

ZNACZENIE TOŻSAMOŚCI METROPOLITALNEJ NA PRZYKŁADZIE DZIAŁAŃ PLANISTYCZNYCH POZNANIA

Abstract

Significance of the metropolitan identity on Poznań planning activities example

The article presents a proposal for the metropolitan identity definition as a new type of collective identity. It also aims to assess how important to the Poznań authorities is the creation of a new type of identification as a way to a successful metropolisation process.

Key words: metropolisation, metropolitan identity

Streszczenie

W artykule przedstawiono propozycję definicji tożsamości metropolitalnej jako nowego typu tożsamości zbiorowej. Dokonano także oceny znaczenia, jakie władze miasta Poznań przypisują wykształceniu nowego typu identyfikacji dla powodzenia procesu metropolizacji.

Słowa kluczowe: metropolizacja, tożsamość metropolitalna

Wstęp

Zachodzące obecnie procesy globalizacji nierozzerwalnie związane są z przeobrażaniem przestrzeni. Ich rezultatami są rozszerzanie granic terytorialnych współczesnych miast oraz powstawanie metropolii. Globalny trend metropolizacyjny dotyczy także największych polskich miast, co jest wyrażone w dokumentach strategicznych zarówno na poziomie krajowym, jak i lokalnym. Proces metropolizacji wspiera także w swoich oficjalnych dokumentach Unia Europejska przez zwracanie uwagi na zachowanie spójności nie tylko gospodarczej i społecznej, ale także terytorialnej. Projektowanie metropolii wymaga tymczasem także zmian w świadomości społeczeństw lokalnych. Wydaje się jednak, że tożsamościowy aspekt procesu metropolizacji jest zbyt mało akcentowany w strategiach przygotowywanych przez samorządy.

Celem artykułu jest wskazanie znaczenia tożsamości metropolitalnej w realizacji celu strategicznego: „Utworzenie metropolii Poznań” zawartego w *Strategii Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030* [SRMP, 2010].

W opracowaniu wykorzystano współczesne koncepcje zarządzania strategicznego, zwracając w szczególności uwagę na idee zintegrowanego zarządzania miastem oraz procesu metropolizacji. Rozważania teoretyczne wsparto analizą dokumentów strategicznych miasta Poznań oraz Aglomeracji Poznańskiej. Przedstawiono także propozycję definicji tożsamości metropolitalnej jako nowego typu tożsamości zbiorowej. Na tej podstawie dokonano oceny stopnia, w jakim władze miasta dostrzegają znaczenie wykształcenia nowego typu identyfikacji dla powodzenia procesu metropolizacji.

Charakterystyka procesu metropolizacji oraz koncepcji zintegrowanego zarządzania miastem

Choć proces metropolizacji swoimi korzeniami sięga już starożytności (np. Rzym), współcześnie uznaje się go za odpowiedź na zjawisko globalizacji [Markowski, Marszał, 2006]. W rezultacie mechanizm ten traktuje się jako sumę procesów globalizacyjnych o charakterze społecznym, gospodarczym lub terytorialnym. Swoim zakresem metropolizacja obejmuje w szczególności wykształcanie się nowej struktury przestrzennej (metropolii), która może uzyskać przewagę nad innymi jednostkami oraz rangę międzynarodową. Proces ten ogniskuje zatem rozwój polegający między innymi na: skupianiu potencjału gospodarczego, finansowego, naukowego, władzy, mediów oraz instytucji kulturalnych, a także nadrzędnych funkcji, w zarządzaniu gospodarką, innowacji i usług [Markowski, Marszał, 2006].

Obecnie zwraca się także uwagę na siły napędowe mechanizmu metropolizacji, do których zalicza się: rozwój technologii, gospodarkę opartą na wiedzy oraz globalizację zjawisk o charakterze gospodarczym, społecznym i kulturowym [Budner, 2008]. Należy przy tym odróżnić metropolizację od poprzedzających ją procesów urbanizacyjnych [Markowski, Marszał, 2006]. Po pierwsze, we współczesnej gospodarce jest ona łączona ze wzrostem znaczenia dużych układów miejskich. Po drugie, proces ten stanowi wyjątek od zasady hierarchicznej organizacji przestrzeni, tworząc tym samym silne powiązania odległych ośrodków metropolitalnych. Uwagę zwraca się również na zmianę relacji między miastem metropolitalnym a otaczającym je regionem.

W rezultacie współczesny proces metropolizacji „oznacza nowy sposób terytorialnego podziału władzy, pracy, kapitału oraz wiedzy” [Markowski, Marszał, 2006: 10]. Jak zatem wynika z przeprowadzonych rozważań, pojęcie metropolizacji ma charakter funkcjonalny. Rozumiany w ten sposób proces metropolizacji przestrzeni jest nierozzerwalnie związany z powstawaniem metropolii, które tworzą w następstwie obszary metropolitalne [Markowski, Marszał, 2006].

Terminem „metropolia” określa się zwykle duże miasto lub aglomerację o wysokim poziomie koncentracji zarówno programów, jak i funkcji. Metropolie

wyposażone są również w nowoczesne usługi, system komunikacji czy infrastrukturę finansową. Jednocześnie miasta te uznaje się za centra kultury oraz miejsca koncentracji biznesu, tworzące tym samym główne ośrodki współpracy, handlu, a także informacji [Kowalewski, 2005].

Kryterium funkcjonalne uzupełniane jest jednak przesłanką ilościową oraz morfologiczną. Aby uzasadnione było nazwanie miasta metropolią, wskazuje się, że powinno ono liczyć co najmniej pół miliona mieszkańców [Markowski, Marszał, 2006], a także składać się z trzech obszarów: jądra miasta, przedmieść oraz strefy podmiejskiej [Smętkowski, Jałowiecki, Gorzelak, 2009].

Otaczający metropolię obszar metropolitalny uznawany jest za jednostkę o charakterze funkcjonalnym, tworzoną przez duży i spójny funkcjonalnie zespół miejski. Jej istotą jest występowanie funkcji metropolitalnych [Markowski, Marszał, 2006]. Obszary metropolitalne więc należy definiować za pomocą przestrzennego rozkładu zależnych od siebie działań o charakterze produkcyjnym, konsumpcyjnym, administracyjnym oraz przepływów [Smętkowski, 2005]. Należy zaznaczyć, że obszar ten nie jest jednorodny – przestrzenie wchodzące w jego skład pełnią różne funkcje – ale jednocześnie wykazuje silną wewnętrzną integrację.

Zaklasyfikowanie danego układu osadniczego do kategorii metropolii wymaga rozwinięcia w mieście cech metropolitalnych [*Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030*, 2011]. Dlatego za metropolie należy uznać takie ośrodki (oraz ich obszary funkcjonalne), które mogą odgrywać rolę co najmniej krajowego centrum zarządzania gospodarczego. Powinny one ponadto odznaczać się odpowiednio dużym potencjałem gospodarczym, oferować usługi wyższego rzędu oraz pełnić funkcje symboliczne. Nie bez znaczenia pozostaje także zewnętrzna atrakcyjność turystyczna miasta oraz duże możliwości edukacyjne i tworzenia innowacji. Metropolie powinny również mieć zdolność do utrzymywania kontaktów handlowych, edukacyjnych, naukowych czy kulturowych z metropoliami międzynarodowymi. Do funkcji metropolitalnych zalicza się też wysoką dostępność transportową miasta – zarówno wewnętrzną, jak i zewnętrzną.

Ze względu na różnorodność funkcji, które pełnią metropolie, zarządzanie rozwojem obszaru metropolitalnego powinno się odbywać za pomocą odpowiednio dobranych narzędzi. Współcześnie za taki mechanizm uznaje się koncepcję zintegrowanego zarządzania miastem. Instrument ten wykorzystuje trzy wymiary spójności dostrzeżone przez Unię Europejską w oficjalnych dokumentach [*Traktat o Unii Europejskiej*, 2008]. Oprócz – uznawanych dotychczas za priorytetowe – spójności gospodarczej i społecznej, zwrócono uwagę także na aspekt terytorialny.

Zobowiązanie państw członkowskich UE do wdrożenia zintegrowanej koncepcji zarządzania wynika z zapisów *Karty Lipskiej* [2007]. Zalecenia zawarte w dokumencie wskazują na stosowanie na szeroką skalę nowego podejścia do polityki rozwoju, definiowanej jako proces związany z koordynacją obszarów o kluczowym – z uwagi na przestrzeń, czas i przedmiot działania – charakterze dla polityki rozwoju. Nowe, zintegrowane podejście do rozwoju

wymaga rozpatrzenia rozmaitych układów powiązań terytorialnych, które ze względu na swój dynamiczny charakter zmieniają się w czasie i przestrzeni [Mantey, 2013].

Przyjęcie oraz implementowanie zintegrowanego podejścia do zarządzania rozwojem dotyczy również obszarów metropolitalnych. Wyzwanie w tej kwestii stanowi przede wszystkim wykraczanie poza granice administracyjne na rzecz tych funkcjonalnych. Zarządzanie o charakterze zintegrowanym powinno się zatem odbywać na dwóch płaszczyznach: pionowej oraz poziomej [Mantey, 2013]. Wymiar pionowy związany jest z przepływem informacji między poziomami podziału administracyjnego, a także ze stosowaniem zasady pomocniczości (subsydiarności) stanowiącej podstawę funkcjonowania samorządu terytorialnego. Oznacza to, że jednostki szczebla wyższego wspierają działania inicjowane na szczeblu niższym. Integracja w płaszczyźnie poziomej polega z kolei na przenoszeniu precyzyjnie określonych kompetencji z gmin tworzących obszar metropolitalny na jego organ zarządzający.

Strategia Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030

Przykładem zintegrowanego zarządzania jest obowiązująca obecnie *Strategia Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030* [SRMP, 2010], będąca trzecim dokumentem tego typu w historii miasta. Stanowi ona kontynuację poprzednich dokumentów: *Programu Strategicznego Rozwoju Miasta Poznania z 1994 roku* oraz *Planu Rozwoju Miasta Poznania na lata 2005–2010*.

W dokumencie zaprezentowano nową koncepcję misji miasta Poznań, dla której urzeczywistnienia zostały przedstawione cele strategiczne i programy służące ich realizacji. Prace nad strategią rozpoczęły się w lutym 2009 roku, a zapoczątkowane zostały przez Urząd Miasta Poznania. Do współpracy zaproszono wówczas naukowców z poznańskich szkół wyższych, specjalistów związanych z funkcjonowaniem samorządu terytorialnego, a także radnych miasta Poznania. W proces tworzenia strategii włączono także obywateli miasta, proponując im partycypację pod postacią konsultacji najważniejszych elementów dokumentu. Należy podkreślić, że uczestnictwo mieszkańców wiązało się z zastosowaniem wielu technik, jak na przykład: warsztaty strategiczne, burze mózgów, spotkania z przedstawicielami różnych środowisk i grup społecznych, socjologiczne badania ankietowe czy forum internetowe.

Opracowany dokument przedstawia wizję oraz misję miasta na rok 2030, które pozwoliły na wskazanie, jakim miastem Poznań ma być w przyszłości oraz dlaczego. W rezultacie ustalono, że będzie on „miastem metropolitalnym o silnej gospodarce i wysokiej jakości życia, opierającym swój rozwój na wiedzy” [SRMP, 2010: 80]. Osiągnięcie tej wizji ma się opierać na pełnieniu przez miasto takich funkcji, jak: europejskie centrum regionu, dbanie o zrównoważony rozwój i bezpieczne warunki życia, wspieranie przedsiębiorczości czy wyróżnianie się atrakcyjną architekturą, z historycznym centrum, które tętni życiem.

Dla tak określonej wizji Poznania zostały opracowane cztery cele strategiczne miasta: rozwój innowacyjnej gospodarki i podnoszenie atrakcyjności inwestycyjnej miasta; zwiększenie znaczenia miasta jako ośrodka wiedzy, kultury, turystyki i sportu; poprawa jakości życia i atrakcyjności przestrzeni, a także architektury miasta oraz utworzenie metropolii Poznań.

W 2013 roku dokonano aktualizacji strategii z zachowaniem dotychczasowej wizji, misji oraz celów strategicznych rozwoju miasta, zmieniając jedynie realizujące je programy strategiczne [SRMP. *Aktualizacja*, 2013]. Głównymi przyczynami zmian były: konieczność dostosowania strategii do nowoczesnych standardów zarządzania publicznego; zmiana sytuacji gospodarczej miasta; wymagania zarówno polskiej, jak i europejskiej polityki miejskiej, a także nowa perspektywa finansowa UE na lata 2014–2020. Podobnie jak w przypadku opracowywania samej strategii, tak przy jej aktualizacji zadbano o udział ekspertów, specjalistów oraz naukowców, a także o przeprowadzanie konsultacji z mieszkańcami w tym zakresie.

Za najważniejszy z celów strategicznych wyliczonych w *Strategii Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030* należy uznać cel: „Utworzenie Metropolii Poznań”. Osiągnięcie tak przedstawionego celu wiąże się z dwoma aspektami. Po pierwsze, wymaga on rozwinięcia silnego ośrodka centralnego stanowiącego stolicę zintegrowanej metropolii Poznań. Po drugie, metropolia ta musi stać się ważnym ogniwem w sieci miast metropolitalnych, zdolnym do konkurowania zarówno na arenie krajowej, jak i międzynarodowej.

Utworzenie metropolii Poznań wiąże się także nierozzerwalnie z kształtowaniem obszaru metropolitalnego. Aspekt ten dotyczy sąsiedztwa samego miasta, w którym wykształciły się już cechy aglomeracyjne. W rezultacie władze miasta dostrzegają konieczność wypracowania odpowiedniego modelu zarządzania tak skonstruowanego układu przestrzenno-funkcjonalnego. Wymaga on nawiązania współpracy oraz integracji miasta Poznania z sąsiednimi gminami.

Obszar metropolitalny powinny cechować także silne powiązania międzynarodowe, oparte w głównej mierze na pozycji wypracowanej przez Międzynarodowe Targi Poznańskie. Metropolitalne aspiracje Poznania potwierdzają coraz silniejsze powiązania z innymi ośrodkami europejskimi o charakterze komunikacyjnym, gospodarczym, naukowym oraz kulturowym.

Realizacja celu „Utworzenie Metropolii Poznań” odbywa się na podstawie nowego programu strategicznego o nazwie *Metropolitalny Poznań*. Program został opracowany zgodnie ze strategicznymi dokumentami związanymi zarówno z regionem, jak i z krajem. Tym samym jego założenia odpowiadają tym zawartym w: *Strategii Rozwoju Kraju 2020* [2005], rządowym raporcie *Polska 2030* [2009], *Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku* [2005] oraz *Strategii Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej* [2011].

Główny cel strategiczny programu uzupełniono o takie cele pośrednie, jak wzrost znaczenia międzynarodowego Poznania w sieci metropolii europejskich, a także wzrost spójności metropolii przez integrację przestrzenno-funkcjonalną miasta z gminami aglomeracji.

Ze względu na szeroki zakres działań służących realizacji celu strategicznego powiązано z nim różnorodne procesy i projekty zgodne z przedstawionymi wcześniej funkcjami metropolitalnymi. Zalicza się tu między innymi: stworzenie struktury organizacyjnej, administracyjnej i informacyjnej metropolii; połączenie metropolii zarówno z polską, jak i z europejską siecią drogową; rozwój Międzynarodowego Portu Lotniczego; integracja transportu w aglomeracji; rozwój gospodarczy metropolii; wzmocnienie roli Międzynarodowych Targów Poznańskich będących wizytówką potencjału metropolii; wzmocnienie pozycji metropolii jako centrum usług wyższego rzędu zarówno dla regionu, jak i dla kraju; tworzenie zintegrowanego systemu gospodarki wodno-ściekowej, gospodarki odpadami oraz ochrony środowiska i przyrody; tworzenie sieci współpracy na rzecz rozwoju metropolii, a także opracowanie i realizacja wspólnej dla metropolii promocji marketingowej [SRMP, 2010].

Rezultatami realizacji programu *Metropolitalny Poznań* mają być zrównoważony rozwój oraz spójność funkcjonalna i przestrzenna metropolii. Za ryzyko dla wdrożenia programu uznano z kolei niekontrolowane procesy deaglomeracyjne, brak woli współpracy gmin wchodzących w obszar metropolitalny, brak rozwiązań prawnych regulujących status metropolii w Polsce oraz tych stymulujących zrównoważony rozwój aglomeracji.

W utworzeniu metropolii Poznań pomóc ma także program *Kulturalny Poznań*. Oprócz celu metropolitalnego zawarto w nim postulaty zwiększenia znaczenia miasta jako ośrodka wiedzy, kultury, turystyki i sportu. Wskazano także dążenie do uzyskania przez Poznań rangi centrum kultury i turystyki o charakterze międzynarodowym, a także wzrost międzynarodowego znaczenia Poznania w sieci metropolii europejskich.

Jednym z głównych celów programu *Kulturalny Poznań* jest budowanie i kreowanie tożsamości Poznania i Wielkopolski związanej z tradycją i dziedzictwem kulturowym, a tym samym umacnianie więzi oraz identyfikacji mieszkańców zarówno z miastem, jak i z regionem. W tym celu wskazuje się między innymi na takie działania, jak: wspieranie inicjatyw kultywujących pamięć o zasłużonych dla miasta i regionu wybitnych postaciach, wydarzeniach historycznych i miejscach; upowszechnianie tradycji historycznych i kulturalnych miasta w świadomości zarówno mieszkańca miasta, jak i regionu; zachowanie dziedzictwa przestrzeni historycznej, a także zachowanie tradycji ludowego dziedzictwa kulturowego, w tym upowszechnianie dorobku kultury ludowej.

Analiza *Strategii Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030* [SRMP, 2010] oraz programów realizujących jej cele strategiczne pozwala stwierdzić, że miasto Poznań ma wszystkie cechy współczesnej metropolii. Spełnia bowiem warunki zarówno funkcjonalne, jak i morfologiczne oraz ilościowe. Jednocześnie w dokumentach zawarte zostały wszystkie aspekty zintegrowanego zarządzania rozwojem. Działania nakierowane na zrealizowanie dążenia do utworzenia metropolii koncentrują się jednakże w głównej mierze na rozwijaniu bądź umacnianiu funkcji metropolitalnych. Tym samym w dokumentach zwraca się uwagę jedynie na kwestie związane z gospodarką, infrastrukturą, usługami wyższego rzędu czy z powiązaniem międzynarodowymi.

Za problemy drugiego rzędu uznawane są natomiast tak ważne kwestie, jak budowa odpowiedniej struktury organizacyjnej oraz integracja społeczeństw wchodzących w skład metropolii. Za istotny uznać należy fakt, że zagadnienia tożsamości oraz identyfikacji z obszarem metropolitalnym w ogóle nie występują w głównym dokumencie strategicznym miasta. Problematykę identyfikacji ludności metropolii podejmuje jedynie program *Kulturalny Poznań*, ograniczając ją jednakże do tożsamości mieszkańców miasta, pomijając tym samym obywateli pozostałych gmin wchodzących w skład obszaru metropolitalnego.

Strategia jest więc wyrazem ambiwalencji władz Poznania wobec kwestii tożsamości metropolitalnej związanej immanentnie z procesem metropolizacji. Chociaż wymaga ona zastosowania instrumentów o charakterze społeczno-kulturowym, wykraczających poza terytorium miasta Poznań, to jednak do opracowania dokumentów zaangażowano jedynie ludność samego miasta. Zgodnie z definicją metropolia obejmuje swoim terytorium także obszar metropolitalny, którego obywatele niekoniecznie muszą podzielać idee właściwe poznaniakom. Wykreowanie wizji wspólnych dla wszystkich mieszkańców metropolii i zgodnych z wyznawanymi przez nich wartościami wymaga zatem wykształcenia identyfikacji metropolitalnej.

Tożsamość metropolitalna i jej znaczenie

Metropolie często nazywane są zbiorowiskami miejskimi, w skład których wchodzi mieszkańcy wszystkich gmin znajdujących się w granicach wytyczonego obszaru metropolitalnego. Samo istnienie takiej zbiorowości nie oznacza jednak wytworzenia się więzi społecznych. Stanowi ono natomiast podstawę do współpracy na wielu płaszczyznach, dzięki której dochodzi do ukształtowania poczucia wspólnoty [Rybicki, 1972]. Oznacza to, że procesy metropolizacji należy utożsamiać z integracją odbywającą się ponad granicami administracyjnymi.

Tożsamość metropolitalna może być zatem traktowana jako suma tożsamości lokalnych mieszkańców gmin wchodzących w skład obszaru metropolitalnego. Działanie takie oznaczałoby jednak próbę pogodzenia różnych identyfikacji regionalnych, rozumianych jako

(...) tożsamości zbiorowe i kulturowe oparte na tradycji regionalnej, odnoszonej do wyraźnie zdefiniowanego i delimitowanego regionu, jego specyficznych cech społecznych, kulturowych, gospodarczych czy nawet topograficznych, wyróżniających go spośród innych regionów [Szczepański, Śliz, 2010: 15].

Zsumowanie świadomości lokalnych mogłoby spowodować zbyt duży chaos oraz pomieszanie wartości. Tym samym doszłoby do niezrozumienia celów metropolitalnych, co mogłoby uniemożliwić ich osiągnięcie.

Dlatego też bardziej zasadne jest traktowanie tożsamości metropolitalnej jako tworzenia całkowicie nowego, opartego jedynie na wartościach wyznawanych

przez wszystkich mieszkańców danej metropolii. Wymaga to przyjęcia stanowiska, że tożsamość stanowi zależną od czasu i miejsca konstrukcję społeczną. Funkcjonujące obecnie w granicach metropolii identyfikacje lokalne nie są nieodwracalne i mogą być przetwarzane zgodnie z potrzebą czasu. Utworzenie tożsamości metropolitalnej związane jest więc z kontestacją obowiązujących norm i wartości oraz zastąpieniem ich nowymi rytuałami i symbolami [Hobsbawm, Ranger, 2008]. Możliwa jest jednakże adaptacja wcześniejszych metod funkcjonowania zbiorowości do całkowicie nowych celów.

Dążenie do wytworzenia nowego typu wspólnoty w ramach metropolii Poznań zostało wyrażone w *Strategii Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej – Metropolia Poznań 2020* z 2011 roku, w której tendencje te definiuje się jako tak zwane myślenie aglomeracyjne, uzupełniające identyfikacje regionalne i lokalne. Jednocześnie w *Zielonej Księdze Aglomeracji Poznańskiej* z 2010 roku [Zielona Księga..., 2010] zostały wskazane, mające stanowić podstawę nowej tożsamości, wartości wspólne dla wszystkich Wielkopolan. Są to: dziedzictwo historyczne państwa Polan i pierwszych Piastów, kult pracy organicznej, wielkopolska gospodarność, gościnność, pracowitość, solidność i zamiłowanie do porządku oraz więzi kulturowe – gwara i regionalna kuchnia.

Strategia Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej [2011], realizując w całości nowe, zintegrowane podejście do zarządzania obszarem metropolitalnym, zwraca uwagę na pięć podstawowych osi i programów, których osiągnięcie pozwoli na spełnienie celów zakładanych w dokumencie. Działania podjęto w takich obszarach, jak: gospodarka przestrzenna i środowisko, infrastruktura i organizacja transportu, gospodarka i rynek pracy, usługi społeczne oraz zintegrowane zarządzanie i marketing terytorialny.

Elementem programu związanego ze zintegrowanym zarządzaniem oraz marketingiem terytorialnym jest tożsamość metropolitalna, której celem jest kształtowanie, rozwój, a także promocja identyfikacji mieszkańców metropolii Poznań jako wspólnego miejsca zamieszkania, pracy, wypoczynku czy korzystania z usług ponad granicami administracyjnymi. Zapisy strategii jasno wskazują, że modernizacja aglomeracji powinna się wiązać zarówno z zaangażowaniem społecznym, jak i z budowaniem nowoczesnej tożsamości metropolitalnej. Ze względu na intensywną mobilność mieszkańców aglomeracji – związaną głównie ze zmianą miejsca zamieszkania oraz dojazdami do pracy czy centrów handlowych – nacisk położono na rozwijanie i wzmacnianie poczucia identyfikacji z aglomeracją jako całością oraz jej osiągnięciami na równi z umacnianiem więzi lokalnych czy regionalnych. Dodatkowo zwrócono uwagę na to, że budowanie świadomości metropolitalnej nowego typu powinno się odbywać równoległe z polityczno-administracyjnymi działaniami integracyjnymi.

Ukształtowanie nowoczesnej tożsamości o charakterze metropolitalnym ma przede wszystkim wpływać na identyfikację mieszkańców z całym obszarem metropolitalnym. Wspólnota tego typu stanie się także głównym sojusznikiem w działaniach integracyjnych przeprowadzanych na terenie metropolii. Podkreśla się też, że ukształtowanie się świadomości metropolitalnej Poznania i okolicznych gmin będzie odzwierciedlać identyfikację obywateli z miejscem

zamieszkania, która z kolei przyczyni się do wzrostu poczucia dumy oraz więzi o charakterze terytorialnym. Tym samym myślenie metropolitalne będzie stanowić wsparcie dla współpracy samorządów i instytucji, które w swoich działaniach dążą do integracji przestrzennej i funkcjonalnej całej metropolii.

Zapisami strategii wskazano, w ramach programu *Tożsamość metropolitalna*, na proponowane działania mające wprowadzić w życie założony plan. Opierają się one w głównej mierze na zadaniach o charakterze edukacyjnym oraz promocyjnym. Upowszechnianie idei metropolii ma się odbywać już na poziomie szkolnictwa podstawowego przez średnie aż do wyższego. W ramach realizowanych programów edukacyjnych najbliższe środowisko zamieszkania rozumiane ma być jako miasto Poznań oraz okoliczne gminy.

Innym zadaniem jest tworzenie oraz rozpowszechnianie materiałów edukacyjnych. Ich celem jest rozwijanie stanu wiedzy zarówno o metropolii, jej mieszkańcach i historii, jak i o działaniach samorządów czy wydarzeniach kulturalnych i sportowych. Dotychczasowe imprezy, festyny oraz wydarzenia o zasięgu metropolitalnym uzupełnione zostaną ponadto o nowe, integrujące mieszkańców obszaru. Zwrócono także uwagę na udział mediów – lokalnych i regionalnych – które będą pomocne zarówno w kształtowaniu idei metropolitalnej, jak i w budowaniu klimatu zaufania oraz poczucia identyfikacji z metropolią. Myślenie metropolitalne promuje się również przez wspieranie takich inicjatyw społecznych, jak: stowarzyszenia, organizacje pozarządowe czy portale internetowe. Realizację programu tożsamościowego zapewnić ma utworzenie metropolitalnego barometru społecznego – narzędzia regularnego monitoringu opinii społecznej na tematy związane ze świadomością i tożsamością metropolitalną. Uwagę zwrócono też na przedsiębiorstwa, których marki powinny być tworzone wokół relacji o charakterze terytorialnym oraz funkcjonalnym metropolii.

Dążenia metropolitalne zawarte w dokumentach strategicznych dotyczących całej aglomeracji poznańskiej spowodowały konieczność wprowadzenia zmian w dotyczącej jedynie miasta *Strategii Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030* [2010]. Opisująca już aktualizacja z 2013 roku ujawnia jednakże nieporadność oraz jedynie deklaracyjny stosunek władz Poznania do kwestii tożsamości metropolitalnej. Pokazuje także znaczącą niespójność strategii samego miasta z dokumentami dotyczącymi aglomeracji.

Po pierwsze, kwestii związanej z tworzeniem nowego typu identyfikacji nie uznano za jedną z głównych przesłanek aktualizacji, wciąż nie wprowadzając tego zagadnienia do strategii. W rezultacie potrzeby kształtowania tożsamości metropolitalnej nie dostrzega się w samym ośrodku metropolitalnym. Jedynymi działaniami na rzecz identyfikacji jego mieszkańców są programy dotyczące lokalnej kultury właściwej Poznaniowi. Ta może się jednak spotkać z silną opozycją pozostałej ludności przyszłej metropolii Poznań. Doprowadzono więc do sytuacji, w której najważniejszy ośrodek – chociaż wyrażający potrzebę tworzenia tożsamości metropolitalnej – ogranicza jej wprowadzanie do pozostałych gmin aglomeracji poznańskiej, całkowicie nie dostrzegając potrzeby przekształcania świadomości swoich mieszkańców.

Po drugie, wydaje się, że zmiany wprowadzone w kontekście metropolizacji mają charakter jedynie korekty językowej – dotychczasowe zadanie „Rozwój współpracy samorządów aglomeracji poznańskiej” zastąpiono hasłem: „Poprawa spójności terytorialnej metropolii Poznań”, bez jednoczesnej zmiany zasięgu całego projektu [SRMP. *Aktualizacja*, 2013: 127]. Tymczasem aglomeracja poznańska obejmuje swoim zasięgiem terytorium znacznie mniejsze niż zdelimitowany na mocy *Konceptji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030* Poznański Obszar Metropolitalny [*Konceptja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030*, 2011]. Oznacza to, że działania mające na celu wykształcenie tożsamości metropolitalnej prowadzone będą na zbyt małym terytorium, a gminy z nich wykluczone z pewnością będą kontestowały wykształconą w ten sposób identyfikację.

Podsumowanie

Dokumenty strategiczne dotyczące Poznania wymagają więc przede wszystkim zmian wprowadzających ich spójność z metropolitalnymi aspiracjami całej aglomeracji. Szczególnie istotna w tym zakresie wydaje się kwestia tożsamości metropolitalnej, w znacznym stopniu marginalizowana przez władze miasta. Konieczne jest wprowadzenie działań zmierzających do wykształcenia identyfikacji wspólnej zarówno dla metropolii, jak i obszaru metropolitalnego. W tym celu należy rozszerzyć zasięg programu aglomeracyjnego tak, by odpowiadał on granicom terytorialnym Poznańskiego Obszaru Metropolitalnego. Jeszcze istotniejsze jest jednakże wprowadzenie mechanizmów tworzenia tożsamości metropolitalnej w samym Poznaniu.

Brak wspólnej dla całej przyszej metropolii identyfikacji jedynie pogłębi istniejące już problemy w realizacji strategii [SRMP. *Aktualizacja*, 2013], to jest sceptycyzm wobec integracji wśród niektórych wójtów i burmistrzów, słabej promocji idei metropolizacji w mediach, ograniczonej znajomości działań metropolitalnych wśród mieszkańców, brak silnych środowisk lokalnych popierających proces integracji oraz słaba kooperacja samorządów z organizacjami społecznymi.

Tymczasem tożsamość metropolitalna pozwoliłaby na zrozumienie celów oraz zadań wyznaczonych w miejskich dokumentach strategicznych. To z kolei przełożyłoby się na szybsze, a nawet skuteczniejsze ich wdrażanie. Utożsamiając się z metropolią, poszczególne jednostki, instytucje, organizacje, a przede wszystkim samorzady skłonne będą do współpracy przynoszącej korzyści wszystkim obywatelom obszaru metropolitalnego. Wytworzenie się tożsamości metropolitalnej – niebędącej jedynie sumą tożsamości lokalnych, ale całkiem nowym systemem wartości – wpłynie także na osiąganie, rozwój oraz umacnianie przez miasto funkcji metropolitalnych.

Literatura

- Budner W.W. (2008), *Procesy metropolizacji i rozwoju metropolii w Polsce*, „Acta Scientiarum Polonorum, Administratio Locorum” 7 (1).
- Hobsbawm E., Ranger T. (2008), *Tradycja wynaleziona*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Karta Lipska (2007), http://www.sarp.org.pl/pliki/karta_lipska_pl.pdf [dostęp: 18.11.2013].
- Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030 (2011), Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa.
- Kowalewski A. (2005), *Przez metropolie do dobrobytu?*, „Studia Regionalne i Lokalne” 1 (19).
- Mantey D. (2013), *Zintegrowane zarządzanie miastami i obszarami metropolitalnymi*, „Infos” 4 (141).
- Markowski T., Marszał T. (2006), *Metropolie, obszary metropolitalne, metropolizacja. Problemy i pojęcia podstawowe*, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, Warszawa.
- Polska 2030. Wyzwania Rozwojowe* (2009), Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Warszawa.
- Rybicki P. (1972), *Spółczesność miejska*, PWN, Warszawa.
- Smełkowski M. (2005), *Delimitacja obszarów metropolitalnych w Polsce – nowe spojrzenie*, Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
- Smełkowski M., Jałowiecki B., Gorzelak G. (2009), *Obszary metropolitalne w Polsce. Problemy rozwojowe i delimitacja*, „Raporty i Analizy EUROREG” 1.
- SRMP (2010), *Strategia Rozwoju Miasta Poznania do roku 2030* (2010), Uchwała Rady Miasta Poznania z dnia 11 maja 2010 r., Nr LXXII/990/V/2010.
- SRMP (2013), *Strategia Rozwoju Miasta Poznania do 2030 roku. Aktualizacja* – Załącznik do uchwały Rady Miasta Poznania z dnia 10 grudnia 2013 r., Nr LX/929/VI/2013.
- Strategia Rozwoju Aglomeracji Poznańskiej – Metropolia Poznań 2020* (2011), Konsorcjum Badań nad Aglomeracją Poznańską, Centrum Badań Metropolitalnych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań.
- Strategia Rozwoju Kraju 2020* (2012), Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa.
- Strategia Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku* (2005), dokument przyjęty przez Sejmik Województwa Wielkopolskiego dnia 19 grudnia 2005 r., Poznań.
- Szczeptański M.S., Śliz A. (2010), *Dylematy regionalnej tożsamości. Przypadek Górnego Śląska*, „Miesięcznik Społeczno-Kulturalny Śląsk” 10.
- Traktat o Unii Europejskiej* (2008), Dz.Urz. UE 2012/C 326/01.
- Zielona Księga Aglomeracji Poznańskiej – Metropolia Poznań 2020* (2010), Konsorcjum Badań nad Aglomeracją Poznańską, Centrum Badań Metropolitalnych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań.