskość — przez niekonwencjonalność i atrakcyjność swoich propozycji te ramy przekroczył. Festiwal Dialogu Czterech Kultur stał się marką światową. Znakiem identyfikującym Łódź i Polskę na kulturalnej mapie świata.

Wszystkie edycje Festiwalu objęte są patronatem Premiera RP, biorą w nim udział także ambasadorowie i przedstawiciele ambasad Niemiec, Izraela i Rosji, przedstawiciele Rządu RP, parlamentarzyści, wybitni krytycy sztuki i recenzenci, a przede wszystkim — tłumnie dopisująca publiczność.

<http://www.4kultury.pl>

**XIV Festiwal Mediów „Człowiek w Zagrożeniu”** odbył w się w dniach 24–27 listopada 2004 r. w Łodzi. Była to kolejna edycja największego w Polsce festiwalu filmów dokumentalnych, mówiących o zagrożeniach współczesnego człowieka. W edycji tej, po czteroletniej przerwie, prezentowane były także audycje radiowe. Festiwal składał się więc z filmowej i radiowej części konkursowej. Zaprezentowano 49 filmów dokumentalnych i 13 audycji radiowych. Grand Prix Festiwalu Mediów — Białą Kobrę (fundowaną przez Prezydenta Łodzi) otrzymał film Mirosława Dembińskiego — „Zwycięzcy i przegrani”, opowiadający o mistrzostwach świata bezdomnych w piłkę nożną.

<http://www.festiwalmediow.art.pl>

**Międzynarodowy Festiwal Komiksu w Łodzi**, organizowany przez Łódzki Dom Kultury i Stowarzyszenie Twórców Contur, odbył się już 15 razy. Impreza gromadzi twórców, wydawców i czytelników komiksów z Polski oraz krajów europejskich. W ramach każdej edycji odbywa się konkurs na krótką formę komiksową, wystawa konkursowa, wystawy znanych autorów, wystawy środowisk twórczych. Z publicznością spotykają się goście specjali z Polski i zagranicy. Działają giełdy i stoiska wydawców, organizowane są konkursy rysunkowe dla publiczności, przeglądy filmów rysunkowych i sf. W ramach części edukacyjnej odbywają się konkursy komiksowe dla łódzkich szkół, seminaria dla rysowników i scenarzystów komiksowych oraz sympozjum popularno-naukowe, poświęcone teorii komiksu. Impreza ta gromadzi największą w Polsce publiczność komiksową, pojawiają się też na niej wszyscy znani polscy i europejscy twórcy. W trakcie festiwalu wydawcy znajdują nowych rysowników i scenarzystów, zawiązują się kontakty twórcze.

<http://www.ldk.lodz.pl>

„**ESC**” — projekt zrealizowany w ramach Videoart Festiwalu „RETRANSMISJA vol.1” miał na celu prezentację twórczości niezależnych, młodych artystów, realizujących prace artystyczne takie, jak fotografia, instalacje, obiekty, video. Projekt miał charakter imprezy kulturalnej non-profit, której zadaniem



była prezentacja najnowszych dokonań sztuki niezależnej. Brała w nim udział czołówka młodych artystów, posługujących się językiem nowych mediów, które stanowią dla nich źródło inspiracji. Założeniem ESC było oddanie industrialnego charakteru miasta, stąd miejscem realizacji projektu były dawne wnętrza fabryczne, podkreślające jego specyfikę. Częścią przedsięwzięcia był również koncert zespołu NOT oraz wizualizacja w formie projekcji przeźroczy EGON FIETKE. Przed koncertem wystąpił WIKTOR SKOK, znany m.in. z industrialnej formacji JUDE, który gra mieszankę stylów rhythm noise i dark ambient. Wystąpił również PAUS\_E – Kamil Łazikowski, znany z Cool Kids of Death.  
<http://www.retransmisja.art.pl>

**Europejskie Dni Dziedzictwa** organizuje w Łodzi od 1998 r. Oddział Łódzki Towarzystwa Opieki nad Zabytkami. W roku 2004 w ramach ogólnopolskiego tematu „Architektura drewniana”, uzupełnionego o wielokulturowe aspekty związane z wypoczynkiem dawnych mieszkańców Łodzi, zaproponowany został temat „RUDZKIE FASCYNACJE”, „Zabytki architektury drewnianej” oraz „Tradycje wypoczynku łodzian z początków XX w.” zobrazowane historią Rudy Pabianickiej. Towarzystwo Opieki nad Zabytkami Oddział w Łodzi przy współudziale Towarzystwa Przyjaciół Rudy Pabianickiej (koło regionalne TPL), Rad Osiedli „Ruda”, „nr 28”, „Nad Nerem”, Centrum Zajęć Pozaszkolnych Nr 2 oraz Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji, działających na tym terenie, przygotowało dla mieszkańców Łodzi w dniach 24-26 września 2004 r. kilka imprez. Pozwoliły one zapoznać się z walorami łódzkich zabytków drewnianych, poznać dzieje i zwiedzić tereny Rudy Pabianickiej, uczestniczyć w imprezach plenerowych. Celem było przybliżyć łodzianom tę dzielnicę miasta, a zarazem obudzić w jej mieszkańcach świadomość wartości posiadanych zabytków i walorów przyrodniczych, które zaznaczają się w dziejach Łodzi.  
<http://eddz.lodz.w.interia.pl>

## Polska przed akcesją i po akcesji

Katarzyna Nowakowska

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej już na etapie procesu przedakcesyjnego miało pozytywny wpływ na postrzeganie naszego kraju i naszych możliwości. Od 1 maja 2004 r. — wraz ze zniesieniem granic i wprowadzeniem w wielu dziedzinach życia ujednoczonych rozwiązań prawnych — obraz Polski jeszcze bardziej zyskał w oczach obywateli Unii. Zwłaszcza tych, którzy myślą o naszym kraju ze względów gospodarczych. Coraz stabilniejsza sytuacja ekonomiczna, rosnące wskaźniki rozwoju, a przy tym wciąż niższe niż w UE koszty pracy, są powodem powstawania coraz większej liczby firm z udziałem kapitału zagranicznego, a wartość inwestycji zagranicznych wyraźnie rośnie<sup>1</sup>.

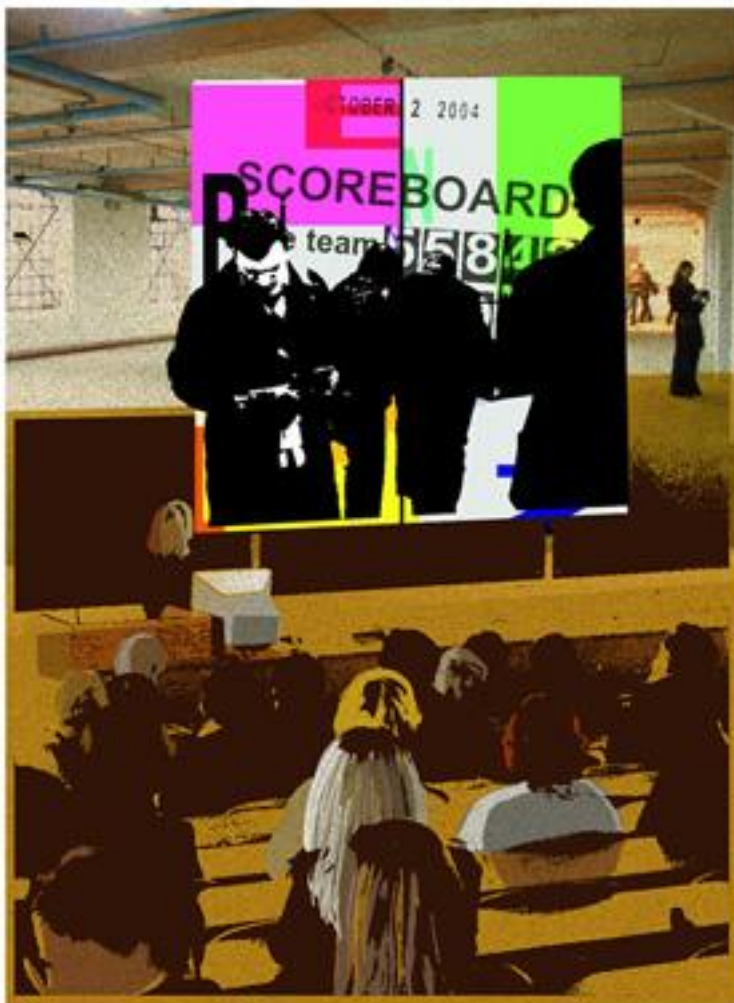
Polska stała się państwem, w którym bez ryzyka można prowadzić interesy i gdzie coraz chętniej przyjeżdża się w celach biznesowych. Jest także coraz atrakcyjniejsza turystycznie, co często oznacza też wizytę w celach kulturalnych. Stylowi życia, a więc i kulturze, poświęcają swoją uwagę również europejskie media przyglądające się polskiej rzeczywistości, nie tylko politycznej, uważniej niż dotychczas. Europa jest nas ciekawa, chce poznać i zrozumieć naszą odmienną. A to znaczy, że równie chętnie będzie oglądać to, co my oglądamy, czytać to, co my czytamy, spotykać się z nami tam, gdzie naszym zdaniem dzieje się coś bardzo ważnego dla naszej kultury. Jest otwarta na polskość — polską wrażliwość i polską kulturę. Polska kultura jest argumentem za.

Unia Europejska od początku procesu integracji wspiera ideę zrównoważonego rozwoju we wszystkich aspektach życia społecznego — nie tylko na płaszczyźnie ekonomicznej, ale także na społecznej i kulturowej. Wzmocnieniu pozycji państw członkowskich służą, inicjowane przez władze UE, programy wspólnotowe. Mogą w nich uczestniczyć kraje, resorty rządowe, organizacje pozarządowe, uczelnie oraz osoby prywatne. Zgłaszane w ich ramach projekty kulturalne, będące wizytówką organizatorów, miasta, regionu, mogą stać się także sposobem na zbliżenie w ramach różnorodności kultur naszego kontynentu. Fundusze unijne, dotacje dla instytucji i przedsiębiorców kulturalnych to z jednej strony dowód zaangażowania Wspólnoty w rozwój kulturalny. Z drugiej zaś — sposób na zaktywizowanie w ramach Unii różnych środowisk twórczych, wyzwolenie energii, której efektem są międzynarodowe projekty artystyczne czy społeczne.

---

<sup>1</sup> Fundusze Unii Europejskiej jako element strategii rozwoju firm. Harvard Business Review Polska Brief, Warszawa 2005.

Unia jest wspólnotą państw, których fundamentem i siłą są obywatele. Państwo nie może przeszkadzać ani pojedynczemu obywatelowi, ani grupom społecznym w podejmowaniu ich własnych działań. Wręcz przeciwnie — powinno te inicjatywy stymulować, podtrzymywać, a ostatecznie, jeśli możliwości obywateli są niewystarczające, wspierać ich w podejmowaniu wyzwań, realizacji działań, zachęcać do korzystania z wyobraźni z pożytkiem dla interesu ogółu<sup>2</sup>. Państwo, a także regionalne przedstawicielstwa władzy, władze samorządowe aktywizując środowiska twórcze, wspierając je, realizują jedną z głównych zasad Wspólnoty — zasadę subsydiarności. Unia Europejska daje tym samym przykład, jak łączyć lub godzić rozwój gospodarki z rozwojem kulturalnym.



Ilustracja: Tomasz Kaczkowski

### **Wartość dodana**

Jedną z najlepszych praktyk podczas realizacji projektów kulturalnych jest dostosowywanie ich do zidentyfikowanych potrzeb danego miasta czy regionu. Należy szukać wspólnych celów, przy realizacji których powstaje konkretna wartość dodana — edukacyjna, integracyjna, inwestycyjna czy wizerunkowa. Żadnego z wymienionych wymiarów nie należy przy tym, moim zdaniem, oceniać wyżej od pozostałych, bo jego rzeczywistą wartość da się określić tylko w odniesieniu do konkretnego, pojedynczego przypadku.

---

<sup>2</sup> Millon-Delsol Ch.: Zasada pomocniczości. Kraków 1995; Milczarek D. [red.]: Subsidiarność. Warszawa 1996.



## **Łódź na mapie Europy**

Łódź jest drugim co do wielkości miastem Polski, mającym niepowtarzalną historię łączącą je w ciekawy sposób z innymi europejskim aglomeracjami, które w XIX w. wyrosły na ekonomiczne potęgi. Jest też miastem z tradycjami włókienniczymi i ze znaną w międzynarodowym środowisku artystycznym Łódzką Szkołą Filmową. Łódź ma potencjał, jakiego inne polskie miasta mogą jej tylko pozazdrościć.

Historyczne skojarzenia z epoką wczesnego kapitalizmu, niezwykłą energią łódzkich fabrykantów, potęgą powstających fortun, zdolnością do dynamicznego rozwoju — wspierane dziś realizowanymi w Łodzi inwestycjami, widocznymi w procesie modernizacji miasta — dają obraz arcyciekawej metamorfozy. Łódź stopniowo zmienia się w centrum biznesowe regionu, odbudowuje swoje znaczenie gospodarcze w skali kraju i coraz częściej skutecznie zwraca na siebie uwagę Europy. Tak, jak w starych kamienicach i halach fabrycznych konserwatorzy zabytków i architekci szukają rozwiązań, pozwalających na współistnienie przeszłości z współczesną funkcjonalnością, tak miasto pokazuje, na co je stać.

## **Włókiennicza, przemysłowa, kulturalna**

Do najważniejszych projektów kulturalnych, dzięki którym budowany jest wizerunek Łodzi jako miasta ludzi poszukujących, twórczych, nowoczesnych, należą Międzynarodowy Festiwal Szkół Filmowych i Telewizyjnych „Mediaschool”, Międzynarodowy Festiwal Fotografii, Festiwal Mediów czy Łódź Biennale. Każdy z tych projektów jest adresowany do wyjątkowej publiczności, żaden nie ma charakteru komercyjnego, masowego. W „Mediaschool” bierze udział około 1 000 osób, Festiwal Fotografii ogląda około 2 000 osób, Festiwal Mediów ma 3 000 widzów, a Łódź Biennale i jego wystawy odwiedza około 10 000 widzów (różnice we frekwencji są wypadkową czasu trwania projektów). Do wyjątkowych propozycji kulturalnych miasta należy także Międzynarodowe Triennale Tkaniny, związane z nim od ponad 30 lat, nawiązujące do tradycji włókienniczych, widzianych przez najaktualniejsze tendencje w sztuce światowej. Myślę, że w Łodzi nie do końca jest świadomość waloru aktualności Triennale z racji pewnego przyzwyczajenia do tego, że ono po prostu jest. Z całą pewnością inaczej oceniają konkurs i wystawy artyści, którzy wysyłają tu swoje prace i dla których nie istnieje inna, równie prestiżowa inicjatywa.

Perłami wśród łódzkich ważnych wydarzeń kulturalnych są także Międzynarodowy Konkurs Indywidualności Muzycznych im. Aleksandra Tansmana oraz Festiwal Dialogu Czterech Kultur. Także dla nich gruntem jest łódzka historia, wydarzenia i ludzie — związani z miastem, ale w każdym wymiarze europejscy. Publiczność — tym razem zdecydowanie masowa, bo Festiwal Dialogu Czterech Kultur to blisko 40 000 widzów — która uczestniczy w koncertach, wystawach i innych formach kulturalnych, otwiera się na miasto, a ono wtedy otwiera się na świat. Media mówiąc głosem krytyków (i to międzynarodowych), głosem artystów, widzów, znanych osób, autorytetów, które przyjeżdżają by stać się uczestnikami tego święta, pokazują ten wizerunek Łodzi, który — przynajmniej na czas trwania festiwalu — jest naprawdę europejski.

PS I tylko jedno może niepokoić. Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych przygotowując oferty inwestycyjne — a przecież Łódź i region łódzki mają potencjalnym inwestorom sporo do zaoferowania — nie wspomina o kulturze miasta, jego aktywności i atrakcyjności. Kultura nie jest w rozumieniu urzędników PAIiIZ argumentem „za”. To smutne, bo pokazuje brak wiary w to, że inwestor — mając do wyboru Łódź (z jej lokalizacją, przywilejami podatkowymi, ogólną, stabilną kondycją), i inne, bardzo podobne miasto z porównywalnym potencjałem gospodarczym — łatwiej podjąłby decyzję, gdyby wiedział, że Łódź to miasto wielu festiwali, sławnych artystów, światowych wystaw i ludzi, chcących robić rzeczy wyjątkowe.

Ciekawe, czy agencja Standard & Poor's Ratings Services, która przyznała Łodzi ocenę BBB i określiła prognozę dla niej jako stabilną, wydałaby taką samą opinię, gdyby zamiast aktualnej atmosfery kulturalnej zaczęłoby ubywać festiwali, zamykałyby się kolejne teatry, a publiczność jeździłaby na premiery do Warszawy.

Wszystkie społeczności lokalne budują swoją tożsamość przede wszystkim dzięki uczestnictwu w kulturze. O integralności i sile danego ośrodka świadczy nie tylko liczba fabryk i produkowanych dóbr przemysłowych, ale także w dużej mierze „produkcja dóbr kultury”. W każdym mieście tworząc jego wizerunek, powinno brać się pod rozwagę wpływ wydarzeń i projektów kulturalnych na jego rozwój i nowe perspektywy. Spróbujmy więc przyjrzeć się wydarzeniom ostatniego roku w Łodzi i spróbować skonfrontować je z przeszłością tego miasta. Czy odnajdziemy konsekwentnie i świadomie prowadzoną politykę kulturalną? Czy zauważymy programowo budowaną tożsamość miasta?

Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na tak postawione pytania. Można jednak zaryzykować tezę, że samoświadomość mieszkańców miasta nie jest jeszcze w pełni zadowalająca, zwłaszcza w obszarze kultury. Tym niemniej daje się zauważyć pewne tendencje, które czy to sensie pozytywnym, czy negatywnym budują tożsamość miasta.

Po pierwsze, wydaje się, że „łódzką tradycją” jest przywiązywanie małej wagi do projektów związanych z kulturą. Brakuje przede wszystkim zrozumienia zależności między jakością życia a uczestnictwem w kulturze. I nie może być jedynym usprawiedliwieniem to, że Łódź jest miastem robotniczym i w związku z tym biednym. Nawet ludzie, których na to stać, często zrzekają się możliwości uczestniczenia w wydarzeniach kulturalnych. Z drugiej strony jest głód kultury, zwłaszcza tej najwyższej, wśród młodych ludzi. Miasto jest bowiem jednym z największych ośrodków akademickich w Polsce, choć tradycje jego uczelni nie sięgają zbyt odległych czasów.

Po drugie, tożsamość miasta determinuje poniekąd jego rozwój historyczny. Łódź powstała jako miasto przemysłowe, w którym udział w kulturze był początkowo znikomy. Jego korzenie to przemysł i nowoczesność. Być może na tym należałoby budować tożsamość tego miasta. Pozwalają na to jego jeszcze przedwojenne tradycje, związane z teatrem robotniczym, z działalnością artystyczną Władysława Strzemińskiego, Katarzyny Kobro i Karola Hillera. Trzeba także wspomnieć tworzenie z Łodzi, już po wojnie, ośrodka związanego z filmem i szkołą filmową.

Ostatnim elementem, na którym można budować wizerunek tego miasta jest jego „młodość”, która nie musi być przeszkodą, ale handicapem. Wielowiekowa tradycja miast takich, jak Kraków, Wrocław, Poznań, Gdańsk czy Warszawa, mocno zobowiązuje. Natomiast w miastach bez takiego ciężaru historycznego łatwiej można podejmować ryzykowne, młodzieńcze przedsięwzięcia.

Spróbujmy skonfrontować te tezy z rzeczywistością ostatniego roku w łódzkiej kulturze. Przede wszystkim trzeba powiedzieć, że wydarzeń najwyższej rangi artystycznej nie było zbyt wiele. Daleko nam do możliwości Warszawy czy Krakowa. Można jednak zauważyć pewną poprawę w stosunku do niedalekiej przeszłości. Wydaje się, że powoli wychodzimy z kryzysu ostatnich lat, w których miała miejsce niemal katastrofa kulturalna.

Nadal istnieją i mamy nadzieję, że dalej będą rozwijać się stałe imprezy, które już od lat są w kalendarzu kulturalnym miasta. Mam tu na myśli duże imprezy o charakterze międzynarodowym, na przykład sięgającą lat 70. tradycję Międzynarodowego Triennale Tkaniny w Muzeum Włókiennictwa, XIV Festiwal Mediów „Człowiek w zagrożeniu”, Międzynarodowy Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych Camerimage, czy Festiwal Dialogu Czterech Kultur. Mają one ustaloną renomę i są bez wątpienia niezbędne do budowania tożsamości miasta.

Są też w Łodzi imprezy stałe, których tradycja nie jest jeszcze tak długa, lub które dopiero budują sobie opinię imprez o wysokiej randze kulturalnej — III Międzynarodowy Festiwal Fotografii, V Festiwal Muzyki Organowej i Kameralnej „Kolory Polski”, Festiwal Kultury Chrześcijańskiej, Festiwal Komiksu — Łódzki Dom Kultury, 13. Forum Kina Europejskiego, Przegląd Studentów Animacji „AnimAkcje”, XI Międzynarodowy Festiwal Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych — Teatr Powszechny w Łodzi, Festiwal Twórców „POWIĘKSZENIE”. Trzeba mieć nadzieję, że nie tylko będą one zajmować miejsce w kalendarzu imprez, ale że ich jakość będzie coraz lepsza.

W ostatnim roku powstały też nowe inicjatywy napawające wielkim optymizmem na przyszłość — z dużym rozmachem rozpoczęte Łódź Biennale i działania Galerii Wschodniej.

Oby mementem nie były jednak wydarzenia ostatnich miesięcy, kiedy dowiedzieliśmy o kryminalnych dokonaniach byłych dyrektorów łódzkich instytucji kulturalnych, i oby kultura łódzka nie podzieliła losu

zabytkowej elektrowni, która w ostatnich dniach bez zgody konserwatorskiej została wysadzona w powietrze.

Musimy zdecydować, czy tożsamość budujemy na własnym, czysto materialnym interesie, czy na wspólnym dobru, jakim jest kultura? Czy dla celów praktycznych wyburzyć zabytkową fabrykę, czy spróbować wykorzystać ją, nawet za cenę nakładów finansowych dla nowych celów.

## Analiza sytuacji społeczno-gospodarczej — czy realizacja projektów kulturalnych miała na nią wpływ?

**Łódzki potencjał**  
**Maciej Mazerant**

W kolejnym, drugim wydaniu opracowania „Kulturalnie do celu” podejmujemy próbę odpowiedzi na pytanie, czy realizacja projektów kulturalnych miała wpływ na poprawę sytuacji społeczno-gospodarczej mieszkańców naszego regionu w pierwszym roku członkostwa Polski w Unii Europejskiej.

Kultura jako czynnik wpływający na poprawę życia mieszkańców regionów to już nie novum. We współczesnej ekonomii docenia się dobroczynny wpływ kultury na funkcjonowanie gospodarki — kultura stała się jej nierozdzielną częścią, co niewątpliwie nadało nową jakość realizowanym przedsięwzięciom biznesowym i okołobiznesowym. Kultura i przemysł kultury to aktualnie w Europie najdynamiczniej rozwijający się segment rynku dóbr i usług społecznych. W segmencie tym znajduje zatrudnienie coraz większa liczba młodych, dobrze wykształconych ludzi, dla których narzędziem pracy jest wiedza oraz specjalistyczne kwalifikacje. Łódź — oprócz przemysłu włókienniczego, którego świetność niestety minęła — charakteryzują przemysły tradycyjne, rolnictwo i stale rozwijany „przemysł” edukacyjny. Region łódzki jest bowiem silnym ośrodkiem akademickim, w którym młodzież zdobywa niezbędną wiedzę i umiejętności do skutecznego funkcjonowania w życiu zawodowym. Województwo dysponuje 25 uczelniami wyższymi oraz 65 placówkami naukowo-badawczymi. Jednostki te po wstąpieniu w struktury Unii Europejskiej — dzięki możliwościom uzyskania środków unijnych i uczestnictwu w innowacyjnych projektach badawczych — w coraz znaczącym stopniu zaczynają wpływać na zmiany zachodzące w strukturze gospodarczej regionu. Wzrost poziomu wykształcenia mieszkańców ma decydujący wpływ na poziom świadomości kulturalnej, która może z kolei oddziaływać na rozwój kultury i jej przemysłów.

Według opracowanej Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Łódzkiego<sup>3</sup> usługi posiadają niski, ale rosnący (i to w znacznym stopniu) udział w regionalnym PKB. Dla potrzeb niniejszego opracowania niezwykle ważną informacją, zawartą w wymienionym dokumencie, jest przede wszystkim wiadomość o rozwoju usług hotelarskich i restauratorskich, które są częścią przemysłów turystyki kulturowej. Niewątpliwie wpływ na podniesienie znaczenia tych usług ma stale rosnąca liczba przedsięwzięć kulturalnych, organizowanych w regionie. Biorąc pod uwagę zaprezentowane w poprzednim wydaniu opracowania, można zaryzykować stwierdzenie, że to właśnie przedsięwzięcia kulturalne miały decydujący wpływ na rozwój tego sektora gospodarki.

Przykładami, które w pełni to ilustrują, są przedsięwzięcia takie, jak Festiwal Dialogu Czterech Kultur (z widownią ok. 3000 widzów zagranicznych, 35 000 widzów krajowych), Łódź Biennale (ok. 1000 widzów zagranicznych, 10 000 krajowych) czy Festiwal Camerimage (ok. 5000 widzów zagranicznych, 35 000 widzów krajowych).

Przedsięwzięcia te wspierają rynek pracy nie tylko pośrednio, ale i bezpośrednio, bo dzięki nim tworzą się zarówno miejsca aktywności zawodowej dla pracowników etatowych, zatrudnianych na umowy czasowe, jak i dla wolontariuszy, którzy zyskują możliwość zdobywania niezbędnej praktyki. Festiwal Dialogu Czterech Kultur wygenerował około 160 miejsc pracy (50 dla wolontariuszy, 8 dla pracowników etatowych, 100 dla innych, np. podwykonawców), Łódź Biennale — 110 miejsc (80 wolontariuszy, 10 pracowników etatowych, 20 innych, np. podwykonawcy), Camerimage — 314 miejsc (300 wolontariuszy, 14 pracowników etatowych).<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Regionalna Strategia Innowacji Województwa Łódzkiego RSI LORIS 2005–2013. Adres: <http://www.rislodzkie.lodz.pl>.

<sup>4</sup> Camerimage organizowany jest przez Fundację Tumult, której siedziba mieści się w Toruniu.

W większości opracowań, będących analizą gospodarczą regionu, nie jest brany pod uwagę pozytywny wpływ działań kulturalnych. Znaczenie kultury i jej przemysłów jest w regionie spychane na margines. Jest to niepokojące, jeśli weźmie się pod uwagę Strategię Rozwoju Województwa Łódzkiego, przygotowaną na lata 2000–2006. Czytamy w niej bowiem, że realizacja pożądaných przemian, określonych w misji, przy aktualnym stanie i tendencjach rozwojowych regionu będzie wymagała skoncentrowania wysiłków na wielu problemach. Najważniejsze z nich sklasyfikowano w trzech strategicznych dla województwa sferach:

- społecznej — w której głównym celem jest wzrost ogólnego poziomu cywilizacyjnego województwa, a jednym z priorytetowych działań jest podniesienie poziomu wykształcenia i rozwój kulturowy mieszkańców;
- ekonomicznej — w której głównym celem jest poprawa konkurencyjności gospodarki województwa;
- funkcjonalno-przestrzennej — w której głównym celem jest stworzenie rzeczywistego regionu społeczno-ekonomicznego, posiadającego własną podmiotowość kulturową i gospodarczą, a jednym z działań jest inicjowanie i wspomaganie rozwoju różnych form i przejawów kultury regionalnej.

Ostatni rok jaskrawo pokazał korzyści płynące z wstąpienia Polski, czyli także regionu łódzkiego, do Unii Europejskiej. Unia bowiem otworzyła nowe możliwości przed przedstawicielami ośrodków akademickich, menedżerami kultury, dyrektorami instytucji kultury, organizacjami kulturalnymi, firmami z obszaru przemysłów kultury. Możliwości te są bezpośrednio związane z finansami, co w połączeniu z usystematyzowanymi działaniami władz regionalnych na rzecz rozwoju kultury może prowadzić do dynamicznego rozwoju tego obszaru gospodarki. Ważne jest jednak, aby kulturę oraz jej przemysły — jako obszar gospodarki społecznej — wspierać nie tylko incydentalnie, ale długotrwałym programem (zbudowanym na czytelnym zasadach), który pozwoli na tworzenie wartościowych przedsięwzięć, ich skuteczną inkubację i stabilne funkcjonowanie. Takim programem może stać się Narodowy Plan Rozwoju na lata 2007–2013. Jego celem jest podjęcie i uruchomienie przedsięwzięć, zapewniających wysoki wzrost gospodarczy, umocnienie konkurencyjności regionów i przedsiębiorstw oraz wzrost zatrudnienia, przy zapewnieniu wyższego poziomu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej. Wśród głównych zasad, sprzyjających realizacji podstawowych założeń, wymienia się między innymi uznanie wykształcenia, wiedzy, informacji i kultury za fundament rozwoju społeczno-gospodarczego.

Połączenie inicjatywy ludzi kultury ze wsparciem, udzielonym na poziomie struktur samorządowych i rządowych, organizacji pozarządowych, firm prywatnych, oraz wykorzystanie środków unijnych niewątpliwie doprowadzi do wzrostu znaczenia kultury w społeczno-gospodarczym rozwoju regionów. Dzięki temu młodzi ludzie będą mogli realizować swoje pasje, powstaną nowe miejsca pracy, a kultura w niedalekiej przyszłości stanie się jednym z kół zamachowych, napędzających rozwój regionu.



**III Międzynarodowy Festiwal Fotografii** (2000 widzów krajowych, 200 zagranicznych, 5 pracowników instytucji, 40 wolontariuszy)



**Cafe EUROPA I** (kilkanaście tysięcy widzów krajowych, 10 pracowników instytucji, 5 wolontariuszy, 10 innych pracowników, np. podwykonawcy)





**Międzynarodowe Triennale Tkaniny w Łodzi** (ok. 24 000 widzów krajowych i zagranicznych, 26 pracowników instytucji, 63 wolontariuszy)



**Festiwal Dialogu Czterech Kultur** (35 000 widzów krajowych i 3000 zagranicznych, 8 pracowników instytucji, 50 wolontariuszy, 100 innych pracowników, np. podwykonawcy)



**Łódź Biennale** (10 000 widzów krajowych i 1000 zagranicznych, 10 pracowników instytucji, 80 wolontariuszy, 10 innych pracowników, np. podwykonawcy)



**Festiwal Camerimage** (35 000 widzów krajowych i 5000 zagranicznych, 14 osób pracowników instytucji, 300 wolontariuszy)

**XIV Festiwal Mediów „Człowiek w Zagrożeniu”** (3000 widzów krajowych, 10 pracowników instytucji, 2 wolontariuszy, 10 innych pracowników, np. podwykonawcy)

**Międzynarodowy Festiwal Komiksu w Łodzi** (2000 widzów krajowych, 100 zagranicznych, 30 pracowników instytucji, 10 wolontariuszy)

**Europejskie Dni Dziedzictwa** (380 widzów krajowych, 6 wolontariuszy, 5 innych pracowników)

**”ESC” — projekt w ramach Videoart Festiwalu „RETRANSMISJA vol.1”** (ok. 150 widzów krajowych i zagranicznych, 5 pracowników instytucji, 2 wolontariuszy)

**Festiwal Animacji Reanimacja** (1200 widzów krajowych, 50 zagranicznych, 8 osób pracowników instytucji, 10 wolontariuszy, 8 innych pracowników, np. podwykonawcy)

**Festiwal Szkół Filmowych i Telewizyjnych „Mediaschool”**. (ok. 700 widzów krajowych ok. 50 zagranicznych, 10 pracowników instytucji, 5 wolontariuszy, 4 innych pracowników, np. podwykonawcy)

Szacunkowy łączny budżet projektów, przedstawionych w niniejszym opracowaniu, to 7 572 000 PLN.

## **Czy Łódź ma rzeczywisty potencjał inwestycyjny?**

Potencjał inwestycyjny miasta, regionu można ocenić za pomocą kilku obiektywnych miar. Kiedy chce się myśleć jak potencjalny inwestor, należy brać pod uwagę lokalizację, lokalną sytuację ekonomiczną, podatki, stan prawny kraju i regionu, strukturę bezrobocia, bezpieczeństwo, jakość lokalnych władz. Ale sama muszę przyznać, że przeświadczenie, iż to wystarczy, aby przekonać do podjęcia pozytywnej decyzji rzeczywistego inwestora, jest swego rodzaju wiarą w cuda. Na pełną ocenę mają bowiem na pewno wpływ, wiadomo o tym nie od dziś, czynniki pozabiznesowe, nazywane 'otoczeniem biznesu'. Ludzie, ich charakter, klimat miasta, kultura, oferta edukacyjna, sport, ekologia – wszystko to może okazać się równie ważne, jak autostrady, lotniska, zwolnienia podatkowe i bezrobocie wyższe od średniej krajowej. Najlepszy czas na dobry PR, na robienie dobrego wrażenia jest moment pierwszego kontaktu. Potem można negocjować albo... nadrabiać straty.

## **Biznesowa panorama regionu**

Z punktu widzenia Europy Łódź ma bardzo dobrą lokalizację. Już wkrótce w jej sąsiedztwie, nie tylko na planach GDDKiA, ale także w rzeczywistości, przetną się dwie najważniejsze autostrady. Pierwsza z nich – A1 – połączy Polskę z południem Europy, druga – A2 – stanie się częścią paneuropejskiej sieci drogowej i otworzy miasto na wschód i zachód, co oznacza, że Łódź zyska w oczach tych inwestorów, którzy, oceniając opłacalność inwestycji, biorą pod uwagę przyszłe koszty logistyczne.

Korzyści, wynikające z bliskości tak ważnego węzła komunikacyjnego, są oczywiste i już dostrzegli je ci, którzy kupują działki w okolicach Zgierza. Atrakcyjność lokalizacji terenu przy przyszłej A1 i jej planowanym przebiegu z A2 brali pod uwagę przedstawiciele firmy Masterlink – jednego z liderów rynku kurierskiego w Polsce, który kilka miesięcy temu nową sortownię przesyłek uruchomił w Lućmierzu. W tej okolicy nadal jest wolnych ponad 49 ha gruntów, przeznaczonych na cele magazynowo-produkcyjne z dopuszczeniem działalności handlowej — planowana w Łódzkiem IKEA z pewnością przyciągnie na te tereny kolejne firmy.

Co prawda Łódź na samej lokalizacji nie zbuduje sukcesu, bo brak infrastruktury komunikacyjnej może skutecznie zrazić do wydawania pieniędzy w danym miejscu. Jednak na korzyść regionu przemawiają plany (moim zdaniem ich realizacja może mieć miejsce najwcześniej za 2 lata) uruchomienia szybkiej kolei Łódź–Warszawa, oraz podniesienie lotniska na Lublinku do rangi portu międzynarodowego.

## **Wizerunek Łodzi budują ludzie**

Inwestycje w komunikację z Łodzią na pewno są niezbędne i każda z nich wpłynie na poprawę wizerunku miasta na tle Europy. Miasto czterech kultur, metaforycznie otwarte, nie może przecież trwać w obecnej izolacji — musi uwzględniać zmiany w stylu życia i sposobie podróżowania, jakie zachodzą we współczesnym świecie. Przedstawiciele Łodzi muszą też pamiętać, że miasto tym, którzy do niego przyjadą, musi mieć coś atrakcyjnego do zaoferowania.

Rodzajem sprawdzianu dla Łodzi jest zatrzymanie w niej tych, którzy tu studiują, a którzy stają się po studiach zapleczem dla działań kadr potencjalnych inwestorów, lub inwestują we własne firmy, zmieniając się w pracodawców, dzięki własnej, naturalnej przedsiębiorczości.

W kontaktach z inwestorami nie może dziś zabraknąć, obok odpowiedzi na pytanie: „How to do business in Łódź?”, pewnego rodzaju rachunku zysków, w którym zostanie przedstawiona wycena kapitału ludzkiego tego miasta, bo to jedna z mocnych stron wizerunku regionu.

Public Relations dla łodzian można zacząć od zaraz, bo ten, kto będzie przygotowywać takie opracowanie ma już kilka gotowych argumentów. Pierwszy z nich, choć kolejność nie jest próbą wartościowania, jest oczywiście środowisko akademickie i około 85 000 studentów, kształcących się zarówno na kierunkach biznesowych, jak i artystycznych. Obecność studentów w mieście to przywilej, bo (powtórzę to jeszcze raz) nie ma lepszej gwarancji dostępu do wysoko wykwalifikowanych pracowników niż aktywne środowisko akademickie.

Jeśli o przyszłości Łodzi i regionu uda się myśleć z uwzględnieniem w tym myśleniu aspektu wizerunkowego kultury, to niemal milionowe miasto stanie się wartym miliony rynkiem wartościowych

pracowników i potencjalnych konsumentów, do którego Specjalna Strefa Ekonomiczna może okazać się dodatkiem.



Ilustracja: Tomasz Kaczkowski

### **Byliśmy, jesteśmy, będziemy (w Europie)?**

**Artur Zaguła**

Rok naszego istnienia w ramach Unii Europejskiej skłania do refleksji na temat naszego funkcjonowania nie tylko w europejskiej gospodarce, ale także kulturze. Chciałbym jednak obszar refleksji na ten temat rozciągnąć na znacznie większy przedział czasowy i na tym tle spróbować zobaczyć zmiany, jakie są udziałem Polski w historii Europy. Zakres rozważań ograniczę do jednej instytucji kulturalnej z terenu naszego miasta, której historia może obrazować historię innych ośrodków. Muzeum Sztuki, bo o nim chcę mówić, jest mi bliskie w sposób osobisty — rozpoczynałem tam karierę historyka sztuki i pracowałem w nim przez kilka lat. Wiele mu zawdzięczam i jego dalszy los nie jest mi obojętny. Chciałbym prześledzić historię jego istnienia w kulturze europejskiej w przeszłości i dzisiaj, oraz sprawdzić, czy nastąpiły jakieś szczególne zmiany od czasu przemian ustrojowych, i czy widać je po roku od wstąpienia do Unii.

Początki Muzeum Sztuki w Łodzi sięgają czasów przedwojennych. Czy była to wówczas instytucja o znaczeniu europejskim? Na pewno nie, ale właśnie wtedy zaczęła budować swoją europejską tożsamość. Działo się to dzięki wybitnym jednostkom, które nie mając żadnych kompleksów, stworzyły z prowincjonalnego i nikomu nieznanego muzeum instytucję o znaczeniu europejskim. Wszystko zaczęło się od daru Juliana i Kazimierza Bartoszewiczów, odrzuconego przez muzea krakowskie, który stał się podstawą istnienia Miejskiego Muzeum Historii i Sztuki w Łodzi. W nim właśnie w 1931 r. znalazła swoje miejsce Międzynarodowa Kolekcja Sztuki Nowoczesnej grupy „a.r.”. Została ona stworzona przez

wybitnego artystę Władysława Strzemińskiego przy współudziale Henryka Stażewskiego i Jana Brzękowskiego.

Strzemiński był na wskroś Europejczykiem, jego sposób myślenia przekraczał wszelkie granice narodowe i polityczne. Świetnie pisze o tym Serge Fauchereau: „Artyści marzyli o swobodnym krążeniu sztuki, światopoglądów i ludzi ponad granicami politycznymi i nawet na przekór odmienności języków [...] Podróżowanie ludzi i wymiana myśli nie były wówczas tak łatwe, jak obecnie, a jednak udawało się. Strzemiński i Kobro pracowali w UNOWIS w Witebsku, podczas gdy Tadeusz Peiper studiował w Hiszpanii [...] Wspólnie zdobywano środki finansowe i kształtowano nowe idee. Francuz Arp i Rosjanin El Lissitzky publikowali »Ismen de l'art« w Zurychu, Węgier Moholy-Nagy podjął się wydania książki Malewicza w Bauhausie. Na szpaltach pisma »L'art. Contemporain — Sztuka Współczesna«, które spełniało jak gdyby rolę organu grupy »a.r.«, obok licznych reprodukcji dzieł ukazywały się poezje w dwóch językach i szkice krytyczne. Była to Europa bez Wschodu i Zachodu, bez Północy i Południa — czyli miejsce sztuki, które zapraszało ponadto pozostałe części świata”<sup>5</sup>.

Prowincjonalne łódzkie muzeum, dzięki swojej kolekcji, opartej na wymianie między artystami, zaczęło współkształtować oblicze europejskiej kultury. Było ono jednym z pierwszych miejsc na świecie, pokazujących dokonania sztuki współczesnej w publicznych instytucjach. Nie stałoby się to jednak bez światłej władzy, która pozwoliła na umieszczenie kolekcji w miejskim muzeum. Decyzję na miarę europejską podjął Przemysław Smolik — przewodniczący Wydziału Oświaty i Kultury magistratu łódzkiego. Nie była to decyzja łatwa, wiemy bowiem, że przyjęcie propozycji miało wielu przeciwników, a już wcześniej odrzuciła ją Warszawa. Europejskość miejsca, jakim stało się łódzkie muzeum, potwierdził wybór nowego dyrektora, którym został w 1935 r. lwowski historyk i krytyk sztuki Marian Minich. Kontynuował on pracę rozpoczętą przez grupę „a.r.” i starał się uzupełniać zbiory, szczególnie sztuki nowoczesnej.

Po II wojnie światowej na wiele lat przerwana została łączność ze sztuką europejskiego Zachodu. Jednak tuż po odwilży 1956 r. wznowiono międzynarodowe kontakty, dzięki wystawie w Galerii Denise René w Paryżu „Précurseurs de l'art. abstract en Polotne”, przedstawiającej dzieła Władysława Strzemińskiego i Katarzyny Kobro. W latach 60. Marian Minich nadal uzupełniał zbiory, przede wszystkim dzięki dobrym kontaktom osobistym z artystami mieszkającymi w Paryżu.

Prawdziwie europejską instytucją stało się Muzeum Sztuki w latach 1966-1993, kiedy jego dyrektorem był Ryszard Stanisławski. Ten wybitny krytyk sztuki, o niezwykle wyczulonym smaku, kontynuował idee rozwinięte przez Strzemińskiego. Podobnie jak poprzednik, był człowiekiem bez kompleksów, doskonale zorientowanym w sytuacji sztuki i kultury europejskiej. Zorganizował on serię wystaw międzynarodowych w Europie, a potem w Ameryce, pokazujących polską sztukę awangardową. Dzięki tym prezentacjom okazało się, jak oryginalny i wielki wkład w historię sztuki europejskiej mają polscy artyści. Współcześnie w żadnej poważnej publikacji, dotyczącej europejskiej awangardy, nie można pominąć twórczości Kobro, Strzemińskiego czy Stażewskiego. Stanisławski nawiązał, a potem niezwykle dynamicznie rozwijał, kontakty z muzeami i galeriami europejskimi — np. Centre Pompidou w Paryżu, Rijksmuseum Kröller-Müller w Otterlo, Whitechapel Art Gallery w Londynie, Museum of Modern Art w Oxfordzie, Museo de Arte Moderna w Wenecji czy IVAM Centre Julio Gonzáles w Walencji. To tylko kilka ważniejszych instytucji, które stały się polem wymiany artystycznej między Polską a Europą. Z kolei Muzeum Sztuki stało się w ten sposób nie tylko miejscem rozpoznawalnym, ale wręcz centrum sztuki współczesnej w tej części Europy. Wciąż pamiętam, jak nazwa muzeum, którego byłem przedstawicielem, otwierała mi drzwi gabinetów kuratorów i dyrektorów najważniejszych instytucji kulturalnych w Londynie.

Niestety, czasy te skończyły się wraz z połową lat 90. Nastąpiły wówczas zmiany, które całkowicie zaprzepaściły europejski charakter tej instytucji. Dzisiaj jesteśmy w Unii Europejskiej, a ja mam wrażenie, że muzeum łódzkie staje się coraz bardziej prowincjonalne i jak na razie nie widać nadziei na zmianę. Wydaje się, że jesteśmy Europejczykami nie dlatego, że należymy do Unii, ale dlatego, że potrafimy sięgać myślami szerzej i dalej niż najbliższy zaułek naszej ulicy. Jak widać z historii muzeum, bardziej europejskie było ono za „żelazną kurtyną” niż obecnie w dobie przekraczania granic państw europejskich bez paszportu.

<sup>5</sup> Fauchereau S.: Grupa „a.r.” albo Atlantyda. W: Kolekcja sztuki XX w. w Muzeum Sztuki w Łodzi [katalog wystawy]. 6 maja – 2 czerwca 1991 r., Galeria Zachęta, Warszawa.

Mam jednak nadzieję, że nasza obecność w Unii zmusi nie tylko kierujących placówkami kulturalnymi w Polsce, ale także władze państwowe i regionalne do szerszego i perspektywicznego myślenia. Tylko wizjonerskie pomysły, wsparte działaniami władz administracyjnych, mogą do tego doprowadzić. Oby w Łodzi stało się to jak najszybciej.



## Analiza i podsumowanie efektów międzynarodowej współpracy artystyczno-kulturalnej

Maciej Mazerant

Trzecie wydanie opracowania „Kulturalnie do celu” poświęcone jest analizie i podsumowaniu międzynarodowej współpracy artystyczno-kulturalnej. Jak w poprzednich wydaniach, skupiamy się przede wszystkim na wybranych przykładach przedsięwzięć artystyczno-kulturalnych, które zdaniem redakcji magazynu miały wpływ na kreowanie świadomości artystycznej i kulturalnej mieszkańców naszego regionu oraz w sposób bezpośredni lub pośredni oddziaływały na społeczno-gospodarczy rozwój regionu.

Łódź — usytuowana w centrum Polski i Europy — w pierwszym roku członkostwa w Unii gościła duże grono ludzi kultury z całej Europy i ze świata. Jeśli weźmie się pod uwagę kreowanie wizerunku Polski na arenie międzynarodowej, to tak liczny udział artystów w łódzkich przedsięwzięciach kulturalnych powinien cieszyć. Artysty nie należy bowiem traktować jak lekkoducha, realizującego jedynie swoje szalone pomysły. Należy w nim widzieć przede wszystkim przedsiębiorcę, a jego wizytę traktować jak dowód na znaczenie Polski na europejskim rynku sztuki i kultury. Wstąpienie naszego kraju w struktury Unii Europejskiej uświadomiło twórcom i ich menedżerom, że ok. 40 mln ludzi to potężny rynek, którym warto się zainteresować. To, że polski konsument nie jest zamożny, nie dyskryminuje go w żaden sposób, a udział w przedsięwzięciach kulturalnych staje się doskonałą okazją do jego stosunkowo niekosztownego pozyskania.

Artysta po zakończeniu wizyty w danym mieście w sposób naturalny staje się jego ambasadorem, a prace zrealizowane (np. podczas Łódź Biennale) bądź prezentowane i nagradzane (np. Camerimage) są wizytówką nie tylko artysty, ale i miasta. Z takiego stanu rzeczy już od dawna korzystają miasta i regiony w Europie, a rozwinięte przemysły kultury w znacznym stopniu zasilają miejskie budżety.

Wizyty gości z zagranicy, oprócz czysto ekonomicznych korzyści dla hotelarzy, restauratorów itd., stają się również doskonałą okazją do edukowania studentów, uczniów szkół, szeroko pojętej publiczności, która z różnych powodów nie może pozwolić sobie na tzw. turystykę kulturalną. Edukacja taka podnosząc samoocenę mieszkańców regionu („taka sława przyjechała do nas na festiwal”), ma niewątpliwie pozytywny wpływ na budowanie jakości ich życia społecznego, co następnie przekłada się także na jego ekonomiczny wymiar.

Współpraca międzynarodowa nie polega tylko na goszczeniu artystów i ludzi kultury, np. z krajów Unii Europejskiej w Polsce. Inicjatywy tego typu są doskonałym punktem wyjścia do nawiązywania kontaktów. W przyszłości mogą one zaowocować wyjazdem naszych twórców i promowaniem przez nich polskiej kultury na arenie międzynarodowej.

W dwóch prezentowanych częściach opracowania podjęliśmy się przedstawienia kilkunastu przedsięwzięć kulturalnych, które w pierwszym roku członkostwa Polski w Unii Europejskiej odbyły się po raz pierwszy bądź miały swoją kolejną edycję.

Oprócz licznej widowni i artystów z Polski w projektach tych uczestniczyli artyści z zagranicy — w sumie około 870 osób, które zainteresowały się Łodzią. Oczywiście nie wszyscy artyści przyjechali i fizycznie pojawili się w Łodzi. Nie znaczy to jednak, że ich udział w przedsięwzięciach nie przekładał się na rozwój i kreowanie wizerunku miasta. To dopiero pierwszy rok członkostwa Polski w Unii Europejskiej — a według opinii organizatorów przedsięwzięć kulturalnych zainteresowanie ich projektami staje się coraz większe. Możemy więc spodziewać się, że w kolejnych latach liczba twórców z zagranicy odwiedzających Łódź wzrośnie, co na pewno pozytywnie wpłynie na rozwój ekonomiczno-społeczny naszego miasta i całego regionu.

### Festiwal fotografii

Artyści krajowi — 150 osób

Artyści zagraniczni — 10 osób

#### **Festiwal komiksu**

Artyści krajowi — 20 osób

Artyści zagraniczni — 8 osób

#### **Cafe Europa**

Artyści krajowi — 15 osób

Artyści zagraniczni — 15 osób

#### **Triennale Tkaniny**

Artyści krajowi — 20 osób

Artyści zagraniczni — 123 osoby

#### **Reanimacja**

Artyści krajowi — rosnąco (2005 r.— 60 osób)

Artyści zagraniczni — rosnąco (2005 r.— 39 osób}

#### **Festiwal Dialogu Czterech Kultur**

Artyści krajowi — 200 osób

Artyści zagraniczni — 120 osób

#### **Łódź Biennale**

Artyści krajowi — 43 osoby

Artyści zagraniczni 59 osób

#### **Camerimage**

Artyści krajowi — 1200 osób

Artyści zagraniczni — 400 osób

#### **Mediaschool**

Artyści krajowi — 7 autorów filmów

Artyści zagraniczni — 90 autorów filmów

### **Łódź — miasto europejskie, czy prowincja?**

Katarzyna Nowakowska

#### **Miks wizerunkowy**

Warto inwestować w wizerunek, bo jego wartość to kapitał. I choć trudno poddaje się on jednoznacznym ocenom, to ten, kto go nie ma, nie jest naprawdę bogaty. Umiejętność właściwego prezentowania siebie decyduje o sukcesie w tym samym stopniu, co fakty i liczby. Ten, o kim mówi się dobrze, kto jest pozytywnie kojarzony, obecny w świadomości otoczenia, jest nie tylko bardziej interesujący, ale i w efekcie wydaje się być znacznie bardziej godny zaufania.

Dobry wizerunek buduje wiarygodność także w przypadku miasta czy regionu. A skoro w ocenie potencjalnych inwestorów wiarygodność to jeden z kluczowych elementów powodzenia w biznesie, to może warto, zabiegając o inwestycje, przekonywać o swojej atrakcyjności właśnie w oparciu o dobrą reputację, listy rekomendacyjne od powszechnie znanych osobistości, a także realia — nie tylko ekonomiczne, ale i kulturalne. Zestawienie argumentów, zarówno oczywistych, jak i zaskakujących, musi zostawiać dobre wrażenie — od pierwszego dobrego wrażenia zaczyna się bowiem wiele znanych, wieńczonych sukcesem, historii inwestorskich.

#### **Jaka jest Łódź?**

Kultura to istotny element identyfikacji każdego miasta. Jeśli się ją posiada — a Łódź ma się czym pochwalić — można z niej bez wahania uczynić podstawę wizerunku, reputacji i popularności. Miejsca, uznawane w Europie za atrakcyjne, interesujące, przyciągają jak magnes przede wszystkim swą kulturową wyrazistością. Unia Europejska programowo wspiera różnorodność — w art. 128,

ust. 1 Traktatu o WE zawarte jest wyraźne wskazanie, że przedmiotem polityki kulturalnej UE nie jest jedna kultura, ale bogactwo kultur państw członkowskich, które będzie wspierane na równi z ochroną wspólnego dziedzictwa Europy.

Czy na tym tle Łódź potrafi na tyle wyeksponować swoją magię, żeby kiedy pomyśli się o Polsce lub Unii Europejskiej, w pamięci pojawił się nie tylko Kraków, Trakt Królewski, ul. Bracka, kościół Mariacki, Festiwal Kultury Żydowskiej, Warszawa, Nowy Świat? Żeby pojawiła się wtedy także Łódź z przydomkiem „Fabryczna” lub „Kaliska”, z Festiwalem Dialogu Czterech Kultur, szkołą filmową, żeglarzami, a także fabrykami, w których na nowo uruchamiane są warsztaty — już nie produkcyjne, ale artystyczne.

### **Sztuka pewności siebie**

Oczywiście, jeśli mam być sprawiedliwa, z zalem muszę przyznać, że Łódź na razie nie wytrzymuje wizerunkowego porównania z Krakowem, Warszawą czy Gdańskiem, ani ze znanymi miastami Europy. Mało się o niej mówi i niewiele wie, a i wciąż nie dokłada się w niej należytych starań, by ten stan rzeczy zmienić. „Poznaj samego siebie” — mawiali starożytni Grecy i wysoko cenili sobie sztukę pewności siebie. Ten, kto sam nie wie, w czym jest dobry, tego nie stać na podejmowanie nowych wyzwań. Kto nie umie się pochwalić, ten nie podejmuje ryzyka bycia dostrzeżonym. A kogo nie widać, tego... nie ma. Nie należy jednak popadać w przesadę i załamywać rąk nad nieobecnością Łodzi w międzynarodowej świadomości — trzeba za to realnie ocenić szanse i możliwości miasta.

Łódź zna swoje „nieeuropejskie” ograniczenia i czasami zdarza się, że przekonująco dowodzi, iż nie zamierza ich akceptować. Szybka kolej, lotnisko — w tej kwestii stanowisko władz miasta jest już w jakimś stopniu znane, jednak nadal nikt istniejącym planom nie robi „publicity”. W wyniku tego może stać się tak, że choć prowincjonalizm komunikacyjny Łodzi nie będzie miał już miejsca, to nadal będzie uznawany za jej słabą stronę. Oczywiście komunikacja nie jest jedyną pozycją na liście zagadnień, z których składa się wizerunek miejsca. Ciągłej uwagi wymagają: nowoczesny system informacji o mieście, inwestycje w infrastrukturę aglomeracji (zwłaszcza te, które ułatwiają życie turystom i gościom), opieka nad zabytkami, promocja wyższych uczelni, kalendarium kulturalnych wydarzeń miasta i regionu, wspieranie środowisk twórczych w kontaktach z Unią, oraz udział w unijnych projektach kulturalnych.

Można oczywiście poczekać aż Europa znajdzie Łódź sama, ale czas, który do tego momentu minie, może okazać się nie do odrobienia. Unia bowiem wciąż będzie się poszerzać, a w jej granicach będą pojawiać się takie potęgi kulturowe, jak chociażby Lwów. Jeśli więc Łódź do momentu przyjęcia nowych członków nie zbuduje swojego międzynarodowego wizerunku, może stać się tak, że będzie musiała zadowolić się statusem miejsca „przy drodze”.

### **Jaka jest więc Łódź?**

W mieście chyba nie wie się, jakie ono jest, bo gdyby znano jego mocne strony, pewnie zadbano by o włączenie do jego strategii konkretnych działań PR. W oficjalnych materiałach, prospektach, folderach, mapach Łódź jest, niestety, nijaka. I choć nie jest to zgodne z jej prawdziwym obliczem, to bez zmiany polityki informacyjnej docierać do Łodzi będą tylko najbardziej dociekliwi. O europejskości naszego miasta wiemy bowiem na razie tylko my — Polacy łodzianie i niełodzianie — zakochani w jego staroindustrialnym klimacie, o którym, w znaczeniu, w jakim mieszkańcy Unii rozumieją europejskość, nikt oficjalnie nie mówi.

Przed miastem stoi wiele wyzwań — politycznych, ekonomicznych, ekologicznych i wizerunkowych. Jeśli każde z nich potraktuje się z równą powagą, być może Łódź ma szansę zostać w przyszłości Europejskim Miastem Kultury, tak jak w 2000 r. został nim Kraków. Czy to możliwe? Nie wiem, ale wiem na pewno, że należy spróbować się o to postarać. Pożytek z podjęcia takiego wyzwania, jeśli w pracach wezmą udział PR-owcy, będzie z pewnością wizerunkowym sukcesem Łodzi.



Ilustracja: Tomasz Kaczkowski

## Kulturalne nadzieje Artur Zaguła

Trudno jest dziś wyrokować, w jaki sposób nasze wejście do Unii Europejskiej wpłynie na rozwój kultury w regionie. To, co zdarzyło się w ostatnim roku w tym zakresie, nie daje możliwości określenia, czy i w jaki sposób Unia zmieni kulturalne oblicze Łódzkiego. Kluczowa w tym względzie może okazać się unijna polityka regionalna. W naszym regionie jakkolwiek znajdziemy instytucje o znaczeniu ogólnopolskim czy nawet europejskim, to jednak większość z nich ma charakter regionalny. Zwłaszcza więc te instytucje oprócz dotacji gmin i samorządu lokalnego potrzebują dla rozwoju nowych inicjatyw dodatkowego wsparcia. Może nim być odpowiednio kierowana pomoc unijna. Zależy ona jednak także od inicjatywy szefów placówek kulturalnych.

Jeśli chodzi o Łódź, to jak się wydaje, ostatni rok zwłaszcza w zakresie sztuk plastycznych może napawać niewielkim optymizmem. Szczególnie ciekawe jest odradzanie się miejsc, inicjatyw i projektów, znanych z przeszłości i mających dobrą markę.

Pierwszą inicjatywą, o której warto tu wspomnieć, jest Łódź Biennale. Nie chcę omawiać samego wydarzenia, ale zwrócić uwagę na jego kontekst historyczny i wskazać, że to przedsięwzięcie powinno mieć szansę rozwoju także dzięki środkom unijnym. Łódź Biennale jest spadkobiercą wielkiego międzynarodowego projektu artystycznego „Konstrukcji w procesie”, powstałego w czasach Solidarności. Projekt ten, w którym wzięli udział wybitni przedstawiciele awangardy europejskiej i światowej, zaproszeni przez polskich artystów do stworzenia dzieł, był realizacją pomysłów pierwszej łódzkiej awangardy z Władysławem Strzemińskim na czele. Ze względów oczywistych impreza nie mogła być kontynuowana

w latach 80., tak więc dopiero po przemianach 1989 r. powrócono do tej idei i zorganizowano „Konstrukcję w procesie 2”. Dzięki niej wyłonił się pomysł powstania Muzeum Artystów — nie przetrwał on jednak próby czasu, ponieważ oparty był na przekonaniu, że można działać pozainstytucjonalnie. Twórcy muzeum wierzyli, że uda się dzięki własnej inicjatywie stworzyć miejsce będące centrum międzynarodowej wymiany artystycznej.

Wydaje się, że nasze przygotowania do wejścia do Unii, a potem sam proces wejścia pozwoliły na konieczną zmianę myślenia w tym zakresie. Korzystając z doświadczeń europejskich, postanowiono zacząć od tworzenia instytucji o solidniejszych podstawach, by dopiero później tworzyć inicjatywy artystyczne. Polska prowizorka zastępowana jest bardziej pragmatycznym, a przez to mającym dużo większe szanse powodzenia, sposobem myślenia. Daje to możliwość działania dłuższego i na większą skalę. Dlatego można mieć nadzieję, że Łódź Biennale nie zakończy swojego istnienia po pierwszej edycji.

Drugą instytucją, napawającą optymizmem (przynajmniej w zakresie materialnym) jest Miejska Galeria Sztuki, która w kwietniu tego roku ponownie otworzyła Ośrodek Propagandy Sztuki — wyremontowany i przebudowany. Galeria sięgająca swoją historią jeszcze lat 20. poprzedniego wieku, przez cały okres powojenny była prężnym ośrodkiem wystawienniczym. W latach 90. następowała jej powolna degradacja, spowodowana przede wszystkim fatalnym stanem budynku. To wtedy postanowiono dostosować go do wymogów wystawienniczych współczesnego świata artystycznego.

Inicjatywa ta, dzięki której mamy w Łodzi jedną z najbardziej zaawansowanych technologicznie przestrzeni wystawienniczych w Polsce, jest jak najbardziej godna poparcia. Wygląda na to, że dyrektorzy przynajmniej niektórych placówek kulturalnych zrozumieli, że skończył się czas prowizorki. Jeszcze do niedawna artyści, którzy przyjeżdżali do Polski musieli tworzyć wystawy, mając do dyspozycji najprostsze technologie i materiały. Teraz czasy takiego obrazu naszego kraju się skończyły. Coraz bardziej będą liczyły się profesjonalizm i dobra organizacja. Nowa galeria — wyposażona w nowoczesny sprzęt, dobrze oświetlona dzięki świetlikom w dachu, wyposażona w możliwość zmiany światła w zależności od ekspozycji dzięki specjalnym ekranom, oraz zaopatrzona w oszczędny system oświetleniowy — daje znakomite warunki ekspozycyjne każdemu projektowi.

Mam nadzieję, że te dwa przykłady udanych inicjatyw zwiastują zmianę, która musi nastąpić w polskich i łódzkich placówkach kulturalnych. Nazwałbym ten proces profesjonalizacją instytucji kultury. Przystaje w nich rządzić przypadek i nieudolni finansowo, medialnie dyrektorzy — powinni natomiast zacząć prowadzić je ludzie, którzy rozumieją, że bez odpowiedniego przygotowania materialnego i logistycznego nie ma szans na interesujące projekty artystyczne o europejskim zasięgu. Nie może być dłużej tak, że muzea nie mają programu wystawienniczego i realizują przypadkowe wystawy. Dobra wystawa to kilkuletni projekt, w którym z całą świadomością i konsekwencją realizuje się wytyczony plan. Takich projektów sobie i wszystkim zainteresowanym dobrą sztuką gorąco życzę.



## Wywiad z Grzegorzem Olszewskim — animatorem kultury, prezesem Stowarzyszenia Promocji Studenckiej

**Znamy się już kawał czasu. Kiedy po raz pierwszy przyszedłem do AOK, był rok 2001 i odbywała się realizacja projektu „Twoimi oczami”. Grzegorzu, pracujesz w Akademickim Ośrodku Inicjatyw Artystycznych, pracowałeś w Akademicki Ośrodek Kultury.**

Tak, AOK powstał z połączenia Ośrodka Inicjatyw Artystycznych z Teatrem 77 i tę nową nazwę nosi od kwietnia tego roku.

**Powiedz, jakie stanowisko tutaj piastujesz?**

Jestem starszym specjalistą.

**Chciałbym jednak głównie porozmawiać o Twoim Stowarzyszeniu Promocji Studenckiej.**

Stowarzyszenie powstało w 1993 r., założone przez grupę studentów z Wydziału Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego. Na początku wszystko koncentrowało się wokół organizacji koncertów w klubach na Lumumbowie. Około 1994 r. działalność zamarła, a odżyła w 1997 r.

**Jesteś absolwentem...**

Wydziału Socjologiczno-Ekonomicznego Uniwersytetu Łódzkiego, kierunek: socjologia kultury, socjologia sztuki i animacja kulturalna.

**Czy to dobry wydział? Jak przygotował Cię do realiów, które mamy teraz? Czy te studia pomogły Ci odnaleźć się w rynkowym podejściu do kultury?**

O dziwo, typowe przygotowanie do tego typu pracy. Przy organizacji przedsięwzięć kulturalnych sama idea, pomysł jest sprawą oczywistą, ale nieodzowna ich część — jak marketing, kwestie związane z prawem autorskim, zarządzanie — są na kierunkach artystycznych często pomijanymi zagadnieniami. Z moich studiów wyniosłem więcej informacji na temat samej organizacji podmiotów pomagających artystom.

**Wiem, że w ramach Stowarzyszenia prowadzicie bardzo intensywną działalność, związaną z wykorzystaniem środków unijnych.**

Tak, ostatnio jest taka koniunktura [uśmiech]. Organizujemy wymiany międzynarodowe, seminaria tematyczne. Pierwsze były Warsztaty Parateatralne „Mowa ciała” z Grekami, Portugalczykami i Litwinami, ostatnie, na początku marca, seminarium European Youth Highway z Hiszpanami, Niemcami i Brytyjczykami, mające na celu zbudowanie sieci kontaktów z grupami, z którymi do tej pory współpracowaliśmy.

**Czy z tego, co robisz w Stowarzyszeniu, można żyć?**

Stowarzyszenie Promocji Studenckiej jest organizacją non-profit, nie możemy więc zarabiać żadnych pieniędzy. Działanie w Stowarzyszeniu jest dobrą odskocznią, zdobywaniem wiedzy, kapitałem, który z czasem się przydaje. Ale spotkałem się też — kiedy starałem się o pracę

w pewnej firmie — z tym, że prowadzenie stowarzyszenia nie było mile widziane. Nie wiem, z czego to wynika... Ale generalnie takie doświadczenie pomaga, bo zdobywa się dużą wiedzę. Choć jest to co prawda kosztem własnego czasu i rodziny.

**No właśnie, do tego też chciałem nawiązać. Czy łączenie funkcji prezesa stowarzyszenia i pracownika AOIA koliduje z życiem rodzinnym.**

Taka praca pochłania mnóstwo czasu i z tego względu powstają różne problemy. Myślę, że nie jestem tu jedyny. Nie pracujemy od godziny do godziny, nie da się tej pracy zamknąć w ramy czasowe. Dotyczy to zarówno stowarzyszenia, jak i AOIA. Uświadomiłem sobie ostatnio, że mimo iż organizowaliśmy różne wyjazdy na terenie całego kraju, to tak naprawdę nie miałem wakacji od dwóch lat. Taki wyjazd bowiem, choć w przyjemne miejsce i z fajnymi ludźmi, jest jednak pracą. Nie można sobie pozwolić na pełen relaks.

**Zorganizowanie wymiany to budżet kilkudziesięciu tysięcy. A czy wynagrodzenia przy tych projektach są dla Ciebie satysfakcjonujące, czy też nie?**

Z wynagrodzeniami wiążą się pewne problemy. To są dotacje celowe. Można oczywiście część tych pieniędzy przeznaczyć na gratyfikację za koordynację, pracę przy projekcie, ale są to niewielkie sumy, biorąc pod uwagę, że pełna realizacja projektu zajmuje kilka miesięcy.

**Chciałbym się więc w takim razie dowiedzieć, czy to ma sens? Poświęcanie czasu, robienie ciekawych projektów, angażowanie w to ludzi? Inni korzystają, a organizator nie ma z tego dochodów. Czy menedżer kultury jest naiwniakiem, który tylko i wyłącznie realizuje swoje pasje, czy też można być menedżerem kultury i zarabiać na tym pieniądze? W jaki sposób to zrobić? — to jest pytanie, które nurtuje większość osób.**

Myślę, że można. Problem w tym, aby przekonać urzędników w tym kraju, że zarabianie pieniędzy nie jest grzechem i oduczyć ich przeliczania tego na godziny. Czyli jakość, a nie ilość. Praca takiego menedżera opiera się na samodzielnej organizacji czasu. Niestety, jesteśmy przyzwyczajeni do tego, że organizator imprez działa charytatywnie albo pracuje w jakimś domu kultury. Nawet osoba pełna dobrych chęci po prostu w pewnym momencie nie ma z czego żyć.

**I zaprzestaje tej działalności, ponieważ nie ma się za co utrzymać.**

Tak. I to jest sytuacja korupcyjna.

**Funkcjonowanie kultury można podzielić na trzy obszary: państwowe instytucje samorządowe, organizacje pozarządowe i firmy prywatne. Który sektor powinien wychodzić do przodu i realizować tych projektów najwięcej?**

Powinny się nawzajem wspierać. A samorządy nie powinny traktować organizacji pozarządowych jak konkurencji, lecz jak partnerów.

**A jak organizacje pozarządowe współdziałają ze sobą w regionie? Czy działają na wspólne dobro, czy też konkurują ze sobą?**

Za mało jest współpracy. Wszyscy razem wspólnie powinniśmy kreować wizerunek regionu i miasta. Dam prosty przykład. Od kilku lat, wraz z samorządami studenckimi i organizacjami z terenu całego kraju, organizujemy w zasadzie międzynarodowy obóz studencki dla około 1000 osób. Każde miasto odpowiada za jakąś dziedzinę. Jedno za logistykę, drugie za kwestie

związane z ochroną, kolejne za program itd. My przez kilka lat odpowiadaliśmy za program. Nikt z organizatorów imprezy nie operuje nazwami organizacji czy nazwiskami, mówi się przykładowo: „...Łódź robi program...”, „Idź do ludzi z Wrocławia – oni za to odpowiadają...” itd. Jest to wystawianie świadectwa miastu. Nie mogę więc zrozumieć, dlaczego władze naszego miasta bronią się przed jego promocją poza jego granicami. Dla mnie promocja Łodzi tylko w Łodzi jest niewystarczająca. A niestety każdy projekt, który nie odbywa się na terenie miasta przestaje interesować nasze władze...

Mieszkam w Łodzi od 17 lat, wychowałem się na Pomorzu Zachodnim. Przyznaję, na początku nie lubiłem tego miasta. Teraz jednak mogę stwierdzić, że to jest moje miasto — żyję tu i lubię je coraz bardziej. Z każdym dniem. To miasto ma swój urok, ma duszę, czego, jak zauważyłem, niektóre miasta nie posiadają.

**Powiedz, dlaczego jest tak mała wiara w możliwość zdobycia funduszy europejskich? I dlaczego, biorąc pod uwagę możliwości, absorpcja tych środków jest tak niska?**

Osoby, które zaczynają od wielkich projektów nie mając nic, mają mniejsze szanse. Wymogiem wielu funduszy jest bowiem udział własny. Jest to „ból”, podejrzewam, większości pozarządówek. A dlaczego nie wierzy się? Bo po prostu nie chce się ludziom uczyć! Model ustawicznego kształcenia jest nam obcy. A jeżeli nie potrafimy czegoś zrobić, czegoś osiągnąć – zaniżamy wartość tego. O ile pamiętam, w psychologii nazywa się to „metodą kwaśnych winogron”.

**A pisanie wniosków? Ty to robisz sam, nie korzystasz przecież z żadnych usług zewnętrznych czy firm.**

Nie. Czasami konsultuję wnioski z Regionalnym Centrum Informacji Europejskiej, i to o dziwo w Białymstoku, a nie w Łodzi [śmiej]. A to dziwne, przecież mamy Instytut Europejski o dużej renomie.



**Czyli robisz projekty sam? Opracowujecie stronę merytoryczną, wypełniacie tabelki, budżety.**

Jako stowarzyszenie robimy wszystko sami. Staramy się pomysł dopasować do odpowiedniego funduszu i piszemy.

**Czy jako stowarzyszenie jesteście otwarci na różnego rodzaju projekty i wspieracie ludzi, którzy chcieliby wejść do Was i zrealizować swój pomysł?**

Tak, oczywiście. Powiem więcej — jeżeli taki projekt dojdzie do skutku, osoba, pomysłodawca nie musi być nawet członkiem Stowarzyszenia, dostanie pełną pomoc i to ona, jeżeli projekt okaże się sukcesem, zbiera cały splendor. My tylko pomagamy. Uważamy, że osoby, które osiągną sukces, pociągną za nim i Stowarzyszenie. A sprowadzanie sukcesów poszczególnych osób do jednego mianownika firmy, organizacji czy partii pachnie bzdurą i totalitaryzmem.

**A korzystacie ze środków prywatnych, sponsorów?**

Tak. Chcieliśmy w tym miejscu podziękować Pani Małgorzacie Badowskiej – wspiera nas od kilku lat przy organizacji Akademickiej Jesieni Jazzowej. To jest ewenement mimo wszystko, ponieważ jest to osoba fizyczna, a nie podmiot prawny. A co do firm, jest takie przysłowie „z biednym nie da się zrobić interesu”, czyli jeśli ludzie nie mają pieniędzy, to i firmy mniej chętniej przyjmują rolę sponsora. Takie mam wrażenie, ale nie jestem ekonomistą.

**Ale jesteś praktykiem i wydaje mi się, że to praktycy mają zdecydowanie łatwiej niż teoretycy, jeżeli chodzi o tego typu działalność, jeżeli chodzi o zarządzanie.**

Tak, myślę że z wiatrakami walczy się tylko raz. Walka z wiatrakami na dłuższą metę nie ma sensu. Pierwsze uderzenie może coś zmienić. Przykład — wpływ polityki na kulturę. Możemy pytać, dlaczego politycy ustawiają kwestie kulturalne, dlaczego w ośrodkach w naszym mieście dyrektorzy zmieniają się w zależności od władzy politycznej. Ale sytuacja jest, jaka jest, i czasami trzeba się z nią pogodzić.

**Ostatnia rzecz — jak widzisz swoją przyszłość w tej działalności? Czy zamierzasz coś zmieniać, rozwijać? Gdzie się widzisz za 10 lat?**

Bardzo trudne pytanie. Prawdę mówiąc, nie wiem, zupełnie nie wiem. Grunt, żeby było coraz lepiej. Powtarzam jeszcze raz — w Łodzi brak jest wspólnego lobbingu, brak prezentacji na zewnątrz miasta.

**Może dlatego, że jesteśmy za blisko Warszawy, więc ludzie myślą, że kiedy tutaj się czegoś nauczą, wyjadą robić pieniądze do stolicy.**

„Za blisko Warszawy” to problem dla inwestorów, czy robić interes w Łodzi, czy w Warszawie. Myślę, że Łódź mogłaby być centrum artystycznym. Spotykając warszawiaków dowiaduję się, że lubią przyjeżdżać do Łodzi, aby się pobawić. Tu nie ma tego wyścigu szczurów, a miasto ma duszę. Ta niewielka odległość może okazać się plusem.

## Analiza wykorzystania środków unijnych na realizację projektów kulturalnych

**Mało, mało, mało...**

**Maciej Mazerant**

Ostatni tekst z cyklu „Kulturalnie do celu” pragnę rozpocząć pytaniem. Czy w pierwszym roku członkostwa Polski w Unii Europejskiej odczuliście Państwo zwiększoną aktywność instytucji kulturalnych, które szczyłyby się wykorzystywaniem środków unijnych?

Każdy uważny obserwator życia kulturalnego czy społecznego z pewnością przyzna, że tego typu kampanii w Łódzkiem było niewiele, co świadczy o tym, że także projektów dofinansowanych ze środków unijnych było jak na lekarstwo. Z blisko dziesięciu projektów wybranych i prezentowanych przez naszą redakcję w opracowaniu „Kulturalnie do celu” tylko dwa przedsięwzięcia zostały zasilone środkami z funduszy unijnych. W przeliczeniu była to kwota 116 000 PLN, co przy łącznym budżecie prezentowanych wydarzeń, wynoszącym 7 527 000 PLN, nie wygląda dobrze.

Przyjmując, że większość z instytucji odpowiedzialnych za realizację prezentowanych projektów to prężne jednostki, dziwi, iż nie sięgają one po środki z Unii Europejskiej. Kolejne pytanie brzmi więc: czy instytucje po prostu nie starają się o środki z UE, czy robią to nieskutecznie? Wydaje się, że ma miejsce jedno i drugie. Przedstawiciele instytucji, przyzwyczajeni do finansowania działalności ze środków budżetowych i środków sponsorów prywatnych, nie chcą ryzykować, poświęcać czasu (żmudne przygotowanie dokumentacji), pieniędzy (kosztowne przygotowanie aplikacji związane z wynajęciem firmy konsultingowej bądź zatrudnieniem wykwalifikowanej kadry) na zabieganie o fundusze, których prawdopodobieństwo pozyskania sięga 10–15%. Ponadto dużą barierą — w szczególności dla instytucji i organizacji kulturalnych — jest wkład własny, którego wysokość sięga niekiedy 50% kosztów kwalifikowanych projektu.

Dobrym przykładem ilustrującym obawy potencjalnych projektodawców może być konkurs w ramach działania 1.4 ZPORR — Rozwój turystyki i kultury, ogłoszony 11 lutego 2005 r. w Łódzkiem. W jego ramach złożony został tylko jeden wniosek (projektodawca to jedna z instytucji prezentowanych w naszym opracowaniu) na kwotę 400 000 PLN, gdzie wartość całkowita projektu wynosiła 2 090 000 PLN. Wniosek został odrzucony w wyniku oceny formalnej.

W ciągu pierwszego roku członkostwa Polski w Unii Europejskiej przygotowanych zostało w regionie łódzkim kilkanaście projektów, ważnych z punktu widzenia rozwoju kulturalnego i społecznego, zaakceptowanych do realizacji. Tak więc, takich które otrzymają bądź już otrzymały dofinansowanie, jest tylko kilka.

Do drugiej grupy należy zaliczyć zatwierdzony do realizacji projekt Romskie Koło Życia, realizowany w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL przez łódzką instytucję — Instytut Europejski. Według informacji, które nasza redakcja otrzymała z Urzędu Marszałkowskiego w Łodzi, Regionalny Komitet Sterujący w ramach działania projektu 1.4. zarekomendował Zarządowi Województwa dwa projekty. Pierwszy to „Kultura i tradycja włókienniczej Łodzi — modernizacja i zagospodarowanie kompleksu fabrycznego Geyera”, całkowita wartość projektu — 20 650 000,00 PLN, wnioskowana kwota dofinansowania z EFRR — 15 450 000,00 PLN (beneficjent: miasto Łódź). Drugi projekt to „Rewaloryzacja zabytkowego układu urbanistycznego rynku i ratusza w Skierniewicach”, całkowita wartość projektu — 13 890 707,00 PLN, wnioskowana kwota dofinansowania z EFRR — 10 418 027,00 PLN (beneficjent: miasto Skierniewice).

Projekty te to przedsięwzięcia o ogromnych budżetach, realizowane przez konsorcja, składające się z kilku instytucji, lub przez miasto. Projektów o dużych budżetach będzie znacznie więcej — już teraz o promesę Ministra Kultury starało się 5 instytucji z regionu. Otrzymały ją dwie: Muzeum Sztuki — „Manufaktura Muzeum Sztuki”, oraz PWSFTiT im. L. Schillera w Łodzi — „Nowa Filmowa Łódź —



Modernizacja Łódzkiej Szkoły Filmowej”. Znaczy to, że te projekty z pewnością będą ubiegały się o dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej. To jednak w przyszłości.

W pierwszym roku członkostwa w Unii Europejskiej większość instytucji tylko poznawała sprawę funduszy. Jednak, co jest dla mnie pocieszające, nie wszyscy podeszli do nich tak ostrożnie. Ze środków unijnych, tych mniejszych, korzystali bowiem bez żadnych oporów ludzie młodzi. Dowodem jest liczba projektów realizowanych w ramach programu „Młodzież”. Z informacji przesłanych do Purpose z centrum OPUS, które pełni rolę regionalnego koordynatora programu wynika, że w regionie zrealizowanych zostało w pierwszym roku członkostwa Polski w UE około 11 projektów. Najciekawsze z nich to: „Foto Krzaki — na polanie i w remizie” organizowany przez Grupę Rozrywkową Młodzieży przy Ochotniczej Straży Pożarnej w Krzakach, „Młodzież wiejska w Unii Europejskiej — poznajemy tańce ludowe krajów członkowskich” organizowany przez grupę nieformalną przy Urzędzie Gminy w Buczku, „Łódź na scenie Europy” realizowany przez Zespół TEATRINO przy Fundacji Sztuka Leczy, oraz „Kultura nie gryzie” realizowany przez Stowarzyszenie Ewangelizacyjno-Charytatywne Mocni w Duchu w Łodzi. Tego typu aktywność napawa optymizmem. Istnieje bowiem szansa, że wśród najmłodszych animatorów, organizatorów kultury znajdą się tacy, którzy w przyszłości będą odpowiadać za wykorzystanie w większym zakresie środków unijnych w instytucjach kulturalnych regionu łódzkiego.

Optymizmem napawa również to, że menedżerowie kultury widzą w środkach unijnych szansę na aktywizację i rozwój prowadzonych przez siebie instytucji oraz że starają się wykorzystywać możliwości, jakie one dają. Przykładem takich osób są — prezentowani w naszym magazynie — Grzegorz Olszewski menedżer kultury, prezes Stowarzyszenia Promocji Studenckiej oraz Wojciech Nowicki Dyrektor Naczelny Teatru im. Stefana Jaracza w Łodzi (wywiad poniżej).

## **Kultura — wartość dodana potencjału inwestycyjnego**

Katarzyna Nowakowska

### **Strategia kulturalna a PR**

Kultura tworzy przyjazny klimat, sprzyja otwarciu, tolerancji, uczy dialogu. Tam, gdzie w grę wchodzi dobra reputacja i każda inna wartość niematerialna, tam kultura staje się nie tylko celem, ale i sposobem. Żeby wspierać kulturą atrakcyjność inwestycyjną miasta czy regionu, trzeba poświęcić temu maksimum uwagi i wykazać tyleż konsekwencji, a to oznacza, że bez wpisania kultury w strategię biznesową nie może być mowy o rzeczywistym wykorzystaniu jej jako narzędzia do budowania wizerunku danego miejsca. Przerażone władze miasta uspokajam, że PR każdej aglomeracji, nie tylko łódzkiej, dowolnego regionu, miejsca, prowadzony z wykorzystaniem projektów kulturalnych, nie musi być z góry związany z drenażem budżetu miejskiego i trudnymi wyborami — festiwal albo oczyszczalnia.

Już od momentu zakwalifikowania Polski do grupy krajów kandydujących, a tym bardziej teraz, kiedy już jesteśmy pełnoprawnym członkiem Wspólnoty, można po prostu wyjść z założenia, że realizacja zarówno projektów inwestycyjnych, jak i kulturalnych zawsze będzie się opierać na przynajmniej dwóch źródłach finansowania. Jednym z nich będą fundusze unijne.

Aby tak się jednak stało, kultura nie tylko musi znaleźć się wśród strategicznych zadań miasta, ale zdobywaniem środków finansowych muszą zajmować się fachowcy. Starania o unijne dotacje nie można odkładać na „po godzinach”, ponieważ o skuteczności ich pozyskiwania stanowią w równym stopniu wiedza i doświadczenie. Władze samorządowe, które w Polsce wciąż z natury rzeczy na pieniądze unijne patrzą przede wszystkim przez pryzmat inwestycji w infrastrukturę, często nie widzą błędów i ograniczeń w projektach. Najbardziej zainteresowani — ośrodki kultury, artyści — także nie poradzą sobie sami, bo tu z kolei naturalne jest, że w polu ich widzenia jest wyłącznie kultura, a nie pozyskiwanie pieniędzy. Łączenia tych dwóch rzeczy trzeba się uczyć i ten, kto wcześniej zaczął, i często próbuje swych sił w staraniach o dotacje, dziś wie więcej niż ci, którzy robią to „po godzinach”.

### **Dotacje nie tylko dla bogatych**

Starający się o fundusze unijne muszą przedstawić własny wkład finansowy w przedsięwzięcie, a to nie zawsze jest możliwe. Nie jest to jednak sytuacja bez wyjścia, bo może im przyjść z pomocą Ministerstwo Kultury. Minister może wesprzeć projekty z zakresu ochrony dziedzictwa narodowego, promocji

twórczości, rozwoju infrastruktury informacyjnej, inwestycji w budowę i modernizację infrastruktury kulturalnej, szkół i uczelni artystycznych, a także (uwaga!) MIĘDZYKRAJOWYCH PROJEKTÓW KULTURALNYCH O CHARAKTERZE EUROPEJSKIM. Każdy ze wskazanych celów służy budowaniu dobrego wizerunku miejsca. Miasto, w którym zapomina się o zabytkach, wygląda tak, jakby nie miało gospodarza. Miasto, w którym nie ma artystów, to zaścianek. Z miastem, które samo o sobie niewiele wie, trudno o dobry kontakt i można się w nim zgubić, wychodząc za próg. Miasto bez scen, kin, muzyki — zamiera o zachodzie słońca. Czy warto w takim miejscu wydać choćby jeszcze jedno euro?

### Trening czyni mistrza

Starając się o finansowanie dla konkretnych projektów kulturalnych z środków unijnych oraz licząc na wsparcie Ministerstwa Kultury, należy pamiętać, że przed przesłaniem projektu do oceny unijnego przedstawicielstwa należy uzyskać od Ministerstwa promesę, tzn. przyrzeczenie, które zostanie zrealizowane, gdy końcowa opinia o projekcie będzie nadal pozytywna.

Wśród polskich województw, które w tym roku złożyły projekty w celu uzyskania promesy, znalazła się Łódź z 5 wnioskami (2 z nich taką promesę otrzymały). Łódzkie nie jest liderem zestawienia, bo najwięcej wniosków, aż 12, złożyło województwo pomorskie. Na drugim miejscu, z 11 wnioskami, znalazło się województwo małopolskie. Na tak dużą liczbę projektów zarówno pomorskie, jak i małopolskie uzyskały deklarację/wsparcie tylko dla 4 wniosków. Skuteczność wszystkich wymienionych województw jest więc podobna. Skuteczność — tak, praktyka — nie.



Ilustracja: Tomasz Kaczkowski

Każdy, kto zamierza poważnie uczestniczyć w staraniach o unijne pieniądze powinien uczyć się od najlepszych. A z zestawienia wnioskujących o promesy wynika, że bezbłędnością w przygotowaniu projektów może pochwalić się tylko województwo lubuskie. Dwa zgłoszenia — dwie promesy.

Ministerstwo kieruje się w ocenach obiektywnymi kryteriami – należy do nich przede wszystkim ocena poprawności wniosku, choć bierze się także pod uwagę dotychczasową aktywność i współpracę z resortem. Oznacza to, że Łódzkie, z 5 wnioskami, mogło zostać ocenione niżej niż konkurenci.

Oprócz względów formalnych najważniejszym z argumentów przemawiających „za” wnioskiem jest trwałość projektu i jego wpływ na atrakcyjność danego regionu, postrzeganą przez mieszkańców, turystów i inwestorów!

I oto wracamy do punktu wyjścia. Kultura może być częścią strategii rozwoju regionu i najważniejszym z jego wizerunkowych celów. W województwie łódzkim powinno się uznać za priorytet przygotowywanie dobrych, potrzebnych dla miasta wniosków kulturalnych i szukanie dla nich współfinansowania w UE. Mecenat inwestorów, którzy już wydają w mieście pieniądze, powinien być trzecim, alternatywnym źródłem finansowania, a nie pierwszym i ostatnim. Unia docenia przedsiębiorczość regionów i chętnie pomaga najaktywniejszym.

PS W 2005 r. budżet promes to 32 mln zł. Kwota ta może jeszcze wzrosnąć.

## Łódzkie nadzieje kulturalne

Artur Zaguła

Podsumowując cykl analiz związanych z naszym wejściem do Unii Europejskiej, chciałbym przedstawić perspektywy, jakie rysują się w rozwoju naszego regionu i miasta w obrębie kultury. Jak się wydaje, nasze miasto ma już za sobą najgorsze chwile w gospodarce. Coraz mniej osób musi wyjeżdżać do Warszawy, aby w Łodzi utrzymać rodzinę. Coraz więcej natomiast powraca do naszego miasta. Choć zmiana ta nie jest jeszcze znacząca, to wyraźnie wskazuje na poprawę wizerunku gospodarczego Łodzi. Rozwój specjalnych stref ekonomicznych, przebieganie autostrad w pobliżu Łodzi, pomoc unijna mogą napawać nadzieją na przyszłość. Już teraz szereg firm o światowej renomie zainwestowało w naszym regionie, a w niedługim czasie okolice Łodzi mogą stać się logistycznym centrum Europy środkowo-wschodniej.

Nieco gorzej wygląda sytuacja w obszarze kultury, o czym pisaliśmy we wcześniejszych analizach. Jednak i tutaj można w dalszej perspektywie być optymistą. Wspominałem już o inicjatywach, które mogą poprawić nasz kulturalny wizerunek. Chciałbym wskazać kolejne, które to przeświadczenie podtrzymują. Należą do nich dwie inicjatywy kulturalne, podjęte w ostatnich latach — powstanie i działalność galerii Atlas Sztuki, oraz Fotofestiwal, którego czwarta edycja jest przed nami.

Pierwsza inicjatywa jest szczególnie istotna, wskazuje bowiem, że światły biznesmen w Polsce, interesujący się sztuką współczesną, nie jest już jedynie abstrakcją. Przykład tej galerii pokazuje także, że firmy, które dotychczas gdzie indziej szukały możliwości promocyjnych, coraz częściej spoglądają w stronę kultury. W państwach Unii Europejskiej jest to już cywilizacyjny standard, który powoli przenika także do świadomości Polaków. Niezwykle znaczące jest również to, że Atlas to firma rodzima, która wspomaga artystów nie tylko polskich, ale i europejskich. Na najbliższej wystawie, realizowanej we współpracy z galerią paryską, zostanie przedstawiona polskiemu widzowi twórczość francuskiego artysty Guy Peellaerta. Bardzo cieszy, że polski biznes dostrzegł w kulturze partnera do robienia interesów.

Właśnie taką perspektywę chciałbym przedstawić jako atrakcyjną ideę w kształtowaniu nowego wizerunku Łodzi. Atlas jest w tym kontekście tym lepszym przykładem, że firma ta stawia na rozwój polskiej myśli technologicznej. Chodzi o to by Łódź przestała być kojarzona z przemysłem XIX w. Postawienie na nowe technologie z jednej strony, a z drugiej strony świadoma polityka kulturalna może i powinna stać się nowym impulsem rozwojowym. Wiąże się z tym także wizerunek miasta jako organizmu architektonicznego.

To, co jeszcze do niedawna wydawało się dużym problemem — czyli niszczące fabryki — może stać się w dalszej perspektywie atrakcją naszego miasta. Zauważyli to już Francuzi, którzy zainwestowali w tereny byłej fabryki Poznańskiego. Szkoda tylko, że głównym elementem realizowanego tam projektu stanie się nowe centrum handlowe. Wydaje się bowiem, że początkowe zamierzenia, związane także z kulturą, są stopniowo eliminowane. Na przykład bardzo dobry pomysł umieszczenia tam nowej siedziby Muzeum Sztuki ulega przeobrażeniu, bo słychać ostatnio, że co prawda muzeum może otrzymać

budynek, ale będzie musiało w dużym stopniu partycypować w remoncie. Nie wiadomo, jaki będzie koniec tego konkretnego przedsięwzięcia, jednak wszelkie inicjatywy, które wszczepiają projekty kulturalne do organizmu miejskiego są jak najbardziej oczekiwane.

Rewitalizacja obszarów przemysłowych w Łodzi powinna stać się jednym z naczelných celów polityki miasta i zmienić jego wizualny charakter. Nie oczekujemy jednak, że będzie to proces prosty, pojawi się bowiem szereg różnych pomysłów, jak to przeprowadzić. Postawienie na rewitalizację wpisuje się także w politykę europejską. Wiele projektów unijnych w najbliższym czasie może iść w tym kierunku, bowiem zainteresowanie odnawianiem zniszczonych kwartałów miejskich znacząco wzrosło w ostatnim czasie. Dobrze, że zauważyły ten trend niektóre łódzkie instytucje. Należy do nich m.in. Politechnika Łódzka, w szczególności zaś warte odnotowania są działania Instytutu Architektury i Urbanistyki i jego szefa prof. Krzysztofa Pawłowskiego. To z inicjatywy Instytutu w zeszłym roku odbyła się międzynarodowa sesja naukowa, a teraz prowadzone są prace zespołu architektów nad całościowym projektem rewitalizacji centrum Łodzi. Można mieć nadzieję, że te działania, wsparte decyzjami władarzy miasta, mogą przywrócić Łodzi blask, atrakcyjność i siłę przyciągania.

Podsumowując, chciałbym wyrazić nadzieję, że niedługo my — zarówno jako Łódzianie, jak i jako Polacy — będziemy współkształtowali oblicze kulturowe Europy. Świadectwem tego jest inicjatywa, jaką wspólnie z europejskimi kolegami podjęli organizatorzy Fotofestiwalu. To polskie przedsięwzięcie ma doprowadzić do stworzenia Photo Festival Union – stowarzyszenia 20 festiwali fotografii z całej Europy. Jak piszą organizatorzy: „głównym powodem powołania Unii Europejskich Festiwali Fotografii była wspólna promocja największych wydarzeń fotograficznych na »starym kontynencie«. Podstawową formą współpracy będzie wydawany wspólnie doroczny katalog oraz wspólna strona internetowa, która będzie stanowić główne źródło informacji o aktualnych wydarzeniach. Stowarzyszenie będzie miejscem szerokiej, międzynarodowej współpracy w ramach programu wystaw, wykładów, warsztatów, pokazów slajdów oraz imprez towarzyszących”.

Propozycja Fotofestiwalu jest tym bardziej atrakcyjna, że włącza szereg instytucji kulturalnych naszego miasta, a także wykorzystuje stojące bezużytecznie fabryczne hale. Takie działania mogą naprawdę zmienić nasze miasto. Niech więc ta rozwijająca się i pełna europejskich ambicji inicjatywa stanie się jedną z licznych kulturalnych atrakcji Łodzi, Polski, Europy.

### Wywiad z Wojciechem Nowickim — dyrektorem naczelnym Teatru im. Stefana Jaracza w Łodzi

**Teatr im. S. Jaracza jest bardzo proeuropejski. W programach telewizyjnych mówił Pan, że chce korzystać ze środków unijnych. Jak to wygląda na przykładzie Pana Teatru i czy środki unijne rzeczywiście mogą pomóc w rozwoju kultury?**

Czy nam się to podoba, czy nie, będziemy musieli posiłkować się środkami unijnymi w realizacji przedsięwzięć kulturalnych. A może nam się nie podobać, bo uzyskanie tych środków jest bardzo sformalizowane, zaś reguły ich przyznawania i rozliczania są bardzo restrykcyjne. Praktycznie należy do tego celu desygnować lub zatrudnić wykwalifikowanego pracownika. Dla instytucji kultury (tu: teatru) przeznaczone są w Unii Europejskiej fundusze twarde (strukturalne) i miękkie. Na rozwój materialny instytucji wpływ mogą mieć wyłącznie fundusze strukturalne. Ich zdobycie wiąże się z wydaniem, zaryzykowaniem znacznych kwot, co dla kultury może być problemem. Jednym z warunków pozyskania dopłat jest posiadanie udziału własnego w wysokości ok. 25–30% kosztów całego przedsięwzięcia. Wydaje się, że jest to bariera dla wielu instytucji kultury. Z satysfakcją stwierdzam, że te problemy, dzięki Zarządowi Urzędu Marszałkowskiego w Łodzi, nie dotknęły projektu Teatru im. S. Jaracza. Projekt nosi nazwę „Utworzenie Europejskich Scen Teatru im. S. Jaracza w regionie łódzkim” i polega na: modernizacji i eksploatacji 5 scen w domach kultury — w Radomsku, Piotrkowie, Kutnie, Skierniewicach i Sieradzu.



Teatr im. Stefana Jaracza w Łodzi

Natomiast na rozwój merytoryczny kultury w Polsce wpływ mogą mieć fundusze miękkie, typu np. Kultura 2000 itp. Są to fundusze przeznaczone na wspólne projekty artystyczne instytucji kultury — np. na festiwale, prace translatorskie, adaptacje sztuk, itp. Tu także wymagany jest wkład własny ok. 25-30% wartości projektu, co stanowić może niebagatelny problem finansowy. Do uzyskania obu rodzajów funduszy unijnych, obwarowanego wieloma warunkami, odnosi się też konieczność długoletniego planowania przedsięwzięć i związanych z nimi wydatków. Jest to dla nas, tj. potencjalnych beneficjentów, trudny orzech do zgryzienia m.in. z powodu planów budżetowych instytucji kultury i ich organów założycielskich (dziś — maks. 1 rok). I ostatnia uwaga — fundusze unijne nie mogą być traktowane jako środek ratunkowy do załatwienia „dziur” w budżetach instytucji. Przeciwnie — tak jak w życiu, najpierw trzeba mieć choć trochę, by zawalczyć o grubo więcej.

**Proszę powiedzieć czytelnikom o idei projektu „Utworzenie Europejskich Scen Teatru im. S. Jaracza w regionie łódzkim”. Kiedy powstał ten pomysł? Ile czasu zajęło przygotowanie projektu? I jak długo czekają Państwo na możliwość jego realizacji?**

Projekt powstał w 2003 r. wraz z narodzinami Strategii Rozwoju Teatru im. S. Jaracza na lata 2003–2006. Wtedy wskazaliśmy sobie, trochę futurystycznie, gdzie jesteśmy na mapie kulturalnej, a gdzie chcielibyśmy być. Od tamtej pory doskonalimy nasz projekt scen w regionie oraz inne zawarte w tej strategii pomysły (np. teatru letniego na ul. Piotrkowskiej).

Dziś po dwóch latach od powstania pomysłu jesteśmy na etapie złożenia wniosku wraz z licznymi i kosztownymi załącznikami do Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego. Za nami m.in. umowy z samorządami pięciu miast nt. współdziałania i finansowania projektu, prace projektowo-techniczne, zabezpieczenie dla Teatru im. S. Jaracza oraz 5 instytucji w regionie wkładu własnego.

Jeżeli nasze wysiłki okażą się skuteczne, to decyzja o przyznaniu nam funduszy zapadnie do lipca 2005 r. Pozwoli to na rozpoczęcie prac w 2006 r. i zakończenie ich po roku.

### **A sponsorzy prywatni? Jak godzi Pan interesy sponsorów z działaniami programowymi?**

Sponsorzy prywatni są znaczącą grupą w Teatrze im. S. Jaracza (ok. 20 firm). Dla nich m.in. powołaliśmy Stowarzyszenie Przyjaciół Teatru, trwalej w ten sposób wiążąc ich z nami. Ale o sponsora, mecenasa czy choćby reklamodawcę coraz trudniej w kulturze, co wiedzą organizatorzy imprez kulturalnych. Sponsorzy stali nie mają wpływu na działalność programową — akceptują linię programową naszej instytucji. Sponsorzy okresowi przyłączają się do współfinansowania konkretnych tytułów lub projektów, jeśli są zainteresowani: tematyką, nazwiskiem realizatora czy autora.

### **Jak Państwa działania wpływają na rozwój regionu?**

Teatr im. S. Jaracza to teatr łódzki, ale finansowany ze środków Urzędu Marszałkowskiego, czyli regionu. Dziś trudno na zasadzie objazdowej realizować nasze obowiązki wobec regionu, stąd pomysł na sceny regionalne. Dzięki nim kultura teatralna będzie stymulowała rozwój społeczny regionu, wyrównamy dysproporcje w dostępie do kultury wysokiej, a także przyczynimy się do tworzenia wspólnej tożsamości regionu łódzkiego. Takie cele są również priorytetami działania także w Unii Europejskiej.

### **Czy zauważył Pan w ostatnim roku większe zainteresowanie teatrem?**

Oczywiście tak. Ale niestety nie przekłada się to na sprzedaż biletów. Gołym okiem widoczna jest pauperyzacja społeczeństwa w regionie, w tym niestety także młodzieży. Z drugiej jednak strony w szkołach średnich licznie powstają klasy teatralne, które nawiązują kontakty z instytucjami kultury.

### **W jakiej kondycji, Pana zdaniem, jest kultura łódzka?**

Łódzka kultura — i ta podległa Urzędowi Marszałkowskiemu (m.in. Teatr im. S. Jaracza, Filharmonia, Teatr Wielki), i ta podlegająca Urzędowi Miasta (m.in. Teatr Nowy, Teatr Muzyczny, Teatr Powszechny) — ma się nieźle. I to zarówno pod kątem artystycznym, jak i materialnym w skali kraju. Z jednym niestety wyjątkiem, tj. niskich, jeśli nie najniższych w Polsce, płac.

### **Jakie perspektywy ma przed sobą Teatr im. S. Jaracza? Także te unijne.**

Jego perspektywy rysują się świetnie, właśnie zwłaszcza w kontekście współpracy z instytucjami unijnymi. Mamy strukturę analogiczną do struktur teatrów unijnych. Nasza infrastruktura techniczna także jest na miarę XXI w. Ponieważ dysponujemy 3 scenami i ogromnym zapleczem (magazyny

kostiumów, mebli, pracownie artystów rzemieślników), jesteśmy znakomitymi kandydatami do wspólnych projektów unijnych. W tym przypadku chodzi o fundusze miękkie.



## Informacje dodatkowe

Projekt „Kulturalnie do celu” został objęty patronatem medialnym przez Magazyn Brief i opisany w jego dodatku „Brief for Poland”. Natomiast Radio Łódź wspierało projekt w programie Przemysława Naze „Brukselka”.

Maciej Mazerant — koordynator projektu — wystąpił również w programie „Konfrontacje” w TV Toya, w którym wypowiadał się o wykorzystaniu środków unijnych na cele kulturalne.

Informacje o projekcie ukazały się w portalu PRoto, NGO, cityonline.pl

Projekt „Kulturalnie do celu” reklamowany był w czterech wydaniach Gazety Wyborczej Łódź w dziale kultury oraz poprzez kampanię banerową w portalu gazeta.pl na stronach łódzkich oraz związanych z kulturą. Plakaty projektu zawisły na słupach ogłoszeniowych w Łodzi na ul. Piotrkowskiej oraz w łódzkich uczelniach.