

Istnienie regionu. Przykład województwa łódzkiego

Województwo łódzkie ma ponad 90 lat, choć jak podkreślają publicyści słabo wykształconą tożsamość¹. Ślad taki jest poniekąd obecny i w języku. Nie mamy oporów mówić w odniesieniu do mieszkańców innych regionów Ślązacy, Dolnoślązacy, Mazowszanie, Małopolanie, Wielkopolanie, Pomorzanie, itd., natomiast w odniesieniu do regionu łódzkiego pojawia się określenie mieszkańcy łódzkiego, lub ziemi łódzkiej.

Aspekt kulturowy regionu jest w literaturze określany jako jeden z podstawowych jego aspektów. Region w sensie kulturowym jest rozumiany nie tylko jako stabilna i unikatowa całość oparta na doświadczeniu jednostek w odniesieniu do wspólnej historii, wspólnoty losu zakorzenionej w żywym w pamięci mieście założycielskim, lecz także wspólnoty odwołującej się do obyczajów, języka, tradycji. Widoczne jest tutaj akcentowanie tzw. wspólnoty wyobrażonej² i budowania tożsamości na podstawie tego, co łączy członków grupy i odróżnia od sąsiadów. Ten aspekt regionu jest słabo akcentowany w Łódzkiem. Słabość tego aspektu jest dostrzegana i określana jako defekt regionu, ułomność na tle innych regionów. W *Strategii rozwoju Województwa Łódzkiego na lata 2007–2020*, w analizie słabych stron zauważono niską świadomość oraz małą aktywność obywatelską mieszkańców województwa³. I w wizji rozwoju przyjęto m.in., aby region łódzki stał się dostępny i posiadający własną tożsamość kulturową i gospodarczą, poprzez wspieranie działań i mechanizmów podnoszących skuteczność funkcjonowania działań wspólnotowych opartych

¹ P. Brzózka, *Łódź a województwo łódzkie – trudna sprawa, czyli o tym, jak to jest być stolicą regionu na siłę*, „Forum Łódź”, dodatek bezpłatny nr 71 do „Polska Dziennik Łódzki”, 10.02.2012, s. 2.

² Na ten temat por. B. Anderson, *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, Warszawa – Kraków 1997.

³ *Strategia rozwoju Województwa Łódzkiego na lata 2007–2020*, Łódź styczeń 2006, s. 10, http://www.lodzkie.pl/wps/wcm/connect/bip/bip/urzedmarszalkowski/programy/strategiawojewodztwalodzkiego/strategia_rozwoju_wojewodztwa_lodzkiego_na_lata_2007-2020 (data dostępu: 2.12.2012).

na zasadach dialogu społecznego⁴. Dosyć to muszę przyznać enigmatyczne i raczej trudno oczekiwać, aby urzędnicze zadekretowanie pociągnęło za sobą powstanie tożsamości kulturowej regionu.

O ile subregiony lub tzw. ośrodki ponadlokalne w łódzkim mają dłuższą historię i mogą powołać się na przeszłość średniowieczną, o tyle Łódź jest ośrodkiem stosunkowo świeżej XIX-wiecznej daty, dlatego aspekt regionu jako feudalnego lenna czy pozostałość księstw, podnoszony w innych regionach jest niewidoczny w łódzkim. Widać wyraźnie, że na charakterze regionu waży jego stolica. Potwierdzają to także badania IMAS International przeprowadzone we wrześniu 2011 r. W badaniu tym Omnibus-Online zapytał Internautów, z czym kojarzy im się ziemia łódzka. Najczęstsze skojarzenia z ziemią łódzką, tzw. Top4 to: przemysł włókienniczy, Łódź, fabryki, Centrum Manufaktura⁵. Poprzez skojarzenia z Łodzią region łódzki kojarzy się także z filmową Łodzią oraz z filmem Wajdy *Ziemia obiecana*, po 4% badanych. Warto jednak dodać, iż w badaniach prowadzonych przez ten sam ośrodek na temat „Z czym kojarzy się miasto Łódź?”, aż 11% badanych Łódź nie kojarzy się z niczym, zatem miasto bez właściwości, jednak ok. 1/3 Łódź kojarzy się z przemysłem włókienniczym⁶.

W dokumentach urzędowych region utożsamiany jest z województwem. Jest to tzw. regionalizacja administracyjna Polski dokonana poprzez wprowadzenie ustawą z 1998 r. nowego podziału administracyjnego kraju na szesnaście województw oraz ustanowienie w województwach samorządów regionalnych (samorządów województw) wybieranych w wyborach powszechnych. Polityka regionalna prowadzona przez władzę publiczną różnego szczebla administracyjnego jest zorientowana na pobudzenie rozwoju gospodarczego i społecznego w regionach. Ich celem jest najczęściej zmniejszenie różnicowań rozwojowych między poszczególnymi obszarami kraju. W ostatnich latach polityka regionalna władz publicznych zmierza również do zwiększenia konkurencyjności gospodarczej regionów oraz do rozwiązania największych problemów społecznych i ekonomicznych stojących na drodze do uzyska-

⁴ *Ibidem*, s. 24.

⁵ *Raport. Z czym kojarzy się Ziemia Łódzka?*, IMAS International Sp. z o.o., Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej, data przygotowania raportu: marzec 2012 r., http://www.imas.pl/raporty_imas.dhtml (data dostępu: 2.12.2012).

⁶ *Raport. Z czym kojarzy się miasto Łódź?*, IMAS International Sp. z o.o., Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej, data przygotowania raportu: maj 2007 r., http://www.imas.pl/raporty_imas.dhtml (data dostępu: 2.12.2012).

nia tej konkurencyjności⁷. Zatem w tym kontekście możemy mówić wręcz o bagatelizowaniu aspektu kulturowego, a przynajmniej o spychaniu go na drugi plan. Kultura przegrywa z polityką gospodarczą i społeczną niemniej jednak może służyć za pewien „niezbędny dodatek” do tworzenia pożądanej tożsamości społecznej (spójności) regionu.

W przypadku regionów silnie akcentowany jest aspekt ekonomiczny i administracyjny, kosztem kulturowego. Warto zwrócić także uwagę na retorykę dokumentów określających region, która nabiera charakteru planowanego zarządzania strategicznego i operacyjnego. Język opisujący regiony to język wojskowych operacji, to scenariusze działań, obejmujące rozpoznanie sytuacji (analiza SWOT, mocne, słabe strony, szanse i zagrożenia), określenie misji, celów i sposobów ich realizacji, a w końcu harmonogram działań i jego monitorowanie oraz ocena. Strategie rozwoju regionów są dokumentami zbliżonymi w retoryce do dokumentów wojskowych. Dyscyplina zarządzania strategicznego ma korzenie militarne, a jej narodziny wiążą się z rozwojem gospodarczym Stanów Zjednoczonych. W jego wyniku u schyłku XIX w. organizacje amerykańskie stały się na tyle duże, iż zaistniała potrzeba wypracowania dla nich nowych podejść i technik zarządzania. Te nowe techniki zostały zapożyczone właśnie z wojskowości. W latach 50. XX w. kadry zarządzające korporacji amerykańskich, pośród których wiele było osób z doświadczeniem w dowodzeniu armią zdobytą podczas drugiej wojny światowej, zaczęły powszechnie stosować na gruncie kierowanych przez siebie organizacji typowe dla wojska metody planowania długofalowego⁸. Nic więc dziwnego, że w dyskusjach na temat strategii trudno uniknąć słownictwa i metafor wojennych. Retorykę zarządzania strategicznego charakteryzują terminy takie jak walka, konkurencja, rywalizacja, przewaga, dominacja itp.

Jednym z często wymienianych aspektów regionu w tego rodzaju duchu rywalizacji jest: region jako basen przyciągania. W tym aspekcie mamy charakterystyczny podział na metropolię, stolicę regionu, główne miasto oraz sfery jego wpływów. Aby stolica pełniła rolę magnesu, ważne są jej różnorakie atrakcje (specjalistyczne usługi, np. bankowe, medyczne, kulturowe, związane ze szkolnictwem wyższym, dostęp do towarów luksusowych, badania naukowe, szeroka oferta rozrywki itd.). Sfera wpływów metropolii regionu to jej dorzecze

⁷ *Raport o rozwoju i polityce regionalnej*, Warszawa, listopad 2007, s. 41, http://www.mrr.gov.pl/rozwoj_regionalny/poziom_regionalny/raport_o_rozwoju_i_polityce_regionalnej/strony/glowna.aspx (data dostępu: 2.12.2012).

⁸ M. Śliwa, *Zarządzanie strategiczne organizacją*, [w:] *Strategie dla kultury. Kultura dla rozwoju. Zarządzanie strategiczne instytucją kultury*, . M. Śliwa, Kraków 2011, s. 10.

i tego typu metafora jest często przywoływana. Praktyczny zasięg regionu jest często określony przez preferencje ludzi dorzecza do odwiedzania tego miasta częściej niż innych⁹. W łódzkim, jak wynika z cytowanych badań, podkreślany jest przyjazd ludzi dorzecza do miejskich galerii. Galeria Centrum Manufaktura budzi zresztą jedne z najczęstszych skojarzeń i przebija nieznacznie popularnością główną ulicę Piotrkowską (8% vs. 6%). Aspekt ten ulega erozji przez technologie komunikacyjne, np. usługi dostępne na odległość, rozwiązania logistyczne, np. towary dostarczane do drzwi, czy w końcu nadmierną konkurencję, która destabilizuje lokalne więzi. Dorzecze ma tendencję do postrzegania stolicy jako chciwego pośrednika, który zawłaszcza wspólne zasoby, zwłaszcza te finansowe i zarzuca stolicy nieuzasadniony a szkodliwy dla regionu „łódzio-centryzm”. Stolica z kolei ma tendencję do pomijania interesów mniejszych miejscowości, traktując je jako obszar drenażu mózgow bądź jako obszary letniskowe i sypialniane. Ten aspekt jest obecny w łódzkim, co więcej – jako bolesny brak traktuje się małą siłą przyciągania Łodzi. Wskaźnikiem braku przyciągania jest spadek ludności miasta i duże bezrobocie w Łodzi, większe niż w Warszawie, Wrocławiu, Gdańsku oraz niewielka różnica w bezrobociu pomiędzy Łodzią a pozostałą częścią regionu. Region ma przyciągać nie tylko ludzi, lecz także wydarzenia, inwestycje, instytucje i finanse. W rezultacie miasta i regiony walczą ze sobą i są w permanentnym konflikcie, choć są skazane na ciągłą współpracę między sobą, podobnie jak konkurujące firmy.

Wielka debata na temat przyszłości rozwija się w układzie konkurencji i współpracy czterech wielkich aktorów sceny XXI w. Są to:

- 1) państwa;
- 2) organizacje międzynarodowe;
- 3) regiony;
- 4) korporacje transnarodowe (KTN).

W ramach tzw. starej regionalistyki region był widziany jako quasi-państwo. W ramach tzw. nowej regionalistyki region jest widziany jako quasi-korporacja. W tym ujęciu mniejsze znaczenie mają relacje władzy, a większe relacje zarządzania¹⁰, natomiast regiony jawią się jako korporacje. Ta nowoczesna koncepcja

⁹ R. Galar, *Thinking about Regions for the Next Generation*, s. 9, http://www.mrr.gov.pl/rozwoj_regionalny/ewaluacja_i_analizy/raporty_o_rozwoju/ekspertyzy/strony/ekspertyzy.aspx (data dostępu: 2.12.2012).

¹⁰ A. Kukliński, *Program Przyszłość Regionów – Studium Osiągalności (SO). Regio Futures Programme – Feasibility Study (FS)*, s. 9–10, http://www.mrr.gov.pl/aktualnosci/polityka_rozwoju/Documents/47b0379e7930403c90c2d768a20e4d38Kuklinski_Przyszlosc_Regionow_StudiumOsiagalnosci.pdf (data dostępu: 2.12.2012).

wydaje się atrakcyjna dla regionalnych urzędników i regionalnie działających firm często o charakterze globalnym. W rezultacie ten mariaż owocuje pozbyciem się niuansów lokalnej polityki i zastąpieniem jej przez czytelne reguły handlowe. W tym aspekcie region staje się towarem, co więcej region musi być towarem. Przymus wytworu marki regionu jest głównym elementem, na którym zostają skupione wysiłki, po to aby wokół jakiegoś wydarzenia (określanego jako produkt, np. produkt turystyczny regionu, produkt kulturalny regionu itp.) budować wiele innych, które będą napędzać koniunkturę i konstruować pożądany wizerunek regionu. Ten aspekt jest dobrze widoczny w każdym regionie, jako przykładu w łódzkim użyję Wędrowny Festiwal Filharmonii Łódzkiej Kolory Polski, dodam, że na Regionalnym Kongresie Kultury w Łodzi został przez marszałka określony najlepszym produktem województwa. W wielośćskim z kolei takim produktem jest np. Szlak Bursztynowy.

Nieco odmiennym aspektem regionu jako korporacji jest postrzeganie go w kategoriach klastra. Klastr łódzki jako sieć współpracy w zakresie innowacji w regionie jest projektem współfinansowanym przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Społecznego. Klastr jest rozumiany jako skupisko współpracujących ze sobą firm i instytucji naukowo-badawczych nakierowanych na innowację i kreatywność. W gospodarkach państw zachodnich coraz większe znaczenie mają członkowie tzw. klasy kreatywnej, a jej przedstawiciele skupiają się w miastach. Nie wszystkie duże miasta stają się jednak centrami kreatywności. Aby członkowie klasy kreatywnej chcieli w danym mieście zamieszkać lub/i żeby klasa kreatywna się wytworzyła, muszą bowiem zaistnieć określone warunki, z których pierwszym jest otwartość na różnorodność. Ponadto w mieście kreatywnym muszą funkcjonować różnego typu uczelnie wyższe, a społeczeństwo powinno być aktywne i chętne do zrzeszania się w organizacjach o różnym charakterze. Dopiero w takim mieście, gdzie klasa kreatywna już istnieje, mogą się rozwijać przemysły kreatywne¹¹.

Stąd region jawi się jako platforma twórczej współpracy. W tym aspekcie kluczową rolę odgrywa czynnik kreatywności i innowacyjności. Region, opierając się na wiedzy i wysoko zaawansowanych technologiach, stara się rozpocząć swoistego rodzaju reakcję łańcuchową mającą na celu skok cywilizacyjny. Widoczny jest tu aspekt zarówno życzeniowy w odniesieniu do regionu, jak i aspekt zaufania do lokalnych możliwości i potencjału. Jest to jednak litania życzeń i melodia przyszłości. W tym aspekcie bardzo wyraźne jest długofalowe

¹¹ K. Wittels, *W stronę kreatywnego regionu – nowa rola regionalnych instytucji kultury. Przykład: Warszawski Klastr Przemysłów Kultury i Sektora Kreatywnego*, [w:] *Strategie dla kultury...*, s. 45–46.

nakierowanie na przyszłość i tworzenie średnio- i długofalowych wizji rozwoju. Przyjmuje się założenie, że wizja jest „wynaleziona” przeszłością, zespołem pytań, na które trzeba odpowiedzieć w ramach studiów i próbuje się nawet czynić porównania do „wynalezionej” tradycji¹², w tym rozumieniu, że „wynaleziona” przyszłość jest konstruowanym zadaniem do realizacji.

Twórcza współpraca w regionie służy też tzw. polityce eksperymentalnej. Region jako jednostka polityki eksperymentalnej jest obecny przede wszystkim w tzw. Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej i tzw. duopolis układzie bipolarnym Łódź – Warszawa.

Budowa skojarzeń z kreatywnością ma też za zadanie przewyciężanie przykrych następstw nieprzewidzianych zdarzeń oraz łagodzenie skutków skojarzeń niepożądanych. Próby przewidywania i konstruowania przeszłości idą w parze z trudnością jej przewidywania, dlatego też kolejny aspekt regionów, tzw. czarny łabędź.

Nassim Nicholas Taleb w swojej książce *The Black Swan (Czarne łabędzie)*¹³, koncentruje się na efektach niektórych rzadkich i praktycznie nieprzewidywalnych zdarzeń, które mogą wpłynąć na losy procesów, dając przykład, iż w ciągu ostatnich pięćdziesięciu lat dziesięć najbardziej ekstremalnych dni na rynkach światowych stanowiły połowę zysków. Pojawienie się regionu jako „czarnego łabędzia” jest z gruntu nieoczekiwane, można to najwyżej to przeczuć, ale i tak czasu na reakcję jest zbyt mało. W przypadku łódzkiego w prasie i dokumentach akcentowano nagle załamanie rynku włókienniczego, który stanowił podstawę rozwoju ekonomicznego stolicy regionu, co nastąpiło w latach 90., z uwagi na zalew rynku przez tanie towary pochodzące głównie z Chin. W tym świetle region łódzki zaczął być postrzegany jako miejsce nieoczekiwanych pułapek i nieszczęsnych katastrof. W badaniach negatywnych skojarzeń wskazuje się na relatywnie sporo negatywnych skojarzeń dotyczących warunków życia w Łodzi oraz różnego rodzaju afery, np. „łowców skór”¹⁴. Jest to nihilistyczny paradygmat myślenia o regionie, gdzie region nie jest podmiotem własnej przyszłości, jest tylko fragmentem sceny globalnej, która tworzy coraz to nowe siły i układy¹⁵.

¹² A. Kukliński, Program Przyszłość Regionów..., s. 7, http://www.mrr.gov.pl/aktualnosci/polityka_rozwoju/Documents/47b0379e7930403c90c2d768a20e4d38Kuklinski_Przyszlosc_Regionow_StudiumOsiagalnosci.pdf (data dostępu: 2.12.2012).

¹³ Por. N.N. Taleb, *The Black Swan. The Impact of the Highly Improbable*, 2007.

¹⁴ *Raport. Z czym kojarzy się miasto Łódź?...*, *Raport. Z czym kojarzy się Ziemia Łódzka?...*

¹⁵ Por. A. Kukliń, *Problematyka Przyszłości Regionów. Piętnaście komentarzy. W poszukiwaniu nowego paradygmatu*, s. 3, <http://www.mrr.gov.pl/aktualnosci/poli>

Na zakończenie region łódzki jako hierarchiczny ład administracyjny. Najważniejszymi elementami struktury województwa są

- 1) ośrodek metropolitalny – Łódź;
- 2) ośrodki regionalne (subregiony): Piotrków Trybunalski, Sieradz, Skierniewice, Kutno oraz Radomsko;
- 3) ośrodki ponadlokalne będące siedzibami powiatów, tj.: Zgierz, Pabianice, Łęczyca, Łowicz, Rawa Mazowiecka, Tomaszów Mazowiecki, Zduńska Wola, Wieluń, Opoczno, Brzeziny, Łask, Pajęczno, Poddębice, Wieruszów;
- 4) specjalistyczny ośrodek dyspozycyjno-usługowy Bełchatowskiego Okręgu Przemysłowego (BOP) – Bełchatów¹⁶.

Ośrodki regionalne idą w parze z przedstawicielami lokalnych korespondentów w mediach. Tak więc administracyjnie utworzone ośrodki regionalne są wzmacniane przez media, można by zatem spekulować, że w celu uzyskania tego statusu bardzo pomocne okazałyby się właśnie nie tylko decyzje administracyjne, lecz także medialne zakłęcia.

tyka_rozwoju/Documents/1561d8db763b4367a323cca68d4cc62dProblematyka-PrzyszociRegionw15komentarzyWposzukiwa.pdf (data dostępu: 2.12.2012).

¹⁶ Strategia rozwoju Województwa Łódzkiego na lata 2007–2020...

