

Miasto przyszłości - miasto kreacji: Michał Piernikowski [DEBATA]

Współczesność zaskakuje tempem i intensywnością zmian, które szczególnie mocno odczuwane są w środowisku miejskim. Odpowiedzią na część wyzwań jest systemowa otwartość na eksperyment i kreatywność, które umożliwiają adaptację do nowych warunków i sprawiają, że miasta stają się bardziej „odporne”. Kultura miejska funkcjonuje jak ekosystem, im bardziej różnorodny, tym lepiej służy użytkownikom. Kreatywność i związana z nią zmienność jest nieodzownym elementem tego systemu. „Ludzie obawiają się zmian. Kreatywność polega na straszeniu ludzi” – mówił jeden z gości Łódź Design, projektant Jaime Hayón, zwracając uwagę na jedno z największych wyzwań związanych z procesem przeprowadzania zmiany. Zmiana jest nieunikniona – zapewnia adaptację, umożliwia rozwój. Wywołuje jednak nasz naturalny opór, niechęć do zerwania ze schematami. Jednym ze sposobów na jej skuteczne wprowadzenie jest idea pretopii, o której pisze Kevin Kelly. Zakłada ona wdrażanie do funkcjonujących struktur małych zmian w sposób ciągły, tak by poprawiać rozwiązania, które nie działają, i testować nowe.

Miasta metropolitalne przygotowują dokumenty strategiczne, będące wyrazem ich zainteresowania kulturą jako czynnikiem rozwoju. Pełnią one funkcję wizerunkową, próbując często na nowo definiować tożsamość miast w innej sytuacji społecznej i ekonomicznej. Takie dokumenty wciąż są potrzebne, coraz częściej traktuje się je jednak jako zapis aspiracji i dążeń, sposób na nakreślenie ogólnego kierunku zmian, pozostawiając miejsce na mniejsze studia przypadków i różnorodne scenariusze, poświęcone poszczególnym elementom miejskiego ekosystemu. W ramach tak postrzeganej strategii jednym z największych wyzwań jest w mojej ocenie zdefiniowanie na nowo roli instytucji kultury, w tym festiwali. Instytucje kultury, które prowadzą ciągłą działalność, np. wystawową, i festiwale nie powinny ze sobą konkurować, a współpracować i uzupełniać się. Szczególnie w sytuacji, gdy festiwale coraz rzadziej są jedynie kilkudniowymi wydarzeniami skierowanymi do masowego odbiorcy. W pierwotnym znaczeniu festiwal to wyjątkowy czas, który pozwala na zerwanie z utartymi regułami i sposobami postępowania. Chodzi nie tylko o radosne celebrowanie kontaktu z kulturą, ale również eksperymentowanie, mierzenie się z czymś nowym. Festiwale warto postrzegać w miejskim ekosystemie właśnie jako narzędzia do przecierania niesprawdzonych szlaków i szukania alternatywnych rozwiązań, które mogą być następnie wykorzystane przez instytucje miejskie, nie tylko kulturalne. Festiwal to wydarzenia o wyjątkowej skali, nie tylko pod względem liczby odbiorców, ale również ze względu na wpisana w formułę złożoność programową i tematyczną, ofertę skierowaną zarówno do profesjonalistów i miłośników konkretnego medium, jak też do odbiorców, którzy na co dzień nie są danym tematem zainteresowani. Zmiana jest wpisana w DNA takich wydarzeń. Festiwale odchodzą od eventowego charakteru i prowadzą całoroczną działalność, np. edukacyjną i komunikacyjną. Także Łódź Design Festival. W 2020, odpowiadając na sytuację związaną z pandemią, zapoczątkowaliśmy wiele zmian. Przygotowaliśmy własny podcast, a także publikacje i animacje poświęcone zieleni w przestrzeni miejskiej. Wszystkie wystawy programowe zrealizowaliśmy w bezpieczny i najprostszy dla widzów sposób – zaprosiliśmy ich do ogólnodostępnych przestrzeni w całym mieście. Podczas festiwalu zawsze staraliśmy się reagować na najważniejsze współczesne tematy. Jesteśmy też platformą integrującą środowiska związane z designem, np. poprzez organizację debat, warsztatów, konkursów czy inicjowanie interwencji w przestrzeni publicznej. Istotne staje się opracowanie nowych sposobów oceny skuteczności takich projektów. Coraz częściej postuluje się odejście od tradycyjnych wskaźników i podjęcie próby określenia ich społeczno-ekonomicznego oddziaływania na miasta i regiony na wzór Human Development Index, który za kluczowe uważa zdrowie, wiedzę i wysoki standard życia.

Współczesny festiwal powinien być miejscem wymiany myśli, krytyki, twórczego fermentu, testowania innowacji i formułowania wniosków istotnych dla całego kreatywnego środowiska, ale przede wszystkim dla mieszkańców miast.

Michał Piernikowski

Tekst pochodzi z Kalejdoskopu 03/2021.

--

Jak kupić "Kalejdoskop"?

Magazyn do kupienia w Łódzkim Domu Kultury, punktach Ruchu S.A., Kolportera, Garmond-Press, w salonach Empik, a od numeru lutowego w Księgarni Do Dzieła w Łodzi (Próchnika 3).

I w prenumeracie:

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

*** Nasze PODKASTY**

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

*** Nasze AUDYCJE**

W społecznościowym Radiu Kapitał realizujemy cykl audycji „Oko Kalejdoskopu”. Dostępne są cztery audycje, które prowadzili Joanna Glinkowska i Łukasz Kaczyński. 6 marca o godz. 10 premiera piątej audycji, w której o tym, jaki jest stan filmowości w Łodzi z Mariuszem Grzegorzkiem rozmawiał będzie Bogdan Sobieszek. Do odsłuchania [TUTAJ](#)