

KIJ W MROWISKU - POZDROWIENIA Z ŁODZI

Gdy prowadzący zapowiedział łączenie z reporterem w Łodzi, zacząłem się bać, że znowu stało się coś niedobrego. Pozytywne newsy z naszego miasta jakoś nie mogą się przebić na antenę, a nieszczęścia i owszem. Nie inaczej było tym razem - okazało się, że w autobusie miejskim pięcioro nastolatków pobiło niewidomego pasażera, który ośmielił się zwrócić im uwagę, że zachowują się nieodpowiednio. Wkurzona długim stanem w korkach młodzież robiła w autobusie delikatną zadymę, wałąc w co popadnie i krzycząc. To jeszcze od biedy można zrozumieć - ludzie zamknięci w upale w metalowej puszcze po pewnym czasie wariują i zachowują się jak zwierzęta. Nie rozumiem jednak zupełnie dalszego ciągu - młodzi łodzianie pobili niewidomego, któremu nikt z pasażerów nie udzielił pomocy. Na szczęście policja złapała złoczyńców, pełnoletnim grożą 3 lata więzienia, niepełnoletnim sąd rodzinny. Na koniec relacji przed kamerą staje poszkodowany - nie żałuje tego, co zrobił, bo nie wyobraża sobie, że można nie reagować na zło.

Patrzę na tego człowieka i rozpoznaję Marcina Kaczorowskiego, bohatera filmu Michała Józwiaka *Henio, idziemy na Widzew* (stoi zresztą przed kamerą w koszulce Widzewa). Film pokazywał go jako niesamowitego kibica, który mimo utraty wzroku, chodzi na wszystkie mecze swojej drużyny. Co więcej - jeździ na mecze wyjazdowe, co w jego sytuacji raczej bezpieczne nie jest. Autor filmu wcześniej napisał o swoim bohaterze reportaż, którego publikacja doprowadziła do zatrudnienia pana Marcina w ukochanym klubie na stanowisku masażysty. Choć niewidomy, przez kilka lat radził sobie w Widzewie znakomicie - pamiętam, bo w tamtych latach akurat w klubie trenował mój syn.

I teraz uwaga - przerwa na reklamy. W TVN 24 widzę uśmiechniętych, machających do mnie ludzi, widzę plac Wolności i grupę rowerzystów z Kościuszką w tle, widzę młodzieńca podskakującego na tle sztuki nowoczesnej. Na koniec widzę hasło: **Weekendy w Łodzi pozdrawiają całą Polskę**. Spot jak [spot](#) - z niezłą muzyką, przyjemnymi zdjęciami i głupawym hasłem. Nie będę go tu oceniał ani rozliczał Wydziału Promocji z sensowności wydatków. Pytanie mam tylko jedno: czy w umowach ze stacjami telewizyjnymi nie można było zawrzeć klauzuli: *nie emitować bezpośrednio po materiałach o pijanym motorniczym, wymuszeniu haraczu w sylwestra czy pobiciu niewidomego*? Bez tego zastrzeżenia musiało skończyć się groteską.

Wtedy przełączyłem na kanał sportowy, gdzie akurat pokazywano tenisowy turniej w Paryżu. Jerzy Janowicz rozprawiał się właśnie z niezłym fińskim tenisistą. Trzy sety, kilka asów zaserwowanych z prędkością ponad 200 km/h i olbrzym z Łodzi mógł kłaniać się publiczności. Aż prosiło się o napis: Sportowcy z Łodzi pozdrawiają tenisowy świat. Janowicz od razu przypomniał mi reklamowy spot z szopą, będący modelowym przykładem na wyjście z trudnej wizerunkowo sytuacji. Tenisista trochę narozrabiał na konferencji prasowej i wtedy marketingowcy sponsora wymyślili [to](#). Może więc warto nakręcić teraz klip z Marcinem, który przeniósł się do Łodzi z rodzinnych Suwałk, by mieć bliżej na stadion, który mimo utraty wzroku skończył studia, pracuje w szpitalu i nie boi się sprzeciwić chuliganom. A może w jednym klipie Marcin Gortat i Marcin Kaczorowski? **Marciny z Łodzi pozdrawiają marcińskie rogale**.

Namawianie na przyjazd do Łodzi obrazkami facetów grających w parku w warcaby albo ludzi pijących w pubie piwo chyba nie będzie skuteczne. Naszym kapitałem są ludzie - sportowcy, artyści, przedsiębiorcy, ale też zwykli, fajni mieszkańcy. Machający do kamery nie dlatego, że tu jest tak świetnie, ale pomimo tego, jak jest. Więc może hasło: Przyjedź i zobacz, gdzie dorastał Michał Urbaniak. Na przykład - możliwa cała seria.

Na koniec jeszcze hasło telewizyjno-wyborcze: PO-Hanka z Łodzi pozdrawia PO-Hanke z Warszawy!