

Zuzanna Neuve-Église¹

Uniwersytet Śląski

ORCID ID:0000-0002-4062-0947

e-mail: zuzanna.neuve-eglise@us.edu.pl

W stronę przestrzeni przeżywanej. Przyczynek do badania dyskursu o Górnośląsko- Zagłębiowskiej Metropolii

ABSTRAKT

Artykuł koncentruje się na sposobach budowania świadomości na temat Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii, akcentując rolę dyskursu publicznego w tym procesie. W toku analiz wskazuje się na możliwość stworzenia nowego, metropolitalnego poziomu identyfikacji terytorialnej, który ma istotne znaczenie dla umocnienia współrzędzenia i stanowi o powodzeniu procesu metropolizacji w jego społecznym wymiarze. Autorka tekstu opisuje tożsamość metropolitalną jako dynamiczną konstrukcję społeczną, powstałą w procesie nadawania obszarowi metropolitalnemu określonych znaczeń. Punktem wyjścia dla wskazania roli dyskursu publicznego w procesie metropolizacji jest omówienie podstaw tworzenia przestrzeni społecznej, a także wymiarów relacji człowieka z przestrzenią. W artykule poruszone zostały zagadnienia związane z upolitycznieniem tożsamości lokalnej, której elementy mogą służyć kreowaniu wizerunku Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii oraz tworzeniu polityki regionalnej. Odnosząc się do teorii reprezentacji społecznych oraz pojęcia dyskursywnego obrazu świata, autorka tekstu przedstawia funkcje dyskursu metropolitalnego, zaznaczając przy tym, w jaki sposób elity symboliczne mogą mobilizować zasoby mieszkańców do budowania więzi terytorialnej.

SŁOWA KLUCZOWE: przestrzeń społeczna, przestrzeń przeżywana, dyskurs metropolitalny, Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia

Wprowadzenie

W 2018 r. Departament Spraw Ekonomicznych i Społecznych ONZ (DESA) pokazał w raporcie *World Urbanization Prospects* imponujące tempo rozwoju urbanizacji na świecie, prognozując, że do 2050 r. 68% światowej populacji

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 19.09.2018 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 29.11.2019 r.

zamieszka w mieście². W obliczu procesów globalizacji jesteśmy świadkami przeobrażeń przestrzeni, których rezultatem w skali miejskiej jest poszerzanie się granic terytorialnych miast i powstawanie metropolii. Metropolie i obszary metropolitalne można sobie wyobrazić w postaci swoistych węzłów (*nodes*) w sieciach globalnych przepływów, gdyż tam właśnie koncentrują się najważniejsze procesy z punktu widzenia życia społecznego i kulturalnego człowieka, a przede wszystkim w zakresie rozwoju ekonomicznego. Metropolizacja jest więc jednym z najważniejszych wyznaczników współczesnego modelu rozwoju³. Jednocześnie kształtowanie się obszarów metropolitalnych staje się przyczynkiem do dyskusji nad kwestią nowego rodzaju tożsamości czy też identyfikacji terytorialnej, której punkt ciężkości stanowi poziom metropolitalny. Jak zauważa socjolog Zygmunt Bauman, odwołując się do powstawania państw narodowych i wyłaniania się związanych z nimi identyfikacji, kwestia tożsamości nabiera społecznej istotności w momencie, kiedy konieczna staje się autodefinicja w tym zakresie⁴. Przedmiotem niniejszego artykułu jest nakreślenie sposobów budowania świadomości na temat Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii w jej wymiarze terytorialnym, funkcjonalnym i instytucjonalnym, co może stanowić podbudowę dla identyfikacji mieszkańców ze strukturą metropolitalną. Refleksja nad dyskursem o Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii zrodziła się z potrzeby wyjścia poza perspektywę skoncentrowaną jedynie na marketingu terytorialnym i miejskiej narracji promocyjnej w celu ujęcia szerszego spektrum zjawisk zmierzających do nadawania metropolii określonych znaczeń.

Metropolizacja a nowy wymiar tożsamości

Termin *metropolia* przyjął się w naukach społecznych i geograficznych dopiero w XX w., ale jego pochodzenie sięga tradycji antycznej Grecji, gdzie leksem *metropolis* oznaczał miasto macierzyste (od połączenia wyrazów *meter*, matka, i *polis*, państwo-miasto)⁵. Przyglądając się etymologii słowa, wyłania się obraz ważnego ośrodka, wokół którego koncentruje się życie danego regionu. Współczesna metropolia stanowi także idealny wzorzec do naśladowania dla innych ośrodków miejskich, będąc dla nich mentalną ojczyzną poprzez eksportowanie swoich idei, funkcji i znaczeń, jak pisze geograf kultury, Mariusz Czepczyński, nawiązując do antycznej kategorii *mimesis*⁶.

² United Nations, DESA, Population Division, *World Urbanization Prospects 2018: Key Facts*, <https://population.un.org/wup/Publications> (10.04.2019).

³ T. Kaczmarek, R. Bul, *Statystyka obszarów metropolitalnych – stan i potrzeby*, „Biuletyn KPZK”, 2014, nr 225, s. 118.

⁴ Zob. Z. Bauman, *Tożsamość. Rozmowy z Benedetto Vecchimi*, tłum. J. Łaszcz, GWP, Gdańsk 2007.

⁵ G. Gawron, P. Rojek-Adamek (red.), *Europejskie szlaki – śląskie drogi. Trendy rozwojowe Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii „Silesia”. Raport z badań*, WSZINS im. K. Szramka w Tychach, Tychy 2011, s. 12.

⁶ B. Duda, *Miasto w świecie dyskursów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2018, s. 50.

Proces metropolizacji utożsamia się najczęściej ze zjawiskiem globalizacji w tym znaczeniu, w jakim nowa struktura przestrzenna metropolii ogniskuje potencjał gospodarczy, finansowy, naukowy i kulturalny, zyskując przewagę nad innymi jednostkami oraz znaczenie międzynarodowe i światowe. Chcąc sprostać wymaganiom współczesności i zachować konkurencyjność w świecie ponadnarodowych powiązań społecznych i gospodarczych, istniejące jednostki organizacji terytorialnej poddaje się reformom i transformacjom, a kategoria metropolitalności zajmuje coraz więcej przestrzeni w debacie na temat ich możliwego kształtu oraz dalszego rozwoju społeczno-ekonomicznego. Zwraca się także uwagę, iż często zagadnienia strukturalne i funkcjonalne przystaniają istotną dla wykształcenia relacji współzrządzenia kwestię identyfikacji mieszkańców ze strukturą metropolitalną⁷. Identyfikacja tego rodzaju wydaje się być solidnym fundamentem, na którym powinna oprzeć się współpraca miast zrzeszonych w związku metropolitalnym, podbudowana wartościami takimi jak społeczny kapitał zaufania, solidarność czy wzajemna pomoc. Niemniej zasadnicze pytanie o to, jak wspierać rozwój tej formy identyfikacji, łączy się także z kwestią warunków powstawania terytorialnej orientacji politycznej czy też metropolitalnego obywatelstwa. Zagraniczne obserwacje tego zjawiska pokazują, że orientacja taka może przybrać różne wymiary, międzygminny oraz metropolitalny. Biorąc za przykład analizy przeprowadzone przez Andersa Lidströma w Szwecji⁸, sfera międzygminna dotyczy wzajemnych relacji mieszkańców rdzenia z mieszkańcami peryferii regionu metropolitalnego, metropolitalna natomiast odnosi się do całości regionu metropolitalnego, co wyraża się w poszukiwaniu rozwiązań złożonych problemów, na przykład w zakresie zbiorowego transportu publicznego, czerpiąc z zasobów dostępnych dzięki współdziałaniu społeczności lokalnych poszczególnych gmin. Przytoczone powyżej poziomy orientacji politycznej mogą występować jednocześnie, charakteryzując się różnym stopniem nasilenia.

Połączenia funkcjonalne świadczące o metropolitalnym charakterze danego obszaru nie tyle oznaczają automatycznie, że istnieją więzi społeczne pomiędzy mieszkańcami wszystkich gmin znajdujących się w granicach wytyczonego obszaru metropolitalnego, co wskazują na pomyślną integrację poza dotychczasowymi granicami administracyjnymi. Fakt istnienia takiej zbiorowości ułatwia współpracę w wielu dziedzinach, co leży u podstaw budowania poczucia wspólnoty. Jedną z klasyfikacji tożsamości społecznej wyodrębnioną na gruncie socjologii zdaje się także ujmować wspomniane aspekty funkcjonowania człowieka w przestrzeni⁹.

⁷ M. Lackowska, Ł. Mikuła, *How metropolitan can you go? Citizenship in Polish city-regions*, "Journal of Urban Affairs", 2018, 40:1, s. 47-62.

⁸ M. Tarkowski, *Tożsamość metropolitalna Gdańska i Gdyni – zarys problemu i wstępne wyniki badań*, „Metropolitan”, 2017, nr 1, s. 9.

⁹ M. Szczepański, A. Śliz, *Kim jestem? Identyfikacje i tożsamości społeczne. Przypadek Górnego Śląska*, „Nauka”, 2018, nr 1, s. 135.

Tożsamość emocjonalna, czyli przeżywana, jest oparta na codziennym doświadczeniu człowieka, a funkcjonalna, wynikająca z gry interesów zbiorowych, obejmuje wymiary bardziej materialne, takie jak infrastruktura. Niejednokrotnie przywiązanie do terytorium, które zawiera w sobie ładunek emocjonalny, może być efektem działania pragmatycznego nastawionego na pewien interes własny lub wspólny, reprezentując wymiar „funkcjonalny”, dzięki któremu stopniowo wykształca się określona tożsamość przestrzenna.

Jak wskazuje Joanna Wróblewska-Jachna, mieszkańcy terenów zurbanizowanych mają wiele możliwości afiliacyjnych¹⁰. Przyjmując za wyznacznik skalę zasięgu terytorialnego, tożsamość przestrzenna może ukonstytuować się na poziomie: lokalnym, miejskim, metropolitalnym, regionalnym, państwowym i europejskim, obejmując różne poziomy jednocześnie. Jednakże charakterystyczne jest to, że jednostka włącza określoną umysłową reprezentację środowiska, traktując ją jako część samej siebie, do reprezentacji koncepcji „My”; angażuje się przy tym emocjonalnie i ideologicznie¹¹. Podejmując próbę zdefiniowania wymiaru zbiorowej tożsamości przestrzennej – metropolitalnej – łatwo pokusić się o próbę wyjaśnienia tego zjawiska, uciekając się do stwierdzenia, iż jest to suma tożsamości lokalnych mieszkańców gmin wchodzących w skład obszaru metropolitalnego. Taki pogląd na kwestię tożsamości metropolitalnej prezentują autorzy *Programu działań strategicznych Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii do roku 2022. Nowy wymiar synergii*, nie precyzując zarazem, na jakich wartościach miałyby się oprzeć wspólna tożsamość obszaru Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii¹². Fakt ten tłumaczyć należy zapewne tymczasowym charakterem stworzonego dokumentu, który zgodnie z zapowiedziami Urzędu Metropolitalnego zastąpić ma wkrótce pełna wersja strategii promocji, obejmująca aspekty budowania wspomnianej tożsamości wśród mieszkańców.

Wydaje się jednak oczywiste, że istnieje potrzeba wyjścia poza dotychczasowy typ przywiązania, co przełoży się na integrację mieszkańców wokół nowych celów i wartości, wzmacniających wspólny potencjał metropolitalny. W przypadku Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii posiada to szczególne znaczenie, gdyż ten pierwszy w Polsce związek metropolitalny mający umocowanie w ustawie z dnia 9 marca 2017 r. mieści się w granicach obszaru o znacznej złożoności pod względem przestrzeni społecznych, z którymi mieszkańcy czują się silnie związani. U podstaw tego zjawiska leżą dawne podziały historyczne ziem z przynależną im kulturą od czasów średniowiecza poprzez okres rozbiorów, w efekcie których ukształtowały się

¹⁰ J. Wróblewska-Jachna, *Media jako narzędzie wspierające w kreowaniu tożsamości przestrzennych na przykładzie metropolizacji miast województwa śląskiego*, „Media i Społeczeństwo”, 2017, nr 7, s. 151.

¹¹ W. Łukowski, *Społeczne tworzenie ojczyzn*, Scholar, Warszawa 2002, s. 83.

¹² Zob. *Program działań strategicznych Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii do roku 2022. Nowy wymiar synergii*, Załącznik nr 1 do Uchwały nr 153/2018 Zarządu Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii z dnia 10.08.2018, Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia, Urząd Metropolitalny G-ZM, Departament Strategii i Polityki Społecznej, Katowice 2018, s. 61.

odmienne tożsamości Zagłębiaków i Górnoślązaków. Wykształcanie nowego poziomu tożsamości nie wyklucza rzecz jasna czerpania z bogactwa zasobów funkcjonujących do tej pory identyfikacji regionalnych, rozumianych jako

„szczególny przypadek tożsamości społecznej (zbiorowej) i kulturowej, opartej zarazem na tradycji regionalnej, odnoszonej do (...) terytorium, regionu (miejsca), jego specyficznych cech społecznych, kulturowych (symbolicznych), gospodarczych czy nawet topograficznych”¹³.

Przestrzeń lokalna czy regionalna mieści w sobie znaczenia przynależące do różnych tradycji i pamięci społecznych, które, jak twierdzi Andrzej Bukowski, „mogą służyć teraźniejszości, mogą także służyć konstruowaniu przyszłości w procesie wzajemnego komunikowania się i integrowania wokół nowych znaczeń i symboli”¹⁴. Wartości tradycyjnie utożsamiane z Górnym Śląskiem i Zagłębiem Dąbrowskim mogą być więc reinterpretowane i wykorzystywane w procesie konstruowania metropolitalnej wizji regionu.

W tym ujęciu tożsamość w jej nowym wymiarze należałoby zatem traktować jako dynamiczną konstrukcję społeczną, podlegającą zmianom na przestrzeni czasu i będącą do pewnego stopnia produktem nadawania obszarowi metropolitalnemu określonych znaczeń oraz ich dalszego negocjowania. Postulat ten nawiązuje do pojęcia tożsamości prospektywnej, którą Michel Bassand wyodrębnił jako odzwierciedlenie wizji przyszłości regionu¹⁵. W tym znaczeniu można ją rozumieć jako reprezentację społeczną, co sugerowałoby, że mieszkańcy aprobujący określone rozwiązania, przyjmujący wizje rozwojowe, są skłonni do identyfikacji i odczuwania więzi z danym obszarem. Tożsamość metropolitalna jawi się jako konstrukt wyobrażeniowy tworzony także przez pewną narrację metropolitalną (*récit métropolitain*)¹⁶, na którą składają się nie tylko dyskursy językowe, ale także realizacje architektoniczne i urbanistyczne, czy też konkretne wydarzenia i działania polityków, artystów oraz ‘miejskich obywateli’.

Tworzenie przestrzeni społecznej poprzez nadawanie jej istotnych znaczeń

Płynna ponowoczesna rzeczywistość przyniosła kryzys identyfikacji terytorialnej, a wraz z nim procesy deterytorializacji oraz reterytorializacji, spowodowane zwłaszcza poszerzaniem się przestrzeni życia człowieka za sprawą wzmożonej

¹³ Szczepański M. S., Śliz A., *Dylematy regionalnej tożsamości. Przypadek Górnego Śląska*, „Miesięcznik Społeczno-Kulturalny Śląsk”, 2010, s. 10.

¹⁴ Z. Rykiel (red.), *Tożsamość terytorialna w różnych skalach przestrzennych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2010, s. 36.

¹⁵ M. Konopski, D. Mazurek, *Tożsamość terytorialna jako zasób lokalny w powiatowych dokumentach strategicznych województw podlaskiego, mazowieckiego i lubelskiego*, „Studia Obszarów Wiejskich”, 2017, tom 46, s. 74.

¹⁶ Zob. D. Pagès, *La métropole parisienne et ses récits: du projet de territoire à une possible identité narrative dialoguée?*, « Quaderni », 2010, nr 73.

i łatwej mobilności, ale także oddziaływaniem kultury masowej, internetu i mediów. Jak wskazuje Andrzej Bukowski, społeczności nie muszą zawiązywać się na fizycznie bliskim terytorium, które stało się czymś więcej niż fizyczną, społeczną i historyczną przestrzenią¹⁷. Terytorium spowite jest siatką pojęć i wyobrażeń, podsycających ideologiczne dyskursy, co czyni ją przestrzenią abstrakcyjną lub wyobrażoną, w stosunku do której człowiek żywi określony stosunek emocjonalny. Wciąż jednak tak dla jednostki, jak i dla całych zbiorowości ludzkich, przestrzeń uspołeczniona, czyli nasycona znaczeniami społecznymi, społecznie tworzona i organizowana, stanowi jeden z istotnych wymiarów identyfikacji, nadających sens istnieniu. Zresztą umiejętność myślenia abstrakcyjnego i postrzegania symbolicznej wartości przestrzeni jest jedną z cech odróżniających ludzi od zwierząt. Ważne jest więc, aby budowniczy instytucji zarządzania związkami metropolitalnymi oprócz względów funkcjonalnych i pragmatycznych mieli na uwadze przestrzeń społeczną i jej zbiorowe przedstawienia, jako że składają się one na istotny element tożsamości zamieszkujących ten obszar zbiorowości.

W socjologicznej refleksji Henri Lefebvre ujmuje przestrzeń (społeczną) jako produkt (społeczny), który nie istnieje na zewnątrz wytwarzającego go społeczeństwa¹⁸. W sensie ogólnym oznacza to, że podchodzimy do myślenia o przestrzeni przez pryzmat tego, w jaki sposób jest przez ludzi kształtowana, organizowana, przeobrażana oraz przedstawiana pojęciowo i symbolicznie w różnych epokach i społeczeństwach, jako produkt społecznej praktyki i warunków życia. Stwierdzenie to pozostaje w związku z tezą o społecznym tworzeniu rzeczywistości Petera L. Bergera i Thomasa Luckmanna, w której badacze podkreślają znaczenia, jakie nadaje się przestrzeni w wewnętrznym świecie myśli: „Jest to świat, który powstaje w ich myślach i działaniach oraz dzięki tym myślom i działaniom trwa jako świat rzeczywisty”¹⁹. Wytwarzanie przestrzeni społecznej będzie się zatem łączyło ze społeczną produkcją jej znaczeń. Henri Lefebvre wymienia trzy podstawowe procesy biorące w tym udział: praktyki przestrzenne związane z produkcją i reprodukcją, sposoby przedstawiania przestrzeni uzależnione od sposobu produkcji i danego porządku ideologicznego oraz przestrzenie przedstawień, czyli kompleksy symboli, odczuć i wrażeń wywoływanych przez przestrzeń. W triadzie przestrzennej Lefebvre’a przestrzeń jest postrzegana, wyobrażona i przeżywana. Wszelkie dyskursy na temat przestrzeni są wyrazem konkretnego wyobrażenia o niej i posługując się terminem Lefebvre’a – są jej reprezentacjami. Szczególnie istotny wydaje się trzeci wymiar triady uwzględniający proces naznaczania przestrzeni emocjami, uczuciami i wartościami, tak że zyskuje ona wymiar symboliczny obok materialnego, utylitarne. Ujmuje to także podejście kulturalistyczne, zapoczątkowane przez

¹⁷ Z. Rykiel (red.), *Tożsamość...*, op. cit., s. 36.

¹⁸ H. Lefebvre, *The Production of Space*, tłum. D. Nicholson-Smith, Blackwell Publishing, Malden 2010, s. 26.

¹⁹ P. Berger, T. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. J. Niżnik, PIW, Warszawa 1983, s. 50.

Floriana Znanickiego, w którym wartość przestrzeni „jest składnikiem jakiegoś nieprzestrzennego systemu wartości, w stosunku do którego posiada swoistą treść i znaczenie”²⁰. Przestrzeń obszaru metropolitalnego rozpatruje się w niniejszym artykule jako miejsce projekcji nowych wartości, a jej wymiar społeczny realizuje się w doświadczeniu i działaniu ludzkim.

Konstrukcja naszego przedstawienia świata złożona jest z różnych wymiarów funkcjonowania człowieka w przestrzeni. W analizie relacji pomiędzy człowiekiem a przestrzenią warto przyjrzeć się pojęciu *przestrzeni przeżywanej* (fr. *espace vécu*), poprzez które geograf społeczny, André Fremont, wzbogaca pozostałe wymiary – przestrzeń życia i społeczną – właśnie o aspekt psychologiczny i wyobrazeniowy²¹. Przestrzeń życia jest konkretna i odnosi się do przestrzennych praktyk człowieka związanych z podejmowanymi na co dzień aktywnościami. Natomiast przestrzeń społeczna jest wynikiem powiązania interakcji społecznych z konkretnymi miejscami, przez co zyskują one społeczne znaczenia. W ten sposób przestrzeń społeczna staje się podłożem do subiektywnego przeżywania danego miejsca, które obdarzone ładunkiem emocjonalnym, różnymi obrazami i konceptami jednostek składa się na rozumiałą dla człowieka rzeczywistość.

Wyzwaniem w konstruowaniu Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii jest wyjście poza wymiar czysto instytucjonalny i technokratyczny, koncentrujący się na budowaniu silnego ośrodka wzrostu gospodarczego. Chodziłoby mianowicie o wytworzenie przestrzeni społecznej przeżywanej tak, by obszar, który jest doświadczany przez mieszkańców w toku codziennych praktyk jako przestrzeń życia, stał się dla nich miejscem oswojonym, własnym; wspólnym miejscem przeżyć, emocji i wyobrażeń. Projektowanie metropolii powinno zatem obejmować, obok układu instytucjonalnego i wspólnej wizji rozwoju, czyli m.in. kluczowych projektów pozwalających na integrację jednostek samorządu terytorialnego oraz wzrost konkurencyjności zewnętrznej, zmiany w świadomości społeczności lokalnych. Ten ostatni aspekt zasadza się na wykorzystaniu projektów ‘miękkich’, dążących do nadania obszarowi metropolitalnemu pozytywnych znaczeń oraz zapewniających integrację jego mieszkańców. Rezultatem tychże działań w dłuższej perspektywie mogłoby stać się wykształcenie się nowego poziomu tożsamości – metropolitalnej.

Budowaniu świadomości mieszkańców na temat Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii (G-ZM)²² służy szereg działań z zakresu promocji i komunikacji społecznej podjętych dotychczas przez Urząd Metropolitalny. Najważniejsze z nich koncentrują

²⁰ F. Znanicki, *Socjologiczne podstawy ekologii ludzkiej*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, 1938, 18, z. 1, s. 91.

²¹ G. Di Méo, *De l'espace subjectif à l'espace objectif : l'itinéraire du labyrinthe*, « L'Espace géographique », 1990, t. 19-20, n4, s. 364.

²² Przyjmuje się skrócony zapis nazwy *Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia* w postaci akronimu G-ZM w celu ułatwienia lektury artykułu.

się na umacnianiu marki metropolii, czego wyrazem jest stworzenie jednolitej identyfikacji wizualnej, obejmującej pojazdy transportu publicznego. Należą do nich także organizacja przedsięwzięć kulturalnych i gospodarczych pod szyldem Metropolii G-ZM, jak „Metropolitalna Noc Teatrów” czy występowanie w roli partnera wydarzeń, jak w przypadku „Europejskiego Kongresu Gospodarczego” i święta Szlaku Zabytków Techniki „Industriada”, odbywającego się na terenie różnych gmin wchodzących w skład G-ZM. Uruchomiono również nowe, internetowe platformy służące promocji: <http://gzmetropolia.pl/> oraz *fanpage* metropolitalny: www.facebook.com/metropoliagzm/, liczący 22 389 osób (stan na dzień: 30.06.2019). W czasie pierwszego roku działalności Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii świadomość metropolitalną podbudowywały akcje promocyjne i informacyjne, w które zaangażowano najsilniejsze regionalne media: „Dziennik Zachodni”, Radio Piekary, Radio Katowice, TVP3 Katowice. W ramach prowadzonego przez Radio Piekary programu *Metropolia korzyści* przeprowadzono sondy uliczne z mieszkańcami gmin G-ZM, a także zorganizowano wywiady z ekspertami. W czasie cyklu debat *Tu Metropolia*, objętych patronatem medialnym „Dziennika Zachodniego”, mobilizowano członków Zarządu G-ZM, przedstawicieli władz miast i gmin członkowskich oraz mieszkańców, społeczników i dziennikarzy do zabrania głosu w sprawach ważnych dla całości obszaru metropolitalnego, takich jak transport publiczny, rozwój gospodarczy i społeczny, kształtowanie przestrzeni i promocja. Świadomość metropolitalną mogą budować także różnego rodzaju działania towarzyszące projektom twardym dotyczącym systemu transportu czy Metropolitalnego Funduszu Solidarności, w założeniu wspierającego projekty rozwojowe najuboższych gmin członkowskich. W 2017 r. uchwałą nr III/16/2017 powołano Zarząd Transportu Metropolitalnego, który 1 stycznia 2019 r. przejął zadania związane z zapewnieniem publicznego transportu na obszarze metropolii, realizowane dotychczas przez trzech organizatorów – KZK GOP, MZK Tychy i MZKP Tarnowskie Góry. Z tej okazji przeprowadzono także kampanię „Wspólny bilet” informującą o ujednoczeniu cen biletów jednorazowych i okresowych. Następnie wprowadzono także darmowe przejazdy dla dzieci i młodzieży do 16. roku życia na terenie wszystkich 41 miast i gmin wchodzących w skład G-ZM, co ogłoszono pierwszym projektem na taką skalę w Polsce. W tym kontekście należy również wspomnieć o opracowaniu „Metrobiletu” łączącego przejazdy kolejną oraz liniami autobusowymi i tramwajowymi na terenie całej metropolii z podziałem na właściwe strefy.

Innym interesującym projektem budującym wyobrażenie o obszarze metropolitalnym było stworzenie we współpracy z Politechniką Śląską w Gliwicach makiety, prezentującej w skali 1:500 strukturę zabudowy 41 centrów miast i gmin członkowskich G-ZM. Owoc pracy studentów Politechniki Śląskiej powstały w ramach zastosowania podejścia *project based learning* można było podziwiać w styczniu 2019 r. w czasie „4 Design Days”, wydarzenia z branży architektury,

designu i nieruchomości. Poprzez projekt zmierzano do odpowiedzi na pytanie: czym metropolia jest, jak wygląda i jak ją przedstawić. W tym duchu także w grudniu 2018 r. w czasie obchodów „Konferencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu COP 24” w Muzeum Śląskim w Katowicach Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia prezentowała *mapping* w formie audiowizualnej projekcji obrazującej walory i potencjał kulturowy metropolii, uwzględniając historię miejsc ważnych w regionie i związane z nimi znane postacie, zabytki oraz powstałe wynalazki, a także realizowane przez związek metropolitalny zadania. Wydarzeniu towarzyszyła także wystawa kubikowa koncentrująca uwagę zwiedzających na najważniejszych dla powstającej Metropolii aspektach. *Program działań strategicznych Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii do roku 2022. Nowy wymiar synergii* ujmuje potrzebę rozwijania świadomości metropolitalnej mieszkańców, jednak wciąż brakuje kompleksowej strategii w tym zakresie. Jej opracowanie i publikację zakłada się na koniec 2019 r., choć miała już funkcjonować od końca 2018 r.

Rozważając różne możliwości oddziaływania na świadomość o przestrzeni metropolitalnej, zdecydowanie warto docenić potencjał, jaki tkwi w innowacjach technologicznych nastawionych na wydobywanie miejskich przestrzeni przeżywanych, które pobudzają wyobraźnię kartograficzną użytkowników przestrzeni. W tym nurcie uwagę przykuwa projekt *Bio Mapping* realizowany od 2004 r. przez Christiana Nolda, angielskiego artystę, designera i edukatora, który koncentruje się na pozyskiwaniu danych biometrycznych na podstawie reakcji galwanicznej skóry²³. Za pomocą specjalnego narzędzia wskazującego pobudzenie emocjonalne powiązane z położeniem geograficznym możliwe jest dotarcie do indywidualnych ścieżek emocjonalnych użytkowników miast, którzy dostarczają dokładnego opisu swoich doświadczeń. Na podstawie pozyskanych danych tworzy się afektywne mapy miejskie, takie jak *East Paris Emotional Map* z 2008 r., ilustrujące strumień różnorodnych interakcji w przestrzeni. Tego typu projekty zachęcają do pogłębiania świadomości w zakresie doświadczanej w codzienności przestrzeni i mogą dostarczać cennych informacji na temat różnorodnych obszarów funkcjonowania człowieka w mieście, na przykład miejsc szczególnie atrakcyjnych lub wręcz przeciwnie – zdegradowanych, opuszczonych, nieuczęszczanych, co z kolei daje możliwość do zmiany i wykorzystania danych przy kreowaniu przestrzeni przyjaznej do życia czy spędzania czasu wolnego. Projekty tego typu stanowią kontynuację badań nad postrzeganiem miast realizowanych przez Kevina Lyncha już w latach 60. XX w.

²³ C. Nold, *Bio Mapping / Emotion Mapping*, <http://biomapping.net> (1.06.2019).

Dyskurs metropolitalny i jego rola w procesie nadawania znaczeń

Obecnie jest za wcześnie, by mówić już o identyfikacji mieszkańców z Górnośląsko-Zagłębiowską Metropolią, natomiast kwestią rozważaną w niniejszym artykule jest, co może stanowić jej podstawę. Motywacja do podjęcia refleksji nad dyskursem metropolitalnym i procesem nadawania znaczeń metropolii zrodziła się na gruncie orientacji kulturalistycznej w badaniach socjologicznych nad przestrzenią miast i metropolii, gdzie:

„przestrzeń rozumie się albo jako byt materialny, albo jako metaforę, o społecznym wymiarze przestrzeni decydują jednak zawsze znaczenia nadawane tej przestrzeni przez jednostki i zbiorowości – albo wartości symboliczne, albo metaforyczne określenia relacji społecznych”²⁴.

Obserwacje tworzenia związku metropolitalnego w województwie śląskim wskazują, że konstrukcja tej nowej jednostki polityczno-administracyjnej i związana z nią instytucjonalizacja pociąga za sobą wytwarzanie różnego rodzaju dyskursów czy też narracji, które mają na celu nadanie przestrzeni metropolitalnej określonych znaczeń w świadomości społecznej. Przyjmuje się przy tym założenie o istotnym wpływie mass mediów i dyskursu publicznego na świadomość społeczną, co znajduje potwierdzenie w licznych badaniach i rozważaniach poświęconych komunikacji masowej (H. Lasswell, T. Adorno, E. Fromm, D. McQuail i inni).

Proces metropolizacji realizowany w sferze materialnej może być wzmacniany przez dyskurs publiczny, w który angażują się różni aktorzy społeczni – politycy, lokalni aktywiści, naukowcy, przedstawiciele mediów i mieszkańcy. Dyskurs publiczny to

„(...) wszelkie przekazy dostępne publicznie, a więc m.in. dyskursy instytucjonalne (...), dyskursy związane z określonymi światami społecznymi (...), a także dyskursy środków masowego przekazu (inaczej dyskursy medialne)”²⁵.

Choć, jak wskazuje wiele prac, dyskurs to w humanistyce i naukach społecznych ‘pojęcie-wytrych’, umykające jednoznacznym definicjom oraz często potocznie utożsamiane z dyskusją, łączy ono w sobie językowe, kognitywne i społeczne aspekty komunikacji. Teun van Dijk rozróżnia trzy jego wymiary: użycie języka, przekazywanie idei, interakcje w sytuacjach społecznych²⁶. Dyskurs rozumiany jako społeczne użycie języka kieruje uwagę w stronę znaczenia nadawanego w czasie procesu komunikacji, które uzależnione będzie od kontekstu

²⁴ Z. Rykiel (red.), *Nowa przestrzeń społeczna w badaniach socjologicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2008, s. 18.

²⁵ M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski, *Wprowadzenie*, [w:] *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski (red.), Wydawnictwo Aureus, Kraków 1997, s. 11.

²⁶ A. Horolets, *Obrazy Europy w polskim dyskursie publicznym*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2006, s. 54.

społecznego, sytuacji wypowiedzi.

Świadomość społeczna mieszkańców na temat metropolii modelowana jest: z jednej strony przez konkretną narrację promocyjną (dyskurs instytucjonalny), tworzoną głównie przez Urząd Metropolitalny, a z drugiej przez dyskurs publiczny, dający obraz przefiltrowany przez 'szkiełko dziennikarskie', co sprzyja realizacji określonych celów: informacyjno-weryfikacyjnych, wartościująco-emotywnych oraz behawioralnych²⁷. Metropolia jawi się zatem jako pewnego rodzaju wizja lub projekt, który podlega dyskusji i nabiera charakteru narracyjnego. W dyskursie medialnym możemy dostrzec, iż budzą się lokalne resentymy związane z percepcją i waloryzacją przestrzeni. Dyskusje dotyczące tematów metropolitalnych zabarwione są wątkami historycznymi, lokalnymi ambicjami, nadziejami, emocjami, nierzadko obfitując w napięcia polityczne, konflikty tożsamościowe i konflikty interesów. Na łamach lokalnej prasy (m. in. „Dziennik Zachodni”, „Gazeta Wyborcza” – dodatek lokalny) ukazują się artykuły zawierające motywy odwołujące się do tradycyjnych antagonizmów pomiędzy Górnoślązakami a Zagłębiakami (np. *Spór o nazwę metropolii tylko zamrożony. Wróci za kilka miesięcy. I może być większy*, artykuł z 2017 r.). Najważniejsze z tych motywów dotyczą m. in. sporu o nazwę *Metropolia Silesia*, która stanowiła podstawę dobrze funkcjonującej już marki Górnośląskiego Związku Metropolitalnego (rozwiązanego oficjalnie 28.12.2017 r.), czy też sporu o siedzibę władz powstałej w miejsce wcześniejszego związku Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii, jako wyraz rywalizacji największych jej miast o miano ośrodka centralnego (głównie Katowic i Sosnowca).

Elementy odwołujące się do tradycji górnośląskiej i zagłębiowskiej koegzystują w obrębie powstałej narracji metropolitalnej. Czyni się starania, by działały na rzecz synergicznego rozwoju obszaru, czego wyrazem jest wprowadzenie w identyfikacji wizualnej G-ZM, oprócz żółci i granatu stanowiących syntezę barw heraldycznych obu regionów, nowego koloru – fuksji, symbolizującej ożywienie i innowacyjność, jaką wnosi powołanie Metropolii. Uwidacznia się też kolejny ważny aspekt, a mianowicie tożsamość lokalna staje się atrakcyjnym elementem wizerunku związku metropolitalnego służącym zaistnieniu na globalnym rynku oraz przyciągnięciu użytkowników metropolitalnej przestrzeni²⁸. Jest potrzebna, by rywalizować o zasoby egzogenne niezbędne dla rozwoju ośrodka. Z drugiej zaś strony służy gromadzeniu zasobów endogennych – społecznych i symbolicznych, pozwalając na integrację mieszkańców wokół pewnych tradycyjnych idei i wartości oraz wykształcenie kapitału społecznego. W takim ujęciu tożsamość służy za

²⁷ E. Laskowska, *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2004, s. 25.

²⁸ M. Błaszczak, *O politycznej naturze tożsamości lokalnej*, [w:] *Społeczne i ekonomiczne aspekty urbanizacji i metropolizacji*, M. Malikowski, M. Palak, J. Halik (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015, s. 40-41.

instrument tworzenia lokalnej polityki rozwoju, a określone obrazy przestrzeni metropolitalnej mogą być lokowane w pożądanym dla rozwoju kontekstach nowoczesności czy europejskości, które stanowią składniki świadczące o atrakcyjności obszaru G-ZM. Tak wyrażona polityzacja tożsamości polega na mobilizowaniu politycznym mieszkańców poprzez wykorzystanie elementów kulturowych. Regionalny 'materiał' staje się częścią składową konstrukcji społeczno-gospodarczej i politycznej, jaką jest Metropolia, leżąc u podstaw jej interesów. Kultura pełni tu rolę zasobu dynamicznego, będąc katalizatorem innowacyjności obszaru, ale także źródłem napięć poprzez odwołanie do historycznych podziałów i pamięci zbiorowej.

Tożsamość będąca spoiwem lokalnej polityki i kultury opiera się także na paradygmacie komunikacyjnym, a przede wszystkim medialnym. Konstruowanie tożsamości odbywa się na drodze komunikacji i interakcji z innymi w ramach pewnej wspólnoty politycznej, do której aspirujemy lub przynależymy²⁹. Szczególna rola w tym procesie przypada mediom i dziennikarzom tworzącym w lokalnym środowisku ideologie, mity, powieści i świadomości. Dziennikarze na równi z politykami, naukowcami, ekspertami czy intelektualistami należą do elit symbolicznych, czyli tych grup i osób, które sprawują bezpośrednią kontrolę nad publicznie dostępną wiedzą, publicznie prawomocnymi przekonaniem, nad kształtem i treściami dyskursu publicznego³⁰, tworząc pewne reprezentacje społeczne 'metropolii', które są przyswajane jako 'wiedza społeczna'³¹. Społeczne reprezentacje odnoszą się do teorii stworzonej przez Serge'a Moscoviciego (1984 r.), według której zasoby społecznej wiedzy składają się z elementów konceptualnych i obrazowych. Badanie zawartych w przekazach medialnych obrazów, będących pewnym odwzorowaniem rzeczywistości społecznej, pozwala lepiej ją zrozumieć poprzez nadanie swoistych ram interpretacyjnych do analizy powszechnie występujących zjawisk. Społeczne reprezentacje porządkują i kształtują przekonania, postawy, opinie i praktyki, są procesami, przez które konstruowana jest rzeczywistość społeczna. Ten wywodzący się z interakcjonizmu symbolicznego pogląd zakłada, że w procesie komunikowania następuje konstruowanie rzeczywistości społecznej.

Analogicznie do dyskursu miejskiego, wyodrębnionego i poddanego analizie przez Beatę Dudę, można potraktować dyskurs metropolitalny jako kategorię transdyskursywną, ponieważ metropolia jako przedmiot odniesienia pojawia się w wielu innych dyskursach, na przykład w dyskursie naukowym, politycznym,

²⁹ M. Megier, *Współczesna tożsamość narodowa jako wytwór działań politycznych i komunikacyjnych*, [w:] *Tożsamość i komunikacja*, J. Szulich-Kałuża, L. Dyczewski, R. Szwed (red.), Wydawnictwo KUL, Lublin 2011, s. 32.

³⁰ M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski, *Wprowadzenie...*, op. cit., s. 17.

³¹ K. Kubala, *Analiza dyskursu a badania semantycznych fundamentów socjalizacji politycznej*, [w:] *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*, A. Horolets (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008, s. 138.

medialnym, promocyjnym czy urzędowym³². Warto jednak wziąć pod uwagę interakcje tych rozmaitych dyskursów, które ścierając się, tworzą mniej lub bardziej spójną narrację. Pomocne w ujęciu obrazu metropolii kreowanego przez poszczególne dyskursy jest pojęcie *dyskursywnego obrazu świata*, zaproponowane przez Waldemara Czachura, które wywodzi się z lingwistyki kulturowej. Sam autor opisuje DOŚ jako:

„dyskursywnie wyprofilowaną interpretację rzeczywistości dającą się ująć jako zespół sądów o świecie, o ludziach, rzeczach, zdarzeniach.(...) Jako reprezentacja wiedzy – jest językowo konstruowany, negocjowany na bazie argumentów emocjonalnych lub racjonalnych albo medialnie dystrybuowanych”³³.

Tak powstała narracja stanowi punkt odniesienia w procesie identyfikacji mieszkańców, ale może też wiele powiedzieć o powodzeniu marki miejsca, która w myśl marketingu terytorialnego powinna w oryginalny sposób zaspokajać zidentyfikowane i antycypowane potrzeby ‘klientów’, wywołując ich aprobatę oraz przekonanie o wyjątkowości ‘miejskiego produktu’. Zaistnienie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii jako pozytywnej marki w społecznej świadomości może się powieść, zwłaszcza jeśli uniknie się chaosu informacyjnego wynikłego na skutek sprzecznych komunikatów, pojawiających się w dyskursie publicznym jako kontra do przekazu promocyjnego. Nie bez znaczenia pozostaje również zaangażowanie mieszkańców, którzy muszą wierzyć w unikatowość przestrzeni metropolitalnej, w jej atrakcyjność, a także w dłuższej perspektywie zadeklarować chęć działania na rzecz jej rozwoju. W tym aspekcie nasuwa się znów kwestia obywatelstwa metropolitalnego i kształtu instytucji zarządzania związkiem metropolitalnym, która w obecnej formie nie pozwala na przykład na bezpośrednią partycypację mieszkańców w podejmowaniu decyzji o wyborze członków zgromadzenia G-ZM.

Dyskurs elit symbolicznych na temat metropolii można zatem potraktować jako rodzaj socjalizacji politycznej mieszkańców obszaru metropolitalnego, gdyż mobilizuje on za pomocą dystrybuowanych narzędzi interpretacyjnych w postaci społecznych reprezentacji do organizowania rzeczywistości wokół, co implikuje także wybory na poziomie przynależności do określonej wspólnoty. Dyskurs daje możliwość kształtowania władzy symbolicznej poprzez nadawanie istotności konkretnym wydarzeniom, zagadnieniom i stanowiskom, dzięki czemu tworzy kryteria oceny rzeczywistości. Dobór treści dyskursu publicznego jest rodzajem władzy nad członkami danej społeczności, lecz w społeczeństwie pluralistycznym i konsumpcyjnym władza ta ma swoje granice, bo istnieje szansa do obopólnej wymiany znaczeń. Inną ważną funkcją dyskursu metropolitalnego jest niewątpliwie osvajanie przestrzeni, która dotąd w dużej mierze funkcjonowała w świadomości zbiorowej w ramach mniejszych, gminnych całości, poprzez rozpowszechnianie

³² B. Duda, *Miasto...*, op. cit., s. 182.

³³ W. Czachur, *Dyskursywny obraz rzeczywistości*, „Tekst i dyskurs – Textund Diskurs”, 2011, 4, s. 87.

znaczeń odnoszących się do wspólnego kapitału metropolitalnego i związanych z nim wartości.

Wnioski

Badanie dyskursu towarzyszącego Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii ma na celu odkrywanie wycinka powstającej wokół niej rzeczywistości społecznej. Wynika to z faktu, iż dyskurs jest nośnikiem pewnego obrazu świata, będącego odzwierciedleniem i zarazem elementem tej rzeczywistości, wpływając na podejmowane przez aktorów społecznych działania, zmianę przez nich otoczenia, a wreszcie postrzeganie siebie. Obraz świata jest uwspólniany przez członków społeczności na drodze wzajemnych interakcji, podlega negocjacjom przy użyciu dostępnej wiedzy, konkretnych strategii komunikacyjnych oraz posiadanej kompetencji kulturowej. Znaczenie, jakie nadaje się określönemu fragmentowi rzeczywistości, zależy właśnie od wspomnianych powyżej trzech czynników. Rola elit symbolicznych w tym procesie zasada się na dystrybuowaniu określonych znaczeń i symboli oraz decydowaniu o hierarchii ważności poszczególnych wartości i wątków w narracji. Elity powinny również odpowiadać na reakcje odbiorców wysyłanych komunikatów. W nurcie konstruktywizmu tożsamość może być pojmowana jako w pewnym sensie byt wyobrażony i jej istnienie czy też postrzeganie będzie zależało od treści prowadzonej narracji. Tak uformowana tożsamość jest dynamiczna i podlega ciągłej reinterpretacji, stanowiąc także element marki miejskiego produktu. Użyteczne wydaje się postawienie pytania, w jaki sposób elity symboliczne starają się kształtować wyobrażenie o metropolii, jakie jej znaczenia realnie rozpowszechniają, oraz czy w tym procesie działają na rzecz integracji mieszkańców wokół idei metropolii, na co odpowiedź mają przynieść badania realizowane przez autorkę artykułu w ramach rozprawy doktorskiej.

Dyskurs stanowi jeden z elementów budujących świadomość o G-ZM, waloryzując kapitał obszaru metropolitalnego i dostarczając możliwości do mobilizowania mieszkańców do działania na rzecz tego obszaru jako całości, a co za tym idzie generuje impulsy do wykształcania więzi terytorialnej i tożsamości na nowym poziomie. Realizowanie wspólnych metropolitalnych projektów będzie możliwe dzięki pozwalającej na efektywne współrzędzenie metropolitalnej socjalizacji, która odbywa się poprzez dyskurs. Jednak sam dyskurs nie wystarczy, by przestrzeń związku metropolitalnego stała się przestrzenią przeżywaną. W celu jej wytworzenia sieci relacji społecznych muszą ulec zagęszczeniu, co oznacza, że mieszkańcy powinni uzyskać równy dostęp do najważniejszych zasobów obszaru metropolitalnego, dzięki czemu będą mogli kierować w jego stronę osobiste odczucia. Istotność wzbudzenia zaangażowania

emocjonalnego jest w tym przypadku nieoceniona, stanowiąc drogę do włączenia obrazu danego miejsca w przedstawienie siebie i uznania go za własne. Wtedy realnie staje się, w odwołaniu do pojęcia Andrzeja Majera, *mikropolis*³⁴, miastem osobistym zakodowanym w gąszczu szlaków mentalnej mapy, na drodze codziennego doświadczania i dialogu z innymi ludźmi zamieszkującymi tę przestrzeń.

Bibliografia

- Bauman Z., *Tożsamość. Rozmowy z Benedetto Vecchim*, tłum. J. Łaszcz, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007.
- Berger P. L., Luckmann T., *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. J. Niżnik, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1983.
- Błaszczuk M., *O politycznej naturze tożsamości lokalnej*, [w:] *Społeczne i ekonomiczne aspekty urbanizacji i metropolizacji*, M. Malikowski, M. Palak, J. Halik (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015.
- Czachur W., *Dyskursywny obraz rzeczywistości*, „Tekst i dyskurs – Textund Diskurs”, 2011, nr 4.
- Czyżewski M., Kowalski S., Piotrowski A., *Wprowadzenie*, [w:] *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, Czyżewski M., Kowalski S., Piotrowski A. (red.), Wydawnictwo Aureus, Kraków 1997.
- Di Méo G., *De l'espace subjectif à l'espace objectif: l'itinéraire du labyrinthe*, „L'Espace géographique”, t. 19-20, n°4, 1990.
- Duda B., *Miasto w świecie dyskursów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2018.
- Gawron G., Rojek-Adamek P. (red.), *Europejskie szlaki – śląskie drogi. Trendy rozwojowe Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii „Silesia”. Raport z badań*, WSZiNS im. K. Szramka w Tychach, Tychy 2011.
- Horolets A., *Obrazy Europy w polskim dyskursie publicznym*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2006.
- Kaczmarek T., Bul R., *Statystyka obszarów metropolitalnych – stan i potrzeby*, „Biuletyn KPZK”, 2014, nr 225.
- Konopski M., Mazurek D., *Tożsamość terytorialna jako zasób lokalny w powiatowych dokumentach strategicznych województw podlaskiego, mazowieckiego i lubelskiego*, „Studia Obszarów Wiejskich”, 2017, tom 46.
- Kubala K., *Analiza dyskursu a badania semantycznych fundamentów socjalizacji politycznej*, [w:] *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*, A. Horolets (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.
- Lackowska M., Mikuta Ł., *How metropolitan can you go? Citizenship in Polish city-regions*, „Journal of Urban Affairs”, 2018, 40:1.
- Laskowska E., *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2004.
- Lefebvre H., *The Production of Space*, tłum. D. Nicholson-Smith, Blackwell Publishing, Malden 2010.
- Łukowski W., *Społeczne tworzenie ojczyzn*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa 2002.
- Majer A., *Mikropolis. Socjologia miasta osobistego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2015.
- Megier M., *Współczesna tożsamość narodowa jako wytwór działań politycznych i komunikacyjnych*, [w:] *Tożsamość i komunikacja*, red. J. Szulich-Kałuża, L. Dyczewski, R. Szwed, Wydawnictwo KUL, Lublin 2011.

³⁴ A. Majer, *Mikropolis. Socjologia miasta osobistego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2015.

Pagès D., *La métropole parisienne et ses récits: du projet de territoire à une possible identité narrative dialoguée?*, « Quaderni », 2010, nr 73.

Program działań strategicznych Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii do roku 2022. Nowy wymiar synergii, Załącznik nr 1 do Uchwały nr 153/2018 Zarządu Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii z dnia 10.08.2018, Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia, Urząd Metropolitalny G-ZM, Departament Strategii i Polityki Społecznej, Katowice 2018.

Rykiel Z. (red.), *Nowa przestrzeń społeczna w badaniach socjologicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2008.

Rykiel Z. (red.), *Tożsamość terytorialna w różnych skalach przestrzennych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2010.

Szczepański M. S., Śliz A., *Dylematy regionalnej tożsamości. Przypadek Górnego Śląska*, „Miesięcznik Społeczno-Kulturalny Śląsk”, 2010, 10.

Szczepański M. S., Śliz A., *Kim jestem? Identyfikacje i tożsamości społeczne. Przypadek Górnego Śląska*, „Nauka”, 2018, nr 1.

Tarkowski M., *Tożsamość metropolitalna Gdańska i Gdyni – zarys problemu i wstępne wyniki badań*, „Metropolitan”, 2017, nr 1.

Wróblewska-Jachna J., *Media jako narzędzie wspierające w kreowaniu tożsamości przestrzennych na przykładzie metropolizacji miast województwa śląskiego*, „Media i Społeczeństwo”, 2017, nr 7.

Źródła internetowe

Nold C., *Bio Mapping / Emotion Mapping*, dostępny na: <http://biomapping.net/> (1.06.2019).

United Nations, DESA, Population Division, *World Urbanization Prospects 2018: Key Facts*, dostępny na: <https://population.un.org/wup/Publications/> (10.04.2019).

Towards the Lived Space. An Introduction to the Discourse Analysis of the Upper-Silesia and Zagłębie Metropolis

Summary

The article concentrates on how the awareness of the Upper-Silesia and Zagłębie Metropolis is built, emphasising the role of the public discourse in this process. It also indicates the possibility of creating a new, metropolitan level of territorial identification, which is essential for governance strengthening and which determines the success of the metropolisation process in its social dimension. The author of the text describes the metropolitan identity as a dynamic social structure, created through giving the metropolitan area specific meanings. The analysis of the role of public discourse in the metropolisation process starts with presenting the foundations of the production of social space, as well as the dimensions of the relationship between man and space. The article discusses issues related to the politicisation of the local identity, the elements of which can be used to create the image of the Upper-Silesian and Zagłębie Metropolis and to develop regional politics. Referring to the theory of social representations and the concept of discursive worldview, the author presents the functions of the metropolitan discourse and highlights how the symbolic elites can mobilise inhabitants' resources to develop a territorial bond.

Keywords: social space, lived space, metropolitan discourse, the Upper-Silesia and Zagłębie Metropolis