

# Uwarunkowania pomysłu *smart city*

## *Determinants of the smart city idea*

Celem rozważań jest identyfikacja uwarunkowań koncepcji *smart city*. Autor podjął temat ze względu na rozbieżności interpretacyjne będące powodem wielu niedomówień czy też odrębnych i nieprzystających do siebie wywodów. Ponadto — przyjęcie założeń koncepcji pozwoli nadać temu pojęciu konkretny, możliwy do zwymiarowania opis, ułatwiający definiowanie zjawiska *smart city* oraz poruszanie się w obszarze rozważań teoretycznych i decyzyjnych dotyczących współczesnych miast.

### **Słowa kluczowe:**

smart city, sukces miasta, strategia miasta, klasa kreatywna.

The article aims at identifying determinants of the smart city concept. The author undertakes this issue since there are numerous interpretation inconsistencies that result in many understatements or separate and mismatching arguments. Moreover, adoption of the concept assumptions shall allow for describing the phenomenon in a precise and measurable manner. This manner would enable defining the smart city concept and help those who are interested move in the area of theoretical and decision making aspects of contemporary cities.

### **Key words:**

smart city, success of the city, strategy of the city, creative class.

## Wprowadzenie

Celem niniejszych rozważań jest identyfikacja uwarunkowań koncepcji smart city. Do tego przedsięwzięcia skłoniły autora dwie przesłanki. Po pierwsze — problem jednoznacznego rozumienia fenomenu miasta opisywanego za pomocą angielskiego przymiotnika *smart* jest zauważalny zarówno w teorii, jak i praktyce zarządzania miastami. Rozbieżności interpretacyjne są powodem wielu niedomówień czy też odrębnych i nieprzystających do siebie wywodów. Tłumaczenie *smart* jako „inteligentny” też wydaje się w przypadku miast typu *smart* nieadekwatne, lub na wyrost. Po drugie — przyjęcie założeń koncepcji pozwoli nadać temu pojęciu konkretny, możliwy do zwymiarowania opis, ułatwiający definiowanie zjawiska *smart city* oraz poruszanie się w obszarze rozważań teoretycznych i decyzyjnych dotyczących współczesnych miast.

## Miasto

Miasto można postrzegać w wielu wymiarach. Ten termin może oznaczać jednostkę administracyjną lub określone skupienie ludności. Może odnosić się do miejskiego życia oraz szczególnych cech kulturowych lub społecznych, a także do miejsc funkcjonalnych związanych z działalnością zarobkową i wymianą go-

spodarczą (Miasta przyszłości, 2011, s. 1). Przestrzeń i ludzie to zatem dwa wymiary miasta. Społeczny i osobisty wymiar jest sposobem postrzegania przestrzeni, a nie jej właściwością, zatem granice przestrzeni urbanistycznej wyznacza nie to, co materialne, lecz czynniki kulturowe, takie jak wartości, wiedza, wyobrażenia, odczucia. To one leżą u podstaw kształtowania przestrzeni społecznych, w tym także przestrzeni miejskich (Gutowski, 2006, s. 21). Ludzie mieszkający w mieście tworzą jego miejskość, przekładając swoje indywidualne cechy (styl życia, zachowania, kreatywność, przekonania itp.) na cechy grupowe i *vice versa*. Pojawiające się w tym skupisku ludzkim ograniczenia i bariery takie procesy mogą hamować bądź eliminować. Wtedy miasto nabiera innych cech — konserwatyizmu, homogeniczności, doprowadzając do nudnej jednolitości, w której szansa na nowe pomysły, rozwijające miasto (a zatem i społeczność) jest nikła. Człowiek jako filar miasta to koncepcja nienowa. W starożytności niewiele różniło miasta od państw. Arystoteles zauważył, że miasta greckie stanowią wspólnotę: *Skoro widzimy, że każde państwo jest pewną wspólnotą, a każda wspólnota powstaje dla osiągnięcia jakiegoś dobra, to jasną jest rzeczą, że wprowadzić wszystkie dążą do pewnego dobra, lecz przede wszystkim czyni to najprzedniejsza z wszystkich, która ma najważniejsze ze wszystkich zadania i wszystkie inne obejmuje. Jest nią tzw. polis i wspólnota państwowa* (Arystoteles, *Polityka* II 1267b). W przypadku miast Arystoteles owo dobro określa

jasno: *Należy budować miasta tak, aby dawały ochronę ich mieszkańcom i aby czyniły ich równocześnie szczęśliwymi* (za Giedion, 1968, s. 749). Z tej samej perspektywy patrzy na miasto Paweł Rybicki, który uzasadnia swoje stanowisko następująco: *Odrębności miasta jako zbiorowości społecznej stanowi szereg cech: liczba ludności i jej gęstość skupienia, heterogeniczny skład ludności, mnogość uprawianych rodzajów pracy, wielkość warstw społecznych z właściwymi im różnymi sposobami życia, osadzenie i rozmieszczenie w szczególnym układzie społeczno-przestrzennym. Dalszymi cechami są wielość współwystępujących w mieście grup społecznych i złożona sieć powiązań społecznych między jednostkami a grupami* (Rybicki, 1972, s. 334). Kwintesencją tych rozważań, poddanych w pewnym stopniu redukcji, może być definicja zaproponowana przez *The European Charter for the Safeguarding of Human Rights in the City*: Miasto to wspólna przestrzeń należąca do społeczności ją zamieszkującej, mającej prawo do zagwarantowania jej warunków spełnienia potrzeb politycznych, społecznych i ekologicznych, jednocześnie zobowiązująca do solidarności.

## Miasto sukcesu

Miasto sukcesu można i należy pojmować dwojako. Z jednej strony to miasto, które odnosi sukces i jako takie jest tak postrzegane przez swoich mieszkańców i otoczenie. Z drugiej zaś — miasto, które umożliwiło sukces jednostce czy zbiorowości, tworząc sprzyjające uwarunkowania. Sam sukces jest też pojęciem wymagającym zdefiniowania. Sukces w rozumieniu potocznym najczęściej kojarzony jest z takimi konstrukcjami myślowymi, jak zwycięstwo, powodzenie, czy pozytywny wynik jakiegoś działania. Według S.F. Grossa „sukces to pozytywny rezultat własnych wysiłków” (Gross, 1999) i posiada określone cechy, takie jak:

- stopień indywidualnej wydajności jako dostosowanie do możliwie najwyższych rezultatów;
- urzeczywistnienie celów, zarówno ekonomicznych jak i niematerialnych;
- wydajność sukcesu, polegająca na tym, aby dysponować takimi metodami i środkami, które umożliwiają skuteczną realizację zamierzeń i aby stosunek między rezultatem a zaangażowanym wysiłkiem był korzystny;
- trwałość sukcesu, umiejętność kontynuowania działań zapewniających uzyskiwanie wyników na najwyższym poziomie;
- stopień swobody działania;
- nastrój, umiejętność prowadzenia działań w zgodzie z poziomem motywacji do działania i realizacji celów.

Tak opisana sytuacja wskazuje na to, że sukces może mieć różne wymiary, w tym szczególnie waż-

ny jest wymiar czasu trwania, wydajności i stopnia swobody. Ponadto elementem opisującym sukces jest aspekt społeczny, który w kontekście uznawanych przez daną grupę społeczną wartości będzie wyznacznikiem tegoż sukcesu. Miasta funkcjonują i rozwijają się (przynajmniej na początkowym etapie) jako część regionu, stanowiąc dla niego istotny element składowy, często wzmacniający lub wręcz przesądzający o jego sukcesie. Region osiągnie sukces, gdy będzie bardziej konkurencyjny od otoczenia. Podobnie ma się rzecz z miastem, stąd rozważania dotyczące regionów, które przez krótką część tego wywodu są prezentowane, odnoszą się w równej mierze do miast — szczególnie w wymiarze ich sukcesu.

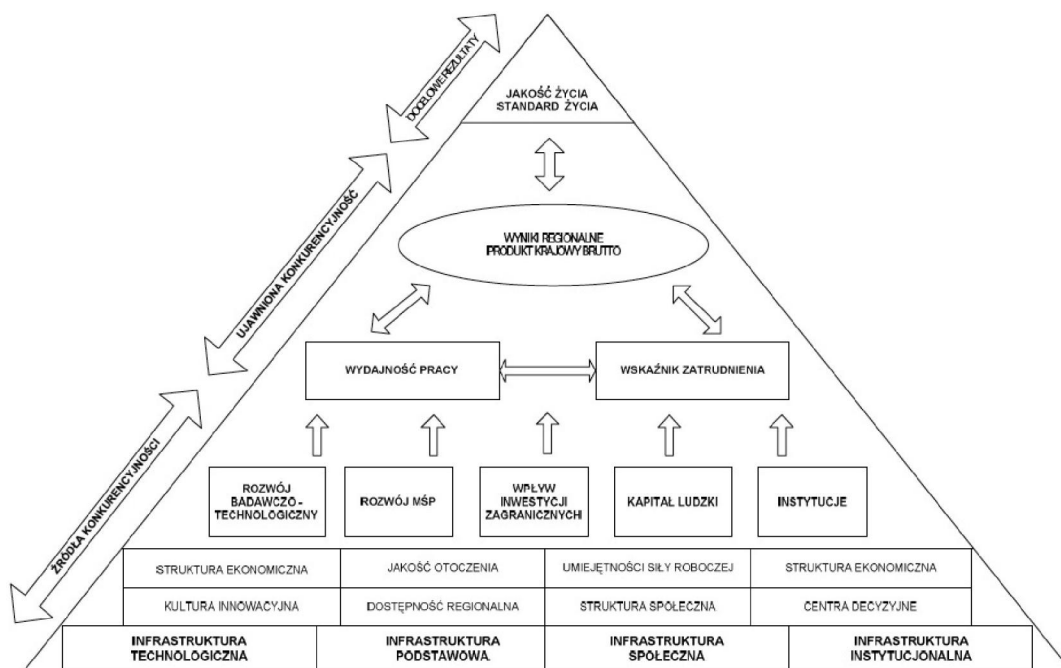
Sukces zatem miasta to zbiorowy sukces jego mieszkańców, którzy w otoczeniu miasta, jego infrastrukturze, klimacie tworzonym dla spełnienia politycznego i ekologicznego, w kontakcie z innymi ludźmi (jako warunku spełnienia społecznego) uzyskują satysfakcję opisaną przez jakość życia. Miasto jako podmiot osiąga sukces, gdy mieszkańcy umożliwiają mu rozwój (zarówno przestrzenny, jak i demograficzny), pozwalając na uzyskiwanie przewagi w konkurencji z innymi miastami, by dostarczać korzyści miastu oraz (do pewnego momentu) regionowi jako naturalnemu zapleczu. R. Florida w pracy *Cities and the creative class* zauważa, że ludzka kreatywność jest fundamentalnym źródłem wzrostu gospodarczego, a miasta, chcąc stworzyć przewagę konkurencyjną nad innymi, muszą stać się dla ludzi atrakcyjne, aby nie dopuścić do utraty siły kreatywnej, przyciągać ją z zewnątrz i utrzymać. Wiedza i kreatywność wypierają zasoby naturalne i pracę fizyczną jako nowe źródła tworzenia bogactwa i wzrostu gospodarczego. Klucz do sukcesu miasta tkwi przy tym nie w obniżaniu kosztów jego funkcjonowania, ale w podnoszeniu jakości: jakości życia mieszkańców i jakości ich kształcenia. Poprzez jakość życia R. Florida rozumie nie tylko środki finansowe i dostęp do usług, sportu i kultury, lecz przede wszystkim możliwość życia w miejscu otwartym, przyjaznym dla wszystkich ludzi, zróżnicowanym, bogatym w atrakcje i pełnym uroku (Kopel, 2007, s. 53).

## Uwarunkowania sukcesu miasta *smart*

Istotne znaczenie dla zrozumienia mechanizmów umożliwiających osiągnięcie sukcesu ma pojawienie się nowego paradygmatu rozwoju regionalnego — rozwoju opartego na wiedzy. W krótkim czasie konkurencyjność zależy od takich czynników, jak: struktura gospodarki, specjalizacja sektorowa, jakość i rozprzestrzenienie infrastruktury, a także innych wpływających na efektywność kraju czy regionu.

Rysunek 1

Model piramidy konkurencyjności miejskiej i regionalnej



Źródło: Gardiner i Martin, 2004; New Horizons Programme, 2006, 26.

W długim okresie zależy ona od zdolności do utrzymania zmiany w odniesieniu do czynników, które powodują zwiększenie produktywności (technologii, zasobów ludzkich, nakładów na prace badawcze oraz struktury gospodarki i tego, jak polityka stara się ją kształtować). Inwestowanie w ludzki i fizyczny kapitał, produktywność siły roboczej, innowacyjność przedsiębiorstw, infrastrukturę instytucjonalną i kapitał społeczny jest równie ważne jak zmiany instytucjonalne i organizacyjne (Huggins i Izushi, 2008, s. 70–86). Konkurencyjność jest w coraz większym stopniu uzależniona od kreatywności, warunków dotyczących tworzenia, cyrkulacji i absorpcji wiedzy i nie jest oceniana jedynie pod względem zakumulowanego bogactwa. Może być określana jako umiejętność wykorzystywania indywidualnych, charakterystycznych i wartościowych zasobów, które trudno imitować konkurentom (Huggins, 2008, s. 185–206). W rozwoju nowoczesnych krajów i regionów tymi charakterystycznymi i indywidualnymi zasobami stają się w coraz większym stopniu wiedza, umiejętności, innowacyjność i kreatywność (Pryor, 1999, s. 117). Te informacje pozwalają na zaprezentowanie piramidy konkurencyjności regionalnej, jak również miejskiej (rys. 1), w której na szczycie znajdujemy jakość życia. Owa jakość jest główną determinantą wyboru przez ludzi miast jako miejsc spełnienia osobistego i społecznego, zaś celem miast sukcesu jest stworzenie takich właśnie warunków, w których ludzie odczuwają satysfakcję z życia w mieście na pozio-

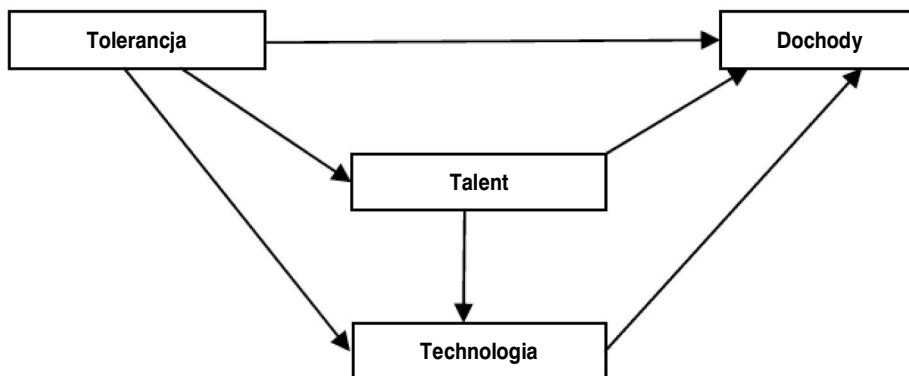
mie zapewniającym miastu rozwój. Autor uznał, że składowe owej piramidy nie wymagają szczególnego wyjaśnienia w tekście tego artykułu, analiza rysunku bowiem w wystarczająco przyjazny sposób pozwala na identyfikację czynników i ich zależności.

Zgodnie z nowym paradygmatem rozwoju regionalnego w rozwoju tym kluczową rolę zaczyna odgrywać gospodarka oparta na wiedzy. Jest to gospodarka, w której wiedza jest tworzona, przyswajana, przekazywana i wykorzystywana bardziej efektywnie przez przedsiębiorstwa, organizacje, osoby fizyczne i społeczeństwa, sprzyjając szybkiemu rozwojowi gospodarki i społeczeństwa (OECD 2000, za: Kukliński, 2010, s. 13). Nieco inaczej przedstawia się kwestia gospodarki opartej na wiedzy, gdy idzie o skalę mikro. Gdy rozpatrujemy wiedzę z punktu widzenia człowieka w ujęciu indywidualnym i zbiorowym, pojawia się pojęcie społeczeństwa wiedzy charakteryzującego się dominującą rolą sektora wiedzy oraz kapitału ludzkiego (Woźnicki, 2006, s. 98). O rozwoju gospodarki opartej na wiedzy w znaczącym stopniu stanowi skłonność firm oraz poszczególnych jednostek do wprowadzania innowacji i pozyskiwania dla swoich celów wiedzy ze źródeł zewnętrznych (Chojnacki i Czyż, 2006, s. 18).

Do transferu i dyfuzji pomysłów, umiejętności, wiedzy i informacji dochodzi za pośrednictwem sieci innowacyjnej funkcjonującej w ramach istniejącego tła społecznego, politycznego i kulturowego. Dla powstania dobrze funkcjonującego systemu innowacyj-

Rysunek 2

Struktura regionalnych współzależności w modelu R. Floridy



Źródło: Kozielska, 2008, s. 178.

nego istotne znaczenie ma istnienie na danym terytorium kapitału społecznego, określanego jako „normy, zaufanie i sieć”, ułatwiającego kooperację i osiągnięcie wspólnych korzyści (Pietrzyk, 2000, s. 49). W odniesieniu do miasta poszukujemy tych cech u mieszkańców, próbując często doprowadzać do takiego kształtowania składu społecznego, by zwiększyć szanse miasta na sukces w aspekcie innowacyjności, wiedzy i innych wspomnianych atrybutów. Wpływ czynników z obszaru ekonomii i uwarunkowań społecznych na dynamikę przekształceń regionalnych stał się przedmiotem wielu badań socjologicznych i ekonomicznych. Siłą miasta jest jego różnorodność: potencjały napięć pomiędzy ludźmi, grupami, dzielnicami (Nawratek, 2008, s. 39).

Jedną z nowatorskich koncepcji jest model rozwoju regionalnego nazwany 3T (talent, technologia, tolerancja) sformułowany przez amerykańskiego badacza Richarda Floridę (Florida, 2005). Autor dowodzi, że splot czynników z obszarów tolerancyjnej społeczności, twórczych zawodów oraz wysokiego poziomu rozwoju technologicznego dynamizuje rozwój regionalny. Metropolie o wysokich wskaźnikach tolerancji, talentu oraz technologii przyciągają wysoko wykwalifikowaną kadre, ludzi ze świata kultury i sztuki oraz inwestorów, stając się dzięki takiemu potencjałowi najlepiej rozwijającymi się miastami. R. Florida analizował efekty synergiczne w modelu rozwoju regionalnego, gdzie wskaźnikami były:

- dla składowej tolerancja: *Gay index, Bohemia index, Melting-pot index, Coolness index*;
- dla składowej talent: liczba ludności z co najmniej stopniem licencjata (ang. *BA or more*), liczebność klasy kreatywnej (ang. *super-creative core*), zawody kreatywne (ang. *creative professions*); oraz
- dla składowej technologia: *Tech pole index*.

Proponowany przez amerykańskiego naukowca model rozwojowy przedstawia rysunek 2.

Koncepcja R. Floridy została wzbogacona przez Charlotte Mellander o rozszerzony wpływ, jaki na

rozwój regionalny wywierają uniwersytety i zróżnicowany sektor usług (Mellander i Florida, 2007). W zamierzeniu autorów model umożliwia także porównanie wpływu konwencjonalnych miar kapitału ludzkiego oraz miar klasy kreatywnej na rozwój regionalny. Określony przez R. Floridę i Ch. Mellander model pozwala również na określenie wpływu zmiennej „talent” oraz zmiennej „technologia” na rozwój regionalny (rys. 3). Badacze wykorzystali następujące zmienne dla wskaźnika talent:

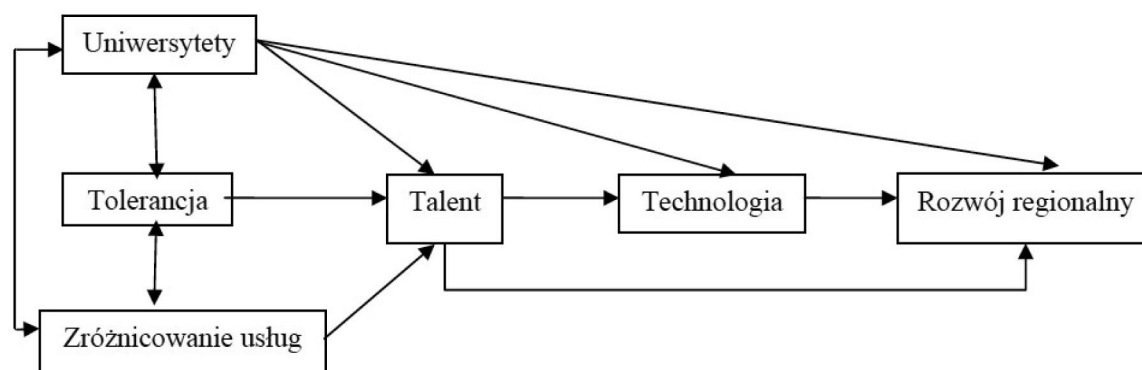
- ludność z wykształceniem co najmniej na poziomie licencjatu (ang. *BA or more*);
- sumaryczna liczba przedstawicieli klasy kreatywnej (ang. *Total creative class*);
- przedstawiciele twórczych zawodów (ang. *Creative professions*);
- zasadnicza grupa klasy kreatywnej (ang. *Super-creative core*);
- nauczyciele, trenerzy i bibliotekarze (ang. *Education, Training, Library*);
- ścisłe grono tworzące klasę kreatywną (ang. *Narrow Super-Creative*);
- informatycy (ang. *Computer Math*);
- przedstawiciele humanistyki i fizyki (ang. *Life, Physical, Social Science*);
- architekci, inżynierowie (ang. *Architecture, Engineering*);
- twórcy sztuki (ang. *Art., Design, etc.*).

Wskaźnik „tolerancja” był miarą tolerancyjności i otwartości na zróżnicowania społeczne. Został wyrażony poprzez miarę koncentracji gospodarstw domowych par homoseksualnych. Wskaźnik określający rozwój regionalny został zdefiniowany jako zarobki na jednego mieszkańca.

Osoby zaliczane przez R. Floridę do klasy kreatywnej wykonują pracę, w której ich podstawowym zadaniem jest samodzielne myślenie, stosowanie niestandardowych podejść do różnorodnych zadań, samodzielna ocena sytuacji i wprowadzanie w życie nowych idei. R. Florida szacuje, że ok. 38 mln Amerykanów, tj. ok.

Rysunek 3

Struktura regionalnych współzależności w modelu Ch. Mellander i R. Florida



Źródło: Kozielska, 2008, s. 179.

30% siły roboczej USA, reprezentuje klasę kreatywną. Jednostki kreatywne skłaniają się ku zamieszkiwaniu pewnych określonych miejsc, które tenże autor określa mianem *Creative Centers* — miast zwycięskich nie tylko pod względem gospodarczym. Wysoki wynik ekonomiczny tych miejsc wspiera duża liczba innowacji oraz przedsiębiorstw z gałęzi najnowszej technologii. Miejsca te rozwijają się nie z powodu ułatwień, takich jak zasoby naturalne czy ulgi podatkowe ustanowione przez władze lokalne, aby skusić przedsiębiorców. Miasta odnoszą sukcesy przede wszystkim dlatego, że ludzie utalentowani chcą w nich mieszkać, a przedsiębiorstwa idą za takimi ludźmi albo są przez nich zakładane. Kreatywne, wykształcone osoby wolą zatem miejsca przyjazne, innowacyjne, tolerancyjne i różnorodne. Wybierając miejsce zamieszkania, nie zwracają szczególnej uwagi na powody uznane za tradycyjne — centra handlowe, obiekty sportowe, atrakcje turystyczne — to wszystko jest nieistotne, niewystarczające i nieatrakcyjne dla wielu przedstawicieli klasy kreatywnej. Tym osobom zależy na pozytywnych przeżyciach, otwartości na różnorodność i przede wszystkim na możliwości spełnienia się w kreatywnych zawodach (Kopel, 2007, s. 51–55).

Tak opisana klasa kreatywna z jej potrzebami jest niezbędnym elementem zaczynu, z którego powstają innowacyjne pomysły, które wdrożone w życie przysparzają miastu atrybutów przewagi konkurencyjnej, zaś w dobie wiedzy umożliwiają świadome płynięcie po błękitnym oceanie<sup>1</sup>, a nie dryfowanie bądź walkę o przetrwanie na oceanie czerwonym. Ta klasa wymaga nie tylko stworzenia dla niej odpowiednich warunków życia, ale również dostępu do obsługi, która te warunki oraz warunki działania profesjonalnego jest w stanie zagwarantować. W tym miejscu pojawia się refleksja nad równością członków społeczności miejskiej. Z przytoczonej definicji miasta można by wnioskować, że są oni sobie równi, w równym stopniu mają dostęp do zasobów, praw i obowiązków. Owa równość, nieco utopijna, mająca swoje korzenie

w antycznej Agorze, współcześnie znajduje ramy realizacyjne w procesach demokratyzacji sprawowania władzy. Ale czy w warunkach starożytnych wszyscy mieszkańcy byli równi? Tymczasem prezentowana koncepcja uzyskiwania przewagi konkurencyjnej miast w warunkach cytowanego nowego paradygmatu zakłada, że istnieje klasa społeczna ważniejsza niż pozostałe, a jej liczebność wynosi ok. 1/3 populacji miasta. Jak wpisać ten nurt myślenia o mieście do mechanizmów sprawowania władzy? Miasto to gra interesów, ale i gra o moralność. Politycy miejscy reprezentują mozaikę interesów miasta, ale niektórzy działacze ruchów miejskich twierdzą, że nie są one w pełni reprezentowane. Inni, że reprezentują je źle lub fałszywie (Celiński w: *Demokratyzacja*, 2012, s. 6). System sprawowania władzy w mieście nie zawsze spełnia zatem oczekiwania zgłaszane przez mieszkańców.

Obowiązujący system demokracji przedstawicielskiej polega na wybieraniu w procesie wyborczym reprezentantów, którzy w imieniu mieszkańców zarządzają miastem, nasza uwaga powinna się zatem koncentrować przede wszystkim na stopniu otwartości systemu wyborczego, a więc na tym, na ile stwarza on szanse uczestniczenia w nim nie tylko dużym partiom politycznym, ale również mniejszym ugrupowaniom obywatelskim posiadającym mandat mieszkańców. W tym zakresie ordynacja wyborcza faworyzuje duże ugrupowania partyjne, a szczegółowe regulacje związane z prowadzeniem kampanii wyborczej dodatkowo wzmacniają pozycje rządzących ugrupowań politycznych (Lewenstein w: *Demokratyzacja*, 2012, s. 10). Zatem „lepsza” (kreatywna) grupa mieszkańców miasta nie zmienia praw i dostępu do zasobów innych grup w stosunku do utartej już praktyki funkcjonowania miast.

Opisane uwarunkowania jednoznacznie wskazują na to, że wśród celów strategii miast powinny znaleźć się takie, które koncentrują się na sposobach i warunkach pozyskiwania klasy kreatywnej. W tym za-

kresie powinny zostać uwzględnione również takie rozwiązania, które ułatwiają bieżące działania, składające się na codzienny cykl życia mieszkańca. Te działania w dużym zakresie wchodzą w skład pomysłu *smart city*.

## Przestrzeń koncepcyjna pomysłu *smart city*

Pomysł *smart city* jest ostatnio powszechnie dyskutowany i rozmaicie interpretowany. Wydaje się jednak, że jest on powołany do życia w konkretnym celu — wspierania jakości życia mieszkańców. Jakość życia wpisana jest w koncepcję funkcjonowania współczesnych miast, tworząc wyznacznik jakości miast i sprawności zarządzania nimi. Stąd tworzone strategie rozwoju miast skupiają się na różnych zadaniach, których ostatecznym celem jest rozwój miasta poprzez wzrost jakości życia jego mieszkańców. Te działania są realizowane w warunkach zrównoważonego rozwoju. Opisane uwarunkowania *smart city* pozwalają na wyznaczenie przestrzeni koncepcyjnej pomysłu *smart city*. Przestrzeń koncepcyjna *smart city*, zaprezentowana na rysunku 4, wyznaczona jest kwestiami infrastruktury, technologii informacyjnych i komunikacyjnych oraz kreatywnym kapitałem. Na styku tych wyznaczników oraz w ich głównym nurcie osadzone są współcześnie stosowane rozwiązania w mieście w nurcie *smart*.

Wdrażanie rozwiązań w mieście *smart* wymaga nawiązania i pielęgnowania współpracy między cztere-

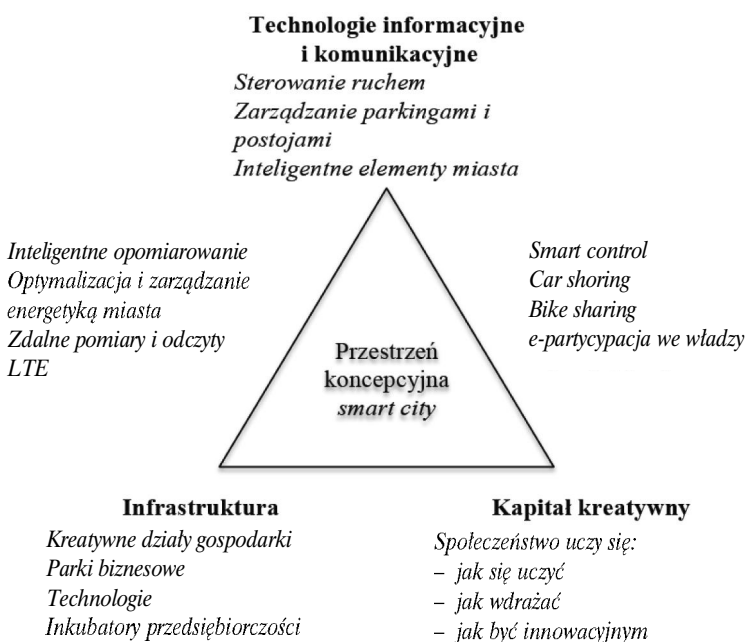
ma ośrodkami determinującymi rozwój miasta — instytucjami badawczymi, biznesem, władzą miejską oraz mieszkańcami, stanowiącymi główną siłę sprawczą oraz będącymi adresatami wszystkich wysiłków rozwojowych miasta (rys. 5).

Programy rozwoju miasta, tworzone we współpracy wymienionych aktorów, powinny koncentrować się (poza tradycyjnymi zakresami) wokół następujących zagadnień: życie (jakość, uwarunkowania), praca, mobilność, urzędnictwo publiczne, otwarty dostęp do informacji, e-partycypacja we władzy, socjalna inkluzja różnych grup społecznych. Dla zachęcenia osób tworzących kreatywne środowisko potrzebne są szczególne warunki określane jako „intelektualny ekosystem”, występujący w danym miejscu, na który składa się kilka ważnych elementów: bogata infrastruktura kulturalna, odpowiednie środowisko społeczne, warunki stwarzane w miejscu pracy, zróżnicowane możliwości spędzania czasu wolnego. Miejsca te charakteryzują się otwartością i różnorodnością, mają szansę na znaczący poziom rozwoju gospodarczego, ponieważ potrafią przyciągać i zatrzymywać ludzi o wysokim potencjale kreatywności (Florida, 2004, s. 39). Siła przyciągania miasta nie opiera się jednak tylko na rozwoju rozmaitych instytucji kultury i obszarów kulturowych, nie chodzi tylko o miejsce, gdzie otwiera się najmodniejsze biura dla kreatywnych biznesów, pewien rodzaj dzielnicy „wybranych”. Istotne jest tu także stworzenie warunków do realizowania potencjału wszystkich mieszkańców (Final Report, 2005, s. 15).

Zarządzanie miastem w koncepcji *smart*, uwzględniające wyżej wymienione zależności i czynniki, okre-

Rysunek 4

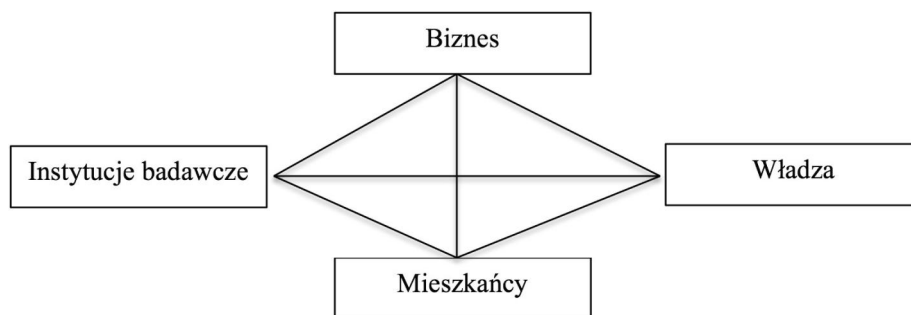
Przestrzeń koncepcyjna *smart city* i przykłady stosowanych rozwiązań



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 5

Główni aktorzy rozwoju miasta w aspekcie realizacyjnym



Źródło: opracowanie własne.

ślane jest mianem zarządzania typu *smart* (ang. *smart governance*). Elementem miasta, umożliwiającym włączenie szerokich mas do podejmowania decyzji, jest tworzona przestrzeń publiczna, w której obywatele mogą podejmować i dyskutować tematy, które uważają za istotne i rozwiązywać spory przy zachowaniu wolności i równości uczestników dysputy (Gimmeler, 2001, s. 24). Taką przestrzeń tworzy współcześnie Internet z jego interaktywnością. Dlatego *e-governance* jest dobrym rozwiązaniem dla miast typu *smart*, zaś demokracja deliberatywna<sup>2</sup> — środowiskiem zarządzania takimi miastami.

## Zakończenie

Problematyka *smart city* charakteryzuje się wielowątkowością rozważań i stosunkowo dużym rozrzutem pojęciowym. Autor zdaje sobie sprawę z tego, że użył subiektywnego doboru problemów i wywody mogą mieć charakter równie cząstkowy. Trudno jednak oprzeć się wrażeniu, że koncepcja (pomysł) miasta *smart* łatwo wymyka się spod restrykcyjnej kontroli metodycznej. Niemniej jednak w przekonaniu autora można sformułować na tle tych rozważań kilka myśli zamykających.

Po pierwsze, proces dochodzenia do stanu zapewniającego uzasadnione stosowanie określenia *smart* jest stopniowy, często wymagający dłuższego czasu i w zasadzie nie ma określonego stanu docelowego.

Po drugie, miasto typu *smart* powinno służyć mieszkańcom rozwiązaniami, które w sposób przyjazny i nienarzucający sposobów postępowania oraz niekomplikujący codziennego życia, powinny czynić życie mieszkańców łatwiejszym, przyjemniejszym i tańszym.

## Przypisy

<sup>1</sup> W nawiązaniu do Strategii błękitnego oceanu (Blue Ocean Strategy) autorstwa W. Chan Kima i R. Mauborgne.

<sup>2</sup> Termin ten został po raz pierwszy użyty w 1981 roku przez Josepha M. Bassette'a w *Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican Government*, w: *How Democratic is the Constitution?*, ed. R. Goldwin and W. Shambra (American Enterprise Institute, 1981).

Po trzecie, dystrybucja korzyści, płynących z tego typu rozwiązań powinna w sprawiedliwy sposób uwzględniać interesy wszystkich aktorów miasta.

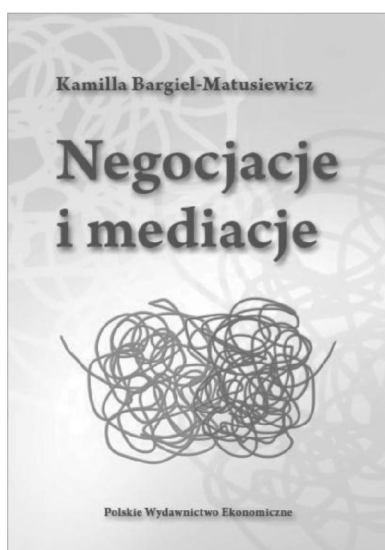
Wreszcie po czwarte, zarządzanie miastem powinno również nosić znamiona *smart*, co dla autora jest bliskie koncepcji (jedynie zasygnalizowanej w tym artykule) demokracji deliberatywnej z naciskiem na tworzenie wirtualnej przestrzeni dyskusji z zachowaniem następujących zasad:

- 1) topografia — internetowa sfera publiczna istnieje jedynie wirtualnie, związana jest z tym również anonimowość uczestników sieciowego dyskursu politycznego;
- 2) zawartość tematyczna — nie ma tutaj elit symbolicznych, ukierunkowujących i zawężających tematykę debaty, tematyka sieciowego dyskursu politycznego kształtowana jest w sposób wolny i żywiołowy;
- 3) równy dostęp — dostęp do wirtualnej sfery publicznej związany jest z dostępnością nowych technologii komunikacyjnych i informacyjnych dla obywateli danego państwa;
- 4) architektura sieci — chodzi tutaj o techniczne właściwości sieci;
- 5) dyskursywność — jest to najważniejszy aspekt wirtualnej sfery publicznej, polegający na możliwości prowadzenia w niej racjonalnego i krytycznego sieciowego dyskursu politycznego, a więc na prezentowaniu (w pewnym kontekście społecznym) opinii i stanowisk politycznych, które następnie są poddawane krytycznemu osądowi uczestników dyskursu (Porębski, 2001, s. 57–59). Takie miasto, tak zarządzane, ma szanse rozwoju w warunkach XXI wieku.

## Literatura

- Arystoteles, *Polityka*, II 1267 b.
- Chojnacki, Z., Czyż, T. (2006). *Aspekty regionalne gospodarki opartej na wiedzy w Polsce*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Demokratyzacja miasta I — debaty Fundacji im. Stefana Batorego (lipiec 2002). Warszawa.
- Erazmus, E. (1999). *Edukacja a sukces zawodowy*. Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna. Final Report: *Creative Capital Conference* (2005). Amsterdam (wydanie — plik pdf).
- Florida, R. (2004). *The Flight of the creative Class*, Harper Business. Nowy Jork.
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. Nowy Jork — Londyn: Routledge.
- Giedion, S. (1968). *Przestrzeń, czas i architektura. Narodziny nowej tradycji*. Warszawa: PWN.
- Gimmler, A. (2001). Deliberative Democracy, the Public Sphere and the Internet. *Philosophy & Social Criticism*, (27).
- Gross, F. (2008). *Inteligencja stosunków międzyludzkich*. Warszawa: Placet.
- Gardiner, B., Martin, R. (2004). *The Factors of Regional Competitiveness. Final Report for European Comission*. Cambridge: University of Cambridge.
- Gutowski, B. (2006). *Przestrzeń marzycieli. Miasto jako projekt utopijny*. Warszawa.
- Huggins, R., Izushi, H. (2008). Benchmarking the Knowledge Competitiveness of the Globe's High Performing Regions. A Review of the World Knowledge Competitiveness Index, *Competitiveness Review*, 18 (1/2).
- Huggins, R. (2008). Universities and Knowledge-Based Venturing: Finance, Management and Networks in London. *Enterpreunership and Regional Development*, 20 (2).
- Kopel, A. (2007). Klasa kreatywna jako czynnik rozwoju miast. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu*, (1).
- Kozielska, B. (2008). *Współczesne koncepcje rozwoju metropolii w kontekście paradygmatu miast globalnych* (rozprawa doktorska przygotowana pod kierunkiem prof. M. Szczyptańskiego, niepublikowana). Katowice: Uniwersytet Śląski.
- Mellander, Ch., Florida, R. (2007). *The Creative Class or Human Capital? — plainning regional development in Sweden*. CESIS Electronic Working Paper Series, Paper no. 79, January.
- Miasta przyszłości. Wyzwania, wizje, perspektywy*. (2011). Unia Europejska.
- Nawratek, K. (2008). *Miasto jako idea polityczna*. Kraków: Korporacja ha! art.
- New Horizons Programme. The Economic Viability and Self-Containment of Geographical Economies: A Framework for Analysis*. (2006). London: Office of the Deputy Prime Minister.
- OECD. *Korea and the Knowledge Based Economy. Making the Transition*. (2000). Za: A. Kukliński, *Gospodarka oparta na wiedzy (G.O.W.) jako nowy paradygmat trwałego rozwoju*. Paris: World Bank Institute.
- Pietrzyk, I. (2000). Konkurencyjność regionów w ujęciu Komisji Europejskiej. W: M. Klamut, L. Cybulski (red.), *Polityka regionalna i jej rola w podnoszeniu konkurencyjności regionów*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.
- Porębski, L. (2001). *Elektroniczne oblicze polityki. Demokracja, państwo, instytucje polityczne w okresie rewolucji informacyjnej*. Kraków: AGH.
- Pryor, A. (1999). *Our Competitive Future: Building the Knowledge Driven Economy*. The UK competitiveness white paper. Elsevier Science Ltd.
- Rybicki, P. (1972). *Spółczesność miejskie*. Warszawa: PWN.
- Woźnicki, J. (2006). Innowacyjność w sektorze wiedzy. W: *Określenie istoty pojęć innowacji i innowacyjności ze wskazaniem aktualnych uwarunkowań i odniesień do polityki proinnowacyjnej*. Warszawa: Krajowa Izba Gospodarcza.

## PWE poleca



Niemal codziennie każdy z nas ma do czynienia z negocjacjami lub mediacjami. Dotyczą one życia prywatnego, spraw zawodowych, kontaktów biznesowych (zarówno krajowych, jak i zagranicznych), stosunków międzynarodowych. Wprawdzie za każdym razem negocjacje czy mediacje mają swoje szczególne cechy, to jednak można też wskazać wiele wspólnych elementów. Znajomość przedstawionych w książce zasad negocjacji i mediacji pozwala zwiększyć skuteczność w osiąganiu przyjętych celów, a pokazane praktyczne sposoby stosowania tych zasad mogą być wykorzystane na co dzień.

Książka jest przeznaczona dla studentów: psychologii, socjologii, zarządzania, stosunków międzynarodowych, politologii, handlu zagranicznego, administracji. Może też być przydatna dla menedżerów i przedsiębiorców, a także wszystkich osób chcących doskonalić swoje umiejętności jako negocjatora czy mediatora.

[www.pwe.com.pl](http://www.pwe.com.pl)