

„Ludzie zostali wyrzuceni”

„Centrum nowych form” - tak ma brzmieć nowe hasło Katowic. Autorzy strategii promocji miasta domagają się, by był to jedyny używany slogan stolicy województwa. Budzi jednak ogromne emocje i nie wszystkim się podoba



**PRZEMYSŁAW
JEDLECKI**

GAZETA WYBORCZA

Hasło ujawniono w środę na specjalnie zwolanej konferencji prasowej. Alicja Rymaszewska-Paszek z Media Partner, firmy, która brała udział w pracach nad strategią, przekonywała, żeby rozumieć je jako otwarcie się na wszystko, co nowe. Zapewniała też, że z czasem slogan sam wypełni się treścią. Zdania w tej sprawie są jednak podzielone.

Marek Zieliński
dyrektor Ars Cameralis,
autor starań Katowic
o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury

„Nowe formy” kojarzą się z jakąś firmą. To bezosobowe określenie. Nie pomyślałbym tak o mieście, może raczej o jakimś instytucie badawczym. W tym hasło nie ma miejsca na człowieka. A to było najważniejsze w naszych staraniach o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury, bo ludzie są siłą miasta. Wyrzucenie ich poza nawias jest błędem. Z nowym hasłem będzie się utożsamiać wąska grupa technokratów, reszta mieszkańców jest alienowana. Byłoby inaczej, gdybyśmy byli w Dolinie Krzemowej, gdzie nowe formy to standard. Tak jednak nie jest. Ludzie nie przyjmą dobrze tego hasła.

DAVID CHALIMONUK



– W tym hasle nie ma miejsca na człowieka. A to było najważniejsze w naszych staraniach o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury, bo ludzie są siłą miasta. Wyrzucenie ich poza nawias jest błędem – mówi Marek Zieliński

Tomasz Pietrzak
właściciel firmy
Guarana Communications

W tym hasle jest pewien pomysł. Trochę nowych form w Katowicach jest, ale mam wrażenie, że jego autorzy nieco popłynęli. Czytając uzasadnienie, śmiałem się, bo nie idzie za nim żadna historia. Katowice są miastem, które się zmienia, a nie takim, które ma już jakieś formy. To hasło na wyrost. Bardziej pasowałoby do Berlina, który ma dziesiątki, jeśli nie set-

ki nowych obiektów i form. Autorzy hasła zwracają też uwagę na kulturę, ale powiedzmy sobie szczerze, że tu do nowych form też nam jeszcze daleko.

dr Anna Adamus-Matuszyńska,
specjalistka ds. public relations

Ze strategii dowiedziałam się, że mamy mieć nowe logo. Tylko dlaczego nie wyjaśniono czytelnikom dokumentu, z jakiego powodu zrezygnowano ze znaku Spodka? Jeśli chodzi o hasło, to

rzeczywiście jest proste, ale nie ma pokrycia. Co jest tą nową formą? Czytelnik tego nie wie. Za unikalną cechę Katowic uznano też metropolitalność, dziedzictwo i alternatywę. Ale Katowice nie są jeszcze metropolią, nie mają jej cech, takich jak na przykład międzynarodowość. Czy Katowice są miastem międzynarodowym? Owszem, jest tu kilka firm globalnych, na ulicach można spotkać zagranicznych studentów, ale nie ma globalnych usług czy nawet sieci hoteli typu Sheraton albo Marriott.

Tomasz Stemplewski
dyrektor Wydziału Promocji
w Śląskim Urzędzie
Marszałkowskim

A mnie podoba się nowe hasło Katowic! To bardzo pojemny slogan, który daje ogromne pole do popisu. Przed moimi kolegami odpowiedzialnymi za promocję Katowic jest teraz naprawdę dużo pracy. Chodzi o to, żeby hasło wypełnić treścią. Ważne jest też to, że miasto wreszcie będzie miało strategię promocji. Jeżeli dokument nie wylądnie na półce, to wszelkie działania miasta będą od tej pory spójne i czytelne.

Andrzej Zygorowicz
radny, przewodniczący
komisji promocji miasta

Nie podoba mi się to hasło. Jest pompatyczne. Używa się słowa „forma”, które jest trochę sztuczne, nienaturalne. Najgorsze jest to, że nie ma w nim emocji i trudno je zapamiętać. Utkwiły mi w głowie „formy”, ale tu można wszystko wrzucić - od formy na ciasto po dzieła sztuki. Uważam, że hasło powinno budzić reakcję, a nawet uczucia. Musi - jak strzała Amora - poruszyć. W tym przypadku tak nie jest. ☹

CZEKAMY NA OPINIE

Czy podoba wam się
nowe hasło Katowic?

Dzwonicie: **32 32 52 555**

piszcie: **listy@katowice.agora.pl**

dyskutujcie: **katowice.gazeta.pl**