

DOI: 10.61016/TZAP-2956-8048-17.

**Spacer kreatywny jako nowoczesna
metoda eksploracji obszaru zabytkowego
w turystyce miejskiej na przykładzie
dawnej dzielnicy IV Piasek w Krakowie -
mgr Paulina Michałowska**

**Creative walk as a modern method of
exploring a historic area in urban tourism
on the example of the former district IV
Piasek in Krakow**

JEL: Z32, Z39

Abstrakt

Artykuł jest próbą odpowiedzi na następujące pytania: jak w sposób atrakcyjny i nowoczesny poprowadzić narrację o przestrzeni miasta? Jak „wczuć się” w miasto? Czym jest spacer kreatywny jako forma turystyki kulturowej oraz dlaczego jest on istotnym i twórczym narzędziem do odkrywania miasta?

Praca skupia się na autorskiej propozycji uprawiania turystyki miejskiej z zamiarem poznawania walorów przestrzeni miasta. Dodatkowo, wyjaśniłam znaczenie spaceru kreatywnego i jego komponentów w kontekście turystyki kulturowej i kreatywnej. Oprócz tego, podjęłam się próby zdefiniowania spaceru kreatywnego, przeanalizowałam istniejące spacerowniki i przewodniki, związane nie tylko z obszarem miasta Krakowa, ale również z innymi miastami w Polsce, zwróciłam uwagę na aspekt arteterapii jako komponentu spaceru kreatywnego; dodatkowo, przeprowadziłam analizę SWOT, wskazując na potencjał takiego typu zwiedzania oraz ewentualne zagrożenia.

Chciałabym przedstawić współczesne podejście do wykorzystania potencjału dziedzictwa kulturowego w sposób uwzględniający aktywność fizyczną, wartości edukacyjne w połączeniu z twórczymi zadaniami, ukierunkowanymi na rozwój gustu uczestników i poszerzenie ich wiedzy. Moim celem było przedstawienie spaceru kreatywnego jako atrakcyjnego i nowoczesnego sposobu na poznawanie dziedzictwa kulturowego w ramach turystyki miejskiej.

Słowa kluczowe: spacer kreatywny, turystyka miejska, eksploracja przestrzeni miejskiej, dzielnica IV Piasek w Krakowie

Abstract

The article is an attempt to answer the following questions: how to conduct a narrative about urban space in an attractive and modern way? How to "feel" the city? What is a creative walk as a form of cultural tourism and why is it an important and creative tool for discovering the city?

The work focuses on the author's proposal for practicing urban tourism with the aim of learning about the assets of the city space. I focused on explaining the importance of a creative walk and its components in the context of cultural and creative tourism. In addition, I attempted to define a creative walk, analyzed existing walking guides and guides related not only to the area of the city of Krakow, but also to other cities in Poland, I drew attention to the aspect of art therapy as a component of a creative walk; additionally, I conducted a SWOT analysis, indicating the development potential of this type of sightseeing and the possible threats.

I would like to present a contemporary approach to using the potential of cultural heritage in a way that takes into account physical activity, educational values combined with creative tasks aimed at developing the artistic taste of participants, and expanding their knowledge. My goal was to present a creative walk as an attractive and modern way of exploring cultural heritage within the scope of urban tourism.

Key words: Creative walk, urban tourism, urban space exploration, district IV Piasek in Krakow

Metodyka pracy

Niniejszy artykuł został napisany na podstawie autorskiej pracy magisterskiej, która zdobyła Wyróżnienie w III edycji Konkursu na Najlepszą Pracę Magisterską „Teraz Polska Turystyka” w 2024 roku. Konkurs był zorganizowany przez Polską Organizację Turystyczną. Praca dyplomowa pod tytułem: „Spacer kreatywny jako oferta komercjalizacji dziedzictwa dawnej dzielnicy IV Piasek w Krakowie” powstała pod kierunkiem prof. dr hab. Bożeny Popiołek na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Zarówno wspomniana praca magisterska, jak i artykuł powstały w oparciu o analizę istniejących już ofert kreatywnego zwiedzania. Przeanalizowałam blisko 25 publikacji o charakterze przewodników, spacerowników, gier miejskich oraz questów z celem ich porównania i

inspiracji do stworzenia własnej oferty twórczej eksploracji przestrzeni miejskiej oraz wprowadzenia autorskiej definicji pojęcia „spacer kreatywny”.

Spacer kreatywny stanowi współczesną metodę eksploracji przestrzeni miejskiej, umożliwiając głębsze zaangażowanie uczestników w proces poznawczy i emocjonalny. Poprzez aktywne i multisensoryczne uczestnictwo odbiorcy mają możliwość odkrywania nieturystycznych obszarów, które nie są dostępne w tradycyjnych przewodnikach turystycznych. Spacer kreatywny wpływa na wzbogacenie oferty turystycznej miasta, przyczyniając się do większej interakcji turystów z przestrzenią miejską oraz zwiększenia ich partycypacji w kulturze. Poprzez wielozmysłowe doświadczenie przestrzeni uczestnicy spaceru mają możliwość głębszego zrozumienia kontekstu historycznego i kulturowego zwiedzanego obszaru miasta, co sprzyja lepszemu przyswajaniu wiedzy. Spacer kreatywny w kontekście turystyki miejskiej stanowi alternatywę dla tradycyjnych form zwiedzania, oferując bardziej zindywidualizowaną i interaktywną formę poznawania dziedzictwa kulturowego.

Research methods

This article is based on the author's master's thesis, which won a distinction in the 3rd edition of the Competition for the Best Master's Thesis "Teraz Polska Turystyka" in 2024. The competition was organized by the Polish Tourism Organization. The diploma thesis entitled: "Creative walk as an offer of commercialization of the heritage of the former district IV Piasek in Krakow" was created under the supervision of prof. dr hab. Bożena Popiołek at the University of the Commission of National Education in Krakow. Both the aforementioned master's thesis and the article were created based on an analysis of existing offers of creative sightseeing. I analyzed nearly 25 publications in the form of guides, walking guides, city games and quests with the aim of comparing them and inspiring me to create my own offer of creative exploration of urban space and introducing my own definition of the concept of "creative walk".

A creative walk is a modern method of exploring urban space, enabling deeper involvement of participants in the cognitive and emotional process. Through active and multi-sensory participation, recipients have the opportunity to discover non-tourist areas that are not available in traditional tourist guides. A creative walk enriches the city's

tourist offer, contributing to greater interaction of tourists with urban space and increasing their participation in culture. Through multi-sensory experience of space, walk participants have the opportunity to better understand the historical and cultural context of the visited city area, which promotes better knowledge acquisition. A creative walk in the context of urban tourism is an alternative to traditional forms of sightseeing, offering a more individualized and interactive form of learning about cultural heritage.

Wstęp

Zdecydowałam się na wybór spaceru kreatywnego jako metody nowoczesnego narzędzia promocji i komercjalizacji dziedzictwa terenu dawnej dzielnicy IV Piasek ze względu na znajdujące się tu bogactwo kulturowe i różnorodność zabytków. Obecnie ten teren jest częścią dzielnicy I Stare Miasto, co więcej w roku 1994 został uznany za pomnik historii. Uważam, że dziedzictwo obszaru dawnej dzielnicy IV wciąż jest niewystarczająco rozpoznawalne i doceniane zarówno wśród mieszkańców, jak i turystów. Podczas licznych samodzielnych spacerów, połączonych z obserwacją walorów dzielnicy Piasek, dostrzegłam szczególną wartość kulturową, estetyczną oraz architektoniczną tego obszaru. Dlatego zdecydowałam się wykorzystać ten teren jako kanwę do napisania pracy oraz stworzenia nowoczesnej oferty w postaci spacerownika, który pozwoliłby przybliżyć odbiorcom dziedzictwo dawnej IV dzielnicy, angażując ich różne zmysły².

Przede wszystkim należy zasygnalizować, że w literaturze przedmiotu nie funkcjonuje pojęcie „spaceru kreatywnego”, dlatego sformułowałam je samodzielnie, żeby zawęzić pojęcie turystyki kreatywnej/zwiedzania kreatywnego do konkretnej formy aktywności, którą przedstawiłam w dalszych częściach pracy. Należy zaznaczyć, że kreatywność jest różnie definiowana przez badaczy, jednak najczęściej w artykułach i książkach cytowana jest definicja autorstwa Richarda Floridy, który „utożsamiał kreatywność z umiejętnością znajdowania nowych pomysłów, [...] jest ona wielowymiarowa, występuje w wielu wpierających się formach, może zostać wykorzystana do wielu celów, a jej istnienie jest powszechne i ciągłe” (Cyt. za: Maźnica, 2017, s. 457). Z kolei Leszek Kozłowski pisał o kreatywności jako aktywności „polegającej na tworzeniu nowych idei, podejść i rozwiązań”, podkreślając, że należy rozróżniać kreatywność a innowacyjność, gdyż ta druga jest „procesem

² Zachęcam do zapoznania się z autorskim spacerownikiem:
<https://drive.google.com/file/d/1igG4KBFYi4fvxwTuAiz2CoaRGzxiOWnW/view?usp=sharing> [dostęp: 03.01.2025].

wprowadzania nowych i kreatywnych idei oraz implementacji wynalazków” (Kozłowski, 2016, s. 122). Na potrzeby napisania niniejszej pracy przyjęłam następującą definicję kreatywności: „Kreatywność – proces psychiczny, którego następstwem są nowe idee, rozwiązania, koncepcje czy wreszcie wytwory artystyczne uznane za nowe i użyteczne” (Hausner, Karwińska, Purchla, Kraków 2017, s. 568). Armin Mikos von Rohrscheidt opisał „zwiedzanie kreatywne”, które uznałam za synonim pojęcia „spaceru kreatywnego”. Von Rohrscheidt wskazał na dwa charakterystyczne elementy takiego rodzaju zwiedzania: „oprowadzanie w przestrzeni miasta i kreatywne zaangażowanie zwiedzających” (von Rohrscheidt, 2016, s. 38). Zwiedzanie kreatywne zawiera w sobie szerokie spektrum tematów i aktywności, wśród których mogą być: rysowanie i malowanie, fotografowanie, sztuka kulinarna (np. przygotowywanie potraw tradycyjnych), muzyka (śpiewy ludowe, odtwarzanie dzieł miejscowego kompozytora, artyści, grupy muzycznej), literatura (tworzenie opowiadań), teatr (warsztaty aktorskie na podstawie miejscowej twórczości), taniec (ludowy lub współczesny) itd. (von Rohrscheidt, 2016, s. 38). Do zalet tego rodzaju zwiedzania badacz zalicza „wysoki poziom zaangażowania uczestników”, zdobywanie nowych umiejętności, które mogą skutkować nabyciem lub rozwinięciem pasji, rozwinięcie wrażliwości (von Rohrscheidt, 2016, s. 39). Von Rohrscheidt zasygnalizował również słabe strony takiego rodzaju turystyki, a wśród nich: wyższe koszty organizacji oraz małą liczbę odpowiednio wykształconych kadr do przeprowadzenia/zorganizowania danego rodzaju turystyki (von Rohrscheidt, 2016, s. 39). Aleksandra Mroczek-Żulicka opisała pojęcie „rekreacji kreatywnej” wskazując, że rekreacja twórcza zawiera „formy ekspresji twórczej” takie, jak: warsztaty plastyczne, fotograficzne, muzyczne, choreograficzne, modelarskie i inne (Mroczek-Żulicka, 2018, s. 82). Podobnie Jacek Kaczmarek i Monika Paluch zaznaczyli, iż idea turystyki kreatywnej jest stosunkowo nowym tematem w literaturze, z czego wynika nieduża liczba kompleksowych badań na opisywany temat; co więcej, brak jednej powszechnie przyjętej definicji turystyki kreatywnej wynikać może z interdyscyplinarności tego rodzaju turystyki (Kaczmarek, Paluch, 2015, s. 62).

Katarzyna Rotter-Jarzębińska³ słusznie zauważyła, że turystyka kreatywna wymaga „większego niż w

przypadku turystyki kulturowej zaangażowania ze strony odwiedzających – wiąże się ona z poszukiwaniem propozycji interaktywnych, umożliwiających zaangażowanie i uczestnictwo, pozwalających na rozwój osobisty oraz budowanie własnego „ja” poprzez wzbogacanie tzw. kapitału kreatywnego jednostki” (Rotter Jarzębińska, 2009, s. 83). Zwraca się uwagę, że turystyka kreatywna stwarza większe możliwości powstawania interakcji natury emocjonalnej, społecznej i edukacyjnej odwiedzających z miejscem odwiedzanym i jego kulturą, czego rezultatem jest udział w określaniu jego tożsamości. Co więcej, zakłada działania oparte na wyjątkowości doświadczeń i możliwości wyrażania siebie; turysta staje się aktywnym uczestnikiem, a nie biernym konsumentem. Często taka osoba preferuje niematerialne formy kultury wraz z „kreacją”, „przeżywaniem”, „odkrywaniem”, co umożliwia nie tylko patrzeć, lecz widzieć oraz dostrzegać konteksty historyczny i kulturowy.

Ewa Dziedzic, analizując oferty turystyki kreatywnej, ostrzega przed kosztochłonnością oraz nakładami inwestycyjnymi, gdyż wydatki nie mogą zostać „utopijnymi kosztami” lub nie spełnić swojej roli, czy nie mieć uzasadnienia (Dziedzic, 2017, s. 373). Badaczka zwraca także uwagę, iż turystyka kulturowa ma wpływ na gospodarkę lokalną, jednak istnieje zagrożenie, że taka forma może okazać się nieefektywna, nietrafiona w gust konsumenta (Dziedzic, 2017, s. 372). Warto jednak wprowadzać innowacyjne, kreatywne oferty turystyczne w strategię rozwoju miast, uwzględniając ryzyka i działania, które należy podjąć, aby wesprzeć rozwój danego miejsca, zwracając uwagę na jego cechy charakterystyczne, walory turystyczne, kulturowe i estetyczne.

Podsumowując przytoczone wcześniej definicje, należy stwierdzić, że turystyka kreatywna została potraktowana przez licznych badaczy jako „nowa generacja turystyki” (Kaczmarek, Paluch, 2015, s. 63). *Novum* spaceru kreatywnego polega na interakcji między uczestnikami turystyki a dziedzictwem kulturowym, uwzględniając głębszy kontakt z odwiedzanym miejscem poprzez zaangażowanie, aspekt edukacyjny, emocjonalny, twórczy i społeczny, co skutkuje świadomym odbiorem kultury: miejsc, ludzi, wydarzeń. Kaczmarek i Paluch wysunęli ciekawą hipotezę pisząc, że „kreatywność wydaje się być dziś traktowana jako panaceum na szereg problemów

³ Mimo, że artykuł został napisany w roku 2009, jest on aktualnym źródłem informacji na temat rozwoju turystyki miejskiej w aspekcie turystyki kreatywnej, co więcej, w artykule także została zwrócona uwaga na potencjał Krakowa „dla zastosowania kreatywności w działaniach

ukierunkowanych na rozwój turystyki” - K. Rotter Jarzębińska, *Turystyka kreatywna – nowy trend w rozwoju turystyki miejskiej*, [w:] *Turystyka kulturowa – razem, ale jak?*, red. A. Stasiak, Łódź 2009, nr 2, s. 90.

rozwojowych współczesnego świata” (Kaczmarek, Paluch, 2015, s. 5).

Nowoczesna metoda turystyki miejskiej

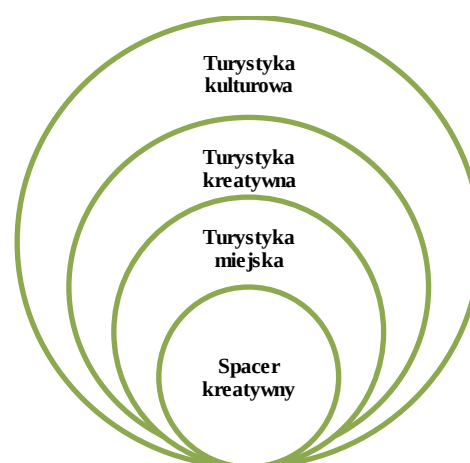
W XXI wieku sektor turystyki rozwija się szczególnie szybko, a kreatywność i „twórcze współdziałanie w tworzeniu wyjątkowych doznań i doświadczeń” (Wójcik, Czernek, 2016, s. 187) stają się celem zaspokojenia rosnących oczekiwań turystów. Obecnie podróżni coraz częściej zwiedzają tereny, które nie zaliczają się do *stricto* turystycznych, m.in. przejawiając zainteresowanie codziennym życiem miasta. Przykładami takich nowych obszarów, eksplorowanych przez turystów, mogą być: dzielnice mieszkalne, obszary akademickie lub dzielnice artystyczne, zrewitalizowane tereny przemysłowe, tereny rekreacyjne i wypoczynkowe, gdzie zazwyczaj koncentruje się życie mieszkańców. W takim wypadku mamy do czynienia z turystyką „poza utartym szlakiem” albo „turystyką codzienności” (Pawłowska, 2016, s. 63-64). Aneta Pawłowska zwróciła uwagę na tzw. nową turystykę miejską, pisząc o tym, że podróżni częściej doceniają miejskie obszary „bez komercyjnej oferty turystycznej, ale za to oddające autentyczność miasta” (Pawłowska, 2016, s. 63-64). Atrakcyjność takich terenów tkwi właśnie w ich tożsamości, malowniczości, nieoczywistości, czasem nawet w pozorowanej prostocie. Zazwyczaj takie obszary są pomijane w przewodnikach turystycznych i nie są turystycznie zagospodarowane. Opisany sposób zwiedzania wpisuje się także w koncepcję *slow travel*, tworząc nowy model podróżowania, polegający na zwolnieniu tempa zwiedzania, zwracaniu uwagi na nieprzetarte ścieżki i chęci patrzenia na miasto oczami mieszkańców. A. Pawłowska pisała o istotnej dla niniejszej pracy idei: zwiedzanie miasta przez jego mieszkańców, zarówno stałych, jak i tymczasowych, gdyż oni korzystają z miasta w sposób podobny do podróżnych⁴, co w efekcie przyczynia się do zatarcia się granicy między jednymi i drugimi. W kontekście spaceru miejskiego wprowadzenie elementu kreatywności może przyczynić się do znaczącego podniesienia wartości oferty turystycznej, co z kolei może uczynić ją narzędziem strategicznym w procesie zarządzania marką odwiedzanego miejsca oraz wyróżnić taką ofertę wśród innych form zwiedzania. Dodatkowo, oferta takiego typu „powinna cechować się niebanalnym charakterem, bazując na kreatywności, w tym wykorzystywać elementy tożsamości danego miejsca (np. elementy kultury, niezniekształconej przez powszechny konsumpcjonizm czy dążenie do szybkiego generowania

zysku)” (Wójcik, Czernek, 2016, s. 189-190.). Element kreatywności, twórczości, aktywności i zaangażowania, połączone spójną koncepcją i narracją, związaną z miejscem, tworzą produkt turystyczny nacełowany na „głębokie” doświadczenie. Taki produkt umożliwia w pewnym stopniu „zanurzenie” odbiorcy w specyfikę i klimat odwiedzanego miejsca. Analizując powyższe definicje turystyki kreatywnej, można zobaczyć liczne cechy podobieństwa oraz synonimy, które pojawiają się u cytowanych autorów. Na podstawie pojęcia turystyki kreatywnej, podjęłam próbę opracowania własnej definicji spaceru kreatywnego, jako formy turystyki kreatywnej.

Spacer kreatywny – próba definicji

Spacer kreatywny to podróż piesza, ukierunkowana na zaangażowanie wielu zmysłów (multisensoryczność) poprzez odpowiednie czynności i zadania; cechami charakterystycznymi są: rozwój wrażliwości estetycznej i kreatywności uczestników, wdrażanie elementów arteterapeutycznych i umożliwienie przeżycia doświadczeń autentycznych oraz zwiedzanie i poznawanie dziedzictwa kulturowego danego obszaru w połączeniu z aktywnością fizyczną. Można powiedzieć, że spacer kreatywny to pewnego rodzaju gra intelektualno-artystyczna, celem której jest poznawanie konkretnego obszaru, wykorzystująca wyżej wymienione elementy.

Ryc. 1. Spacer kreatywny w kontekście turystyki kulturowej



Źródło: opracowanie własne.

Ryc. 1 pokazuje, że spacer kreatywny jest częścią turystyki miejskiej, która zalicza się do turystyki kreatywnej,

⁴ Autorka celowo używa pojęcia „podróżny”, gdyż w przypadku nowej turystyki miejskiej czy turystyki kreatywnej, „turysta” nastawiony na

zwiedzanie „topowych” miejsc z przewodnika turystycznego, jej zdaniem jest niewłaściwe.

a ta z kolei wpisuje się w szeroko pojętą turystykę kulturową. Oferta spaceru kreatywnego skupia w sobie elementy twórczości, koncentrując się w mieście (w tym przypadku w Krakowie) oraz jest związana z szeroko rozumianą kulturą, sztuką i edukacją.

Zaobserwowałam, że przeanalizowane przeze mnie spacerowniki posiadają wspólne cechy, wśród których należy wymienić: krótsze bądź dłuższe opisy, mapy, jakościowe szaty graficzne. Natomiast w większości z nich zabrakło oryginalnego podejścia do przekazywania materiału czy angażującej narracji. Często informacja o poszczególnych obiektach, zawartych w spacerowniku, była podana w sposób skondensowany i encyklopedyczny: podawane były daty i ogólne fakty, bez angażującej narracji. Informacje takiego typu, oczywiście, są niezbędne, lecz sprawiają, że publikacje takiego rodzaju słabo się wyróżniają spośród innych form informacji turystycznej (nie umniejszając ich walorów estetycznych). Zbadane publikacje w przeważającej większości nie zawierają zadań o charakterze twórczym, z wyjątkiem tych, które zostały skierowane do dzieci. Moim zdaniem, twórczy aspekt można, a nawet trzeba wprowadzić do spacerowników, adresowanych również do osób dorosłych. Kreatywny spacerownik może stanowić konkurencję dla innych produktów turystycznych tego typu. Podobne zdanie ma badaczka Ewa Wszendybył-Skulska, która pisze, iż wzrost kreatywności wpływa na konkurencyjność turystyczną (Wszendybył-Skulska, 2017, s. 614). Co więcej, kreatywne podejście jest istotne nie tylko w kontekście zaspokajania marzeń, potrzeb i oczekiwań, ale także ma zastosowanie wobec potrzeb „wynikających z chęci wyróżnienia się w określonej grupie społecznej oraz poczucia bycia wyjątkowym odbiorcą” (Wszendybył-Skulska, 2017, s. 615).

Komponenty spaceru kreatywnego

Poniżej przedstawiłam komponenty autorskiej koncepcji spaceru kreatywnego. Są to:

1) Arteterapia – laboratorium kreatywności

Termin arteterapia czy też terapia przez sztukę pochodzi od słów *arte* (łac.), co oznacza wykonanie czegoś w sposób doskonały, po mistrzowsku i wiąże się z wyrazem pierwotnym *ars*, co oznacza sztukę. Natomiast pojęcie „terapia” łączy się z wyrażeniem *therapeuēin* (gr.), co oznacza „opiekować się”, „leczyć”, „oddawać cześć”. Co ciekawe, proces twórczy ma sam w sobie elementy terapeutyczne, ze względu na które „jest on szeroko wykorzystywany podczas terapii zarówno z dziećmi, jak

i dorosłymi, dając przy tym wspaniałe rezultaty” (Korbut, 2016, s. 278). Działania arteterapeutyczne po raz pierwszy zostały zastosowane w USA w latach 30. XX w. Pierwszą osobą, która użyła nazwy arteterapia w 1942 r., był Adrian Hill, brytyjski artysta, edukator i prezenter. Arteterapia jako dyscyplina naukowa funkcjonuje zaledwie kilkadziesiąt lat, gdyż dopiero w latach 70-tych ubiegłego wieku zaczęła ona być wykorzystywana jako narzędzie, wspomagające rozwój twórczy osoby.

2) Multisensoryczność

Oferta spaceru kreatywnego, bazującego się na twórczości, arteterapii, edukacji i ruchu może stanowić poszerzenie programu kreatywnego dla miasta w węższym sensie - a zatem dla jego mieszkańców, bądź mieszkańców konkretnego obszaru, którego będzie dotyczyć dana oferta. „Zmysły nie tylko przekazują informacje poddawaną osądowi intelektu; są również narzędziami uruchamiającymi wyobraźnię oraz artykulację myśli sensorycznej” (Pallasmaa, 2022, s. 55).

Tab. 1. Podstawowe zmysły człowieka oraz metody multisensorycznego zaangażowania odbiorców

wzrok

- kontemplacja estetyki (szybki szkic vs. długie obserwacje);

słuch

- zwracanie uwagi na otaczającą osobę dźwięki (wsłuchaj się w głosy miasta);
- słuchanie ulubionej muzyki w słuchawkach + zaangażowanie wyobraźni;

węch

- zwracanie uwagi na zapachy w otoczeniu (świeżo ścięta trawa, zapach liści, kwiatów, wypieków itd.);
- zwracanie uwagi na zapachy poszczególnych miejsc, objętych spacerem kreatywnym;

dotyk

- dotykanie przedmiotów i obiektów (powierzchnia zabytków, różnorodność materiałów i form);

smak

- budowanie skojarzeń z obszarem np. poprzez odwiedzanie lokalnej kawiarni (poczuj się jak lokalny mieszkaniec).

Źródło: opracowanie własne.

Miasto może być postrzegane jako teatr zmysłów. Tabela nr 1 ilustruje przykłady angażowania zmysłów podczas spaceru kreatywnego. *Multum* możliwości interakcji z otoczeniem pozwala na stworzenie oferty spacerownika, angażującego wszystkie zmysły. Jednak tworząc taką formę zwiedzania, należy pamiętać o umiarze, ponieważ zbyt duża liczba zadań może skutkować przebudcowaniem odbiorcy, co może zniechęcić do kontynuacji spaceru.

Multisensoryczność oraz narracyjność w wykorzystaniu dziedzictwa kulturowego jest rozpoznany trendem zarówno w muzealnictwie, jak i w przewodnictwie. Wynika to z rosnących oczekiwań odbiorców - tzw. „standardowe”/”klasyczne” sposoby zwiedzania często przestają być atrakcyjne dla współczesnych konsumentów. Z drugiej strony, wprowadzenie elementów multisensorycznych często wiąże się z zakupem kosztownych aplikacji mobilnych czy sprzętu technicznego, dlatego nie każda instytucja kultury czy też nie każde przedsięwzięcie ma możliwość wprowadzenia nowoczesnych form interakcji do swojego produktu czy usługi. Czy w takim razie, aby oferta wykorzystania dziedzictwa kulturowego była konkurencyjna konieczne jest wdrożenie techniki, aplikacji mobilnych i innych narzędzi? Istnieją liczne grupy odbiorców, preferujących „tradycyjne” metody interakcji z dziedzictwem. W takim razie można wykorzystać metodę *design thinking*, która umożliwi – w przypadku papierowej wersji spacerownika kreatywnego - oddziaływanie na zmysły osoby, pobudzając ją do myślenia, zadawania pytań, tworzenia nowych rozwiązań i schematów, rysowania, zwracania uwagi na detale, patrzenia pod innym kątem. W przypadku zwiedzania nowych miejsc lub zwiedzania miejsc znanych odbiorcy, ale „na nowo”, istotna jest jakość informacji, jej podaż i proporcja, dlatego narracja spacerownika jest istotna. Powinien się on wyróżniać nie tylko estetyką graficznego opracowania, lecz także treścią i użytecznością podczas spaceru *in situ*. Nowoczesne narracje łączą przeszłość z teraźniejszością, pomagają lepiej zrozumieć historię, pogłębić zainteresowanie konkretnymi obiektami bądź wydarzeniami. Im większy stopień zaangażowania wielozmysłowego odbiorcy w proces poznawczy, tym wyższa efektywność kodowania informacji, związanych z doświadczeniem zwiedzania.

Koegzystencja edukacji i partycypacji kulturalnej

Tematykę wpływu sztuki na człowieka szeroko zbadała Irena Wojnar, która pisała, że sztuka umożliwia „wielostronne kształtowanie ludzkiej osobowości”, podkreślając jej istotność w życiu człowieka, gdyż „wywiera ona wpływ na wszystkie dziedziny ludzkiego życia: na postawę moralną, życie umysłowe, uczucia” (Wojnar, 1964, s. 15). Ogólnie pod definicją „edukacji kulturalnej” można rozumieć „wszelkie działania edukacyjne, mające na celu umożliwienie potencjalnym odbiorcom jak najpełniejszego i najefektywniejszego korzystania z dostępnych im dóbr kultury” (Hausner, Karwińska, Purchla, 2017, s. 564).

Dlaczego konwencjonalna forma spaceru nie zapewnia pełnego doświadczenia poznawczego? Jakie są zasadnicze różnice między „tradycyjnym” spacerem a spacerem kreatywnym oraz w jaki sposób tego rodzaju forma eksploracji miasta wpływa na proces edukacji kulturalnej? Idea spaceru kreatywnego polega na aktywnej partycypacji w kulturze, ponieważ bierne przyswajanie wiedzy nie zawsze może być odpowiednią metodą dla odbiorców. Dużą część informacji i wrażeń zapomina się, dlatego zdaniem autorki należy opracować taki program spaceru, który pozwoli zanotować wrażenia oraz informacje, związane ze spacerem w sposób wymagający kreatywnego i twórczego działania, angażujący wiele zmysłów i, oczywiście, zawierający informacje o historii poszczególnych obiektów, które obejmuje spacer. Edukacja kulturalna polegałaby zatem nie tylko na kontemplacji zabytków oraz przekazywaniu informacji o nich, lecz także na próbie spojrzenia na budynki, ulice i otoczenie miejskie jako „żywe dzieła sztuki”, aktywizujące wyobraźnię i zmysły. W ten sposób zarówno mieszkańcy miasta, jak i zainteresowani turyści, mogliby w sposób poważny móc się bawić z otoczeniem, jednocześnie nabywając wiedzę o dziedzictwie konkretnego miejsca. Przemysław Kisiel postrzega partycypację w kulturze jako obszar refleksji, podkreślając, że współczesne uczestnictwo w kulturze jest procesem, a nie jednorazowym wydarzeniem (Kisiel, 2017, s. 387). Rola edukacji kulturalnej pierwotnie wiązała się z przyswajaniem i rozpowszechnianiem kultury, jednak współcześnie rola kultury uległa zmianie, gdyż „utraciła ukierunkowanie i zakorzenienie w jakimkolwiek paradygmacie” (Kisiel, 2017, s. 393). Nowe sposoby uczestnictwa w kulturze mają charakter

zmienny, nietrwały. Zarówno w turystyce, jak i w kulturze współczesne przemiany zachodzą w sposób dynamiczny, a próby ich badania i wdrożenia zagrożone są dezaktualizacją w stosunkowo krótkim czasie. Co więcej, P. Kisiel ostrzega przed biernością ze strony odbiorcy w przypadku każdej formy uczestnictwa (Kisiel, 2017, s. 401), gdyż uczestnik może nie przejawiać zainteresowania ofertą edukacji kulturalnej w postaci spaceru kreatywnego, jeśli okaże się ona powtarzalna, nieodpowiednia, wtórna bądź nudna. Rozpatrując kontekst partycypacji w kulturze, należy zwrócić uwagę na nowe trendy interakcji w przestrzeni, wpisujące się w popularną koncepcję „4 x E” (od angielskich słów *entertainment, emotion, education, engagement*), takie jak gry terenowe oraz wydarzenia kulturalne, będące nowoczesną i atrakcyjną formą twórczego wypoczynku poprzez „animację turystyki” (Połucha, Żukovskis, 2015, s. 73). W dobie technologii cyfrowych, turystyka również podlega ich wpływom, dlatego wprowadzenie elementów grywalizacji i aplikacji mobilnych zwiększa przystępność i atrakcyjność nowoczesnych ofert kulturalnych. Współczesna turystyka może być określana jako „turystyka wrażeń”, „turystyka emocji”, czy też jako „turystyka interakcji” (op. cit.). Dodatkowo, „gra traktowana jako odmiana zabawy jest obok pracy i nauki jedną z trzech podstawowych form działalności ludzkiej, która jest wykonywana w czasie wolnym dla przyjemności” (op. cit., s. 76-77).

Dlaczego warto stosować nowoczesne i kreatywne metody poznawania dziedzictwa?

- 1) Ponieważ są one atrakcyjnym narzędziem, odpowiadającym oczekiwaniom współczesnego społeczeństwa.

- 2) Dane formy odkrywania przestrzeni łączą aktywność fizyczną z elementami gry outdoorowej.

- 3) Niestandardowe metody interakcji z dziedzictwem kulturowym znacznie zwiększają ilość zapamiętywanych informacji w porównaniu z tradycyjnym, biernym zwiedzaniem bądź czytaniem blogów.

- 4) Możliwość samodzielnej eksploracji przestrzeni ma przewagę nad klasyczną formą zwiedzania z przewodnikiem, ponieważ w ten sposób uczestnik spaceru kreatywnego łączy elementy rozrywki, edukacji, multisensorycznego uczestnictwa, a także ma okazję do samorealizacji w twórczych zadaniach albo, na odwrót, ma możliwość do tzw. „wyciszenia się” za pomocą arteterapii.

Podsumowując, spacer kreatywny może być postrzegany jako metoda edukacji i partycypacji kulturalnej, jednak należy pamiętać o dynamicznych zmianach preferencji odbiorców oraz konkurencyjności wirtualnych narzędzi. Edukacja kulturalna jest szczególnie istotna w procesie kształcenia zarówno dzieci, młodzieży, jak i osób dorosłych. Dlatego podjęłam próbę stworzenia nowoczesnego produktu (spacerownika kreatywnego), który może być przydatny zarówno w edukacji szkolnej, w postaci produktu turystycznego, w postaci narzędzia dla poznania historii oraz aktywizacji zmysłów, czy pobudzania kreatywności mieszkańców miasta. Koncepcja kreatywnego spacerownika to forma eksploracji otwartej przestrzeni, uwzględniająca osobliwości nowego pokolenia turystów oraz młodzieży. Co więcej, turystyka nie powinna ignorować technologicznych zmian we współczesnym świecie (jak np. metarzeczywistość), lecz powinna popularyzować wiedzę, wykorzystując nowoczesne metody aktywizacji odbiorców. Współczesny rynek turystyczny dostarcza nie tylko dóbr i usług, ale, przede wszystkim, doświadczeń o charakterze emocjonalnym i immersyjnym, co stanowi kluczowy aspekt w procesie konstruowania nowoczesnej i konkurencyjnej oferty turystycznej.

Analiza SWOT spaceru kreatywnego

Przeprowadziłam analizę SWOT w celu przedstawienia idei spaceru kreatywnego z wielopłaszczyznowej perspektywy, uwzględniając zarówno jego mocne i słabe strony, identyfikując potencjalne zagrożenia oraz szanse, związane z dalszym rozwojem tej koncepcji.

Tab. 1. Analiza SWOT spaceru kreatywnego

Silne strony	Słabe strony
• Wielozmysłowe zaangażowanie odbiorców; • Jakościowa interakcja z dziedzictwem kulturowym; • Współczesny produkt, oparty o żywą, barwną narrację; • Konkurencyjność i atrakcyjność w odniesieniu do klasycznego przewodnika; • Łączenie edukacji, twórczości i ruchu; • Produkt wielosezonowy; • Oferta odpowiednia dla rodzin z dziećmi; • Uwzględniony aspekt <i>well-being</i>; • Nastawienie na rozwój kreatywności, która obecnie jest jedną z najbardziej pożądanych umiejętności we współczesnym świecie.	• Specyficzny, niszowy produkt, który może być niezrozumiały dla odbiorcy, który jest nastawiony na bierne uczestnictwo w turystyce; • Opisy w spacerowniku mogą być uznane za zbyt krótkie lub niewystarczająco rozbudowane; • Różnorodność alternatywnych ofert na rynku.
Szanse	Zagrożenia
• Możliwość rozszerzenia oferty spaceru kreatywnego o papierową wersję spacerownika kreatywnego; • Szansa na pogłębienie wiedzy o historii lokalnej; • Kreowanie pozytywnego wizerunku dzielnicy; • Promocja dziedzictwa lokalnego wśród turystów typu <i>explorer</i>.	• <i>Overtourism</i>; • Przebadzowanie uczestników; • Szybka dezaktualizacja informacji; • Dynamiczne zmiany w trendach turystycznych; • Ryzyko niepowodzenia idei z powodu małego zainteresowania; • Ryzyko wyparcia oferty spaceru kreatywnego przez inne formy aktywności turystycznej, np. aplikacje mobilne.

Źródło: opracowanie własne.

Analizując tabelę, można dostrzec ogromny potencjał proponowanej formy zwiedzania, jednak należy uwzględnić zagrożenia w postaci ryzyka *overtourismu*, czyli przekroczenia chłonności turystycznej na danym terenie oraz potencjalnego przebadzowania uczestników, ze względu na zaangażowanie wielu zmysłów, wykonywanie twórczych zadań, zawartych w spacerowniku oraz przemieszczanie się w terenie. Ważnym czynnikiem jest odpowiednio dobrana narracja spacerownika, ponieważ w przeciwnym przypadku, odbiorca może zrezygnować z dalszej części oferty. Dobór obiektów i zadań powinien być przemyślany pod wieloma kontramiami, a także uwzględniać szczegóły terenu. Oprócz tego, papierowa wersja spacerownika powinna być zaprojektowana w odpowiedni sposób: łącząc zarówno kwestie ergonomiczne, jak i estetyczne.

Skoncentrowałam się na zjawisku spaceru kreatywnego, który został przedstawiony jako nowoczesny sposób zwiedzania, gdyż polega on

na synergii zaangażowania uczestnika, ciekawej narracji oraz połączeniu elementów edukacyjnych i twórczych, będąc alternatywną formą aktywnego spędzania czasu wolnego. Kreatywne podejście w dzisiejszych czasach jest szczególnie istotne ze względu na szybkie zmiany w turystyce. Turyści oraz podróżni coraz częściej nie tylko chcą zobaczyć kluczowe atrakcje danej przestrzeni, lecz szukają autentycznych miejsc, chcą poczuć się jak mieszkańcy, zobaczyć miasto ich oczami. W odpowiedzi na ich oczekiwania w literaturze rozwijają się koncepcje miasta kreatywnego oraz turystyki kreatywnej, która oferuje nowoczesne, innowacyjne, złożone sposoby zwiedzania. Zaznaczę, że tradycyjne przewodniki turystyczne, zawierające standardowy zestaw elementów: krótkie lub bardziej rozbudowane opisy destynacji, mapy, zdjęcia kluczowych zabytków, ewentualne wskazówki dotyczące wartych uwagi kawiarni i restauracji, noclegów i innych atrakcji – coraz częściej są zastępowane spacerownikami, które, oprócz wyżej wymienionych składników, zawierają artystyczne zdjęcia mniej znanych, nieturystycznych, niedostrzeganych na co dzień miejsc; co więcej, niektóre spacerowniki rozbudowane są o twórcze zadania angażujące użytkownika i cechują się niestandardowym podejściem do turystyki, ponieważ mają za zadanie próbę zachęcania odbiorcy do aktywnego udziału w kulturze, uważnej obserwacji otoczenia oraz autorefleksji.

Spacer kreatywny to mariaż turystyki, twórczości i edukacji. Jest to próba wielozmysłowego, świadomego, niekonwencjonalnego zwiedzania terenów nieznanych - bądź znanych, ale w nowy sposób.

Piasek – czytanie przestrzeni, czyli zarys historii dzielnicy

Ulica miasta może być postrzegana jako scena teatru życia codziennego, a spacer kreatywny po mieście jako partycypacja w kulturze poprzez swoje uczestnictwo w spektaklu na scenie ulicy. Miasto można rozpatrywać jako złożoną scenę społeczną, na której codziennie odbywają się liczne performanse, obejmujące zarówno rutynowe interakcje międzyludzkie, jak i aktywności artystyczne czy transformacje przestrzeni miejskiej. Odwołując się do koncepcji sceny teatralnej, zaproponowanej przez Deana MacCannella, przestrzeń miejska może pełnić zarówno funkcję *frontstage*, jak i *backstage*

(MacCannell, 1976). *Frontstage* obejmuje reprezentacyjne obszary miasta, takie jak deptaki, główne place czy rejony o dużym natężeniu ruchu turystycznego. W tym wypadku, ulica postrzegana jest jako scena, na której przechodnie, artyści uliczni oraz przedsiębiorcy funkcjonują jako aktorzy uczestniczący w spektaklu codzienności. Natomiast *Backstage* odnosi się do mniej eksponowanych, nieturystycznych miejsc. Są to obszary, w których toczy się autentyczne życie codzienne, pozbawione inscenizacyjnego charakteru typowego dla przestrzeni pierwszoplanowych. Takie ujęcie przestrzeni miejskiej pozwala na analizę miasta jako struktury dramaturgicznej, w której podział na sferę publiczną i prywatną ulega dynamicznym przekształceniom w zależności od kontekstu społecznego i kulturowego. Richard Florida pisał, że „samo obserwowanie ludzi można również uznać za prawomocną formę wymiany kulturowej” (R. Florida wspominał też o hegemonii ulicy), co więcej, autor podkreślał, że taka forma jest jedną z jego ulubionych, ponieważ na ulicach występuje „olbrzymia różnorodność wizualna osób” (Florida, 2010, s. 193), a także form, kształtów, faktur, które można i trzeba wykorzystać w sposób twórczy w spacerowniku kreatywnym. Co więcej, rozpatruję ofertę spacerownika kreatywnego w kontekście formy pracy estetycznej, która polega na kreacji zmysłowego przeżycia odbiorcy.

Na początku należy wskazać, że nazwa dzielnicy – Piasek, weszła do powszechnego użytku dopiero w XIX w., natomiast pierwotnie teren znany był pod nazwą Garbary, ze względu na to, że osiedlili się na tym obszarze krakowscy garbarze, którzy stanowili najliczniejszą grupę mieszkańców tego terenu. Garbary to najstarsza i największa jurydyka krakowska. Oprócz tego, tereny te były nazywane przedmieściem „przed Bramą Szewską”, natomiast nazwa Piasek wiąże się tym, że historycznie były one piaszczyste i nieurodzajne. Piasek był наносzony przez rzekę Młynówkę Królewską, która płynęła niedaleko. Obszar ten został nabyty przez władze Krakowa (za 100 grzywien) od Kazimierza Wielkiego w 1363 roku. Położony był poza murami miasta Krakowa, ale był mu podporządkowany. „Garbary przeżywały swój największy rozkwit na przełomie średniowiecza i czasów nowożytnych”⁵.

„Była to najliczniej zamieszkała i najlepiej rozwinięta pod względem gospodarczym podkrakowska jurydyka. Jej mieszkańców charakteryzował wysoki stopień specjalizacji zawodowej - swoją nazwę przedmieście zawdzięczało osiedlającym się tam garbarzom mającym liczne, choć nieduże warsztaty zajmujące się produkcją skór” (Bubień, 2020, s. 10).

Zawód mieszkańców Garbar odgrywał znaczną rolę w funkcjonowaniu miasta. Jednak czytając przestrzeń, czyli np. obecne nazwy ulic tej dzielnicy, możemy się dowiedzieć, że Piasek zamieszkiwali także przedstawiciele innych, ważnych dla miasta profesji – są tu ulice: Garbarska, Krupnicza, Garncarska oraz ulica Dolnych Młynów. Znajdowały się tu „liczne młyny (w tym te mielące kaszę, krupy), warsztaty garncarskie, ale też słodownie, browary, topnia srebra, szlifiernia noży, zakłady wytwarzające kafle czy dachówki”⁶.

Dodatkowo, oprócz garbarzy, krupników, garncarzy mieszkali także: „farbiarze, szewcy, paśnicy, grzebieniarze oraz nieliczni: młynarze, śledziownicy, łąziebnicy, miechownicy, introligatorzy i kartownicy” (Bubień, 2020, s. 6). Uwzględniając powyższe, można stwierdzić, że Piasek odgrywał rolę przemysłowego zaplecza Krakowa, z racji braku możliwości rozmieszczenia wielu z tych obiektów w obrębie murów (ze względu na rozmiar miasta i mury obronne, które opasywały je jak gorset, podczas gdy miasto cały czas się rozwijało i poszerzało). Oprócz tego, charakter wykonywanych czynności w branży garbarskiej negatywnie oddziaływał na zdrowie mieszkańców ówczesnego Krakowa, w związku z tym takie zakłady lokowano poza miastem.

Ówczesną dzielnicę zasadniczo można określić jako miasteczko, ponieważ istniał tam rynek, który znajdował się przed dzisiejszym teatrem Bagatela; co ciekawe, znajduje się tu po dzień dzisiejszy ratusz (co prawda jest to raczej skromna barokowa kamienica przy ul. Karmelickiej 12). Walery Bubień podkreślał, że Piasek był wyjątkowy z powodu tego, że „był zorganizowany na wzór jurydyk, które zakładano na prywatnych gruntach, które nie podlegały władzom miejskim”; dodatkowo, dzielnica

⁵ Z przewodnikiem po Garbarach, Kraków.pl https://www.krakow.pl/aktualnosci/242209,33,komunikat_z_przewodnikiem_po_garbarach.html [dostęp: 13.03.2024].

⁶ Blog Ciekawi Krakowa <https://ciekawikrakowa.pl/garbary-dawna-jurydyka-krakowa/> [dostęp: 03.01.2025].

miała „własny urząd i ławę wybierane przez radę miejską Krakowa” (Bubień, 2020, s. 5-6).

Krzysztof Petrus zwracał uwagę, że Garbary w XVI wieku były uznawane za „najlepiej rozwinięte krakowskie suburbium” oraz jako „jeden z ważniejszych ośrodków produkcyjnych w całej Małopolsce” (Petrus, 2011, s. 140).

Wraz z rozwojem przemysłu na przełomie XVIII i XIX w. powstały nowoczesne przedsiębiorstwa, np. fabryka tabaki Macieja Nowakowskiego, drukarnia kart dla gier, prowadzona przez Jana Buriana, co więcej, aktywnie rozwijał się przemysł browarniczy. W. Bubień pisał, że na terenie Garbar „znajdowało się siedem browarów, dwie gorzelnie i jedna wytwórnia miodu” (Bubień, 2020, s. 5-6). W roku 1800 dekretem austriackiej kancelarii nadwornej Garbary zostały włączony w granice Krakowa, wówczas zaczęto nazywać te tereny „Piasek”, a swój charakter zaplecza gospodarczego miejscowość zachowała aż do połowy XIX wieku (Bubień, 2020, s. 3). Czy w drugiej połowie XIX wielu wizerunek tej dzielnicy uległ zmianie? Otóż tak. W drugiej połowie XIX w. obszar ten był nowoczesną krakowską dzielnicą, w większości zamieszkiwaną przez „osoby związane ze światem nauki, sztuki i polityki” (Bubień, 2020, s. 3). „Znajdowały się tutaj popularne salony artystyczne świata krakowskiej bohemy (m.in. Żeleńskich, Estreicherów i Przybyszewskich, a także Weissów i Mehofferów), tam rozwijały swoją działalność teatry”⁷.

W drugiej połowie XIX w. zachodziły liczne zmiany urbanistyczne na terenie Piasku, m.in. zostały wytyczone nowe ulice, brukowano je, opracowywano chodniki oraz parcelowano działki i ogrody. Aktywnie budowano nowe kamienice oraz budynki o istotnym znaczeniu historycznym.

Na przełomie XIX i XX w. Piasek był nowoczesną dzielnicą, na terenach której „mieszkali artyści, profesorowie, adwokaci, lekarze, architekci i przedstawiciele arystokracji” (Bubień 2020, s. 20).

W XX w. na Piasku powstawały budynki związane z działalnością teatralną i artystyczną. Po zakończeniu II wojny światowej na terenie Piasku, szczególnie okolice ulic Karmelickiej i Łobzowskiej były zamieszkiwane przez arystokrację oraz przedstawicieli ziemiaństwa, którzy - pozbawieni własności majątkowych w rezultacie reformy rolnej - postanowili przeprowadzić się do Krakowa.

Druga połowa XX w. obfitowała w kolejne zmiany na terenie omawianej dzielnicy: powstawały nowe budynki, a wcześniejsze dostosowywano do niezbędnych wówczas funkcji. Przykładem takiej transformacji może być budynek dawnej Izby Skarbowej (ul. Skarbowa 1), który nabył nową funkcję – Szpitala Specjalistycznego im. Józefa Dietla. Oprócz tego, powstawały nowoczesne budynki, związane z Uniwersytetem Jagiellońskim. Oprócz tego, na Piasku znajdowały się liczne kawiarnie i restauracje, wówczas lubiane przez mieszkańców, np. restauracja „*Ermitage*”, która mieściła się przy ul. Karmelickiej 3, natomiast pod numerem 13 działała kawiarnia „*Kopciuszek*”. Znana była również dawna kawiarnia Jana Bisanza, która znajdowała się przy ul. J. Dunajewskiego 1. Przy ul. Karmelickiej 54 mieściła się znana prywatna kawiarnia „*Lamus*”... Niestety, obecnie wszystkie wymienione wyżej miejsca „odeszły do lamusa”, ustępując miejsca innym, współczesnym lokalom. Taki sam los spotkał również małe prywatne sklepiki ogólnospożywcze, które mieściły się m. im. przy ul. Rajskiej 20, przy ul. Dolnych Młynów 3, przy ul. Krupniczej 26.

Współcześnie dawna dzielnica IV Krakowa – Piasek obecnie jest częścią dzielnicy I – Stare Miasto pełni m. in. funkcje: mieszkalną, rekreacyjną, akademicką, biurową. Znajduje się tu wiele przykładów modernistycznej zabudowy, która jest uwzględniona w Krakowskim Szlaku Modernizmu⁸.

W 1859 r. teren Krakowa „został podzielony na osiem dzielnic miejskich, wówczas Piasek był IV dzielnicą, obejmującą teren od ulicy Wolskiej (obecnie ul. J. Piłsudskiego) po ulicę Krowoderską” (Bubień, 2020, s. 16). Później, w roku 1991, Piasek został włączony do dzielnicy I Stare Miasto. Dodatkowo, należy wspomnieć o tym, że w roku 1994 dzielnica Piasek została uznana za pomnik historii. Funkcja turystyczna pojawia się na tym terenie ze względu na bliskość centrum miasta, jednak należy podkreślić, że nie jest ona funkcją dominującą. Jednak, jak już wspominałam wcześniej, potencjał turystyczny dzielnicy nie jest w pełni dostrzegany.

Niewątpliwie, Piasek posiada wiele miejsc i obiektów z bogatą historią, będących wspaniałymi zasobami dziedzictwa kulturowego. Na potrzeby realizacji oferty spacerownika kreatywnego wybrałam kilka z nich, aby połączyć je w autorski szlak, będący

⁷ Blog Ciekawi Krakowa <https://ciekawikrakowa.pl/garbary-dawna-jurydyka-krakowa/> [dostęp: 03.01.2025].

⁸ Zob. Krakowski Szlak Modernizmu <https://szlakmodernizmu.pl/modernizm/krowodrza/> [dostęp: 11.03.2025].

propozycją kulturalnego spędzania czasu w połączeniu z wrażliwym poznawaniem historii Piasku.

Podsumowanie

W niniejszym artykule przedstawiono autorską koncepcję nowoczesnego narzędzia twórczego myślenia i wrażliwego zwiedzania – spaceru kreatywnego, pozwalającego w sposób aktywny spędzić czas, zapoznać się z historią mniej znanych budynków oraz uruchomić własną wyobraźnię podczas spaceru po ulicach jednej z dzielnic Krakowa. Koncepcja ta w przyszłości może być rozbudowana o papierową publikację z opcją audiobooka czy ebooka.

Połączono interdyscyplinarne tematy (turystyka i arteterapia, psychogeografia i urbanistyka, multisensoryczne doświadczanie dziedzictwa kulturowego) z celem kreatywnego podejścia do zwiedzania i postrzegania dziedzictwa kulturowego. Koncepcja wrażliwego, multisensorycznego odbierania przestrzeni dawnej IV dzielnicy Piasku przy pomocy spacerownika kreatywnego pozwala na wnikliwe, samodzielne zwiedzanie i docenienie bogactwa zabytków, detalu architektonicznego, i oddechu historii.

Zwiedzanie miasta niekoniecznie musi mieć tradycyjną formę biernego uczestnictwa, lecz może być podróżą w przestrzeni i czasie, może kształcić, a także przekształcać. Należy jednak pamiętać, że nastawienie odbiorcy, jego zaangażowanie i chęć otworzenia się na alternatywne metody zwiedzania i podróżowania w znacznym stopniu definiują jakość przeżyć i interpretacji informacji i obrazu. Dlatego spacer kreatywny stanowi wartą uwagi możliwość spojrzenia w głąb historii, czasu, przestrzeni – i siebie.

W jak najlepszy sposób przedstawiono ideę wykorzystania dziedzictwa kulturowego poprzez stworzenie nowatorskiej oferty oraz zwizualizowania jej w formie spacerownika kreatywnego, wykorzystując twórcze podejście do interakcji z kulturą⁹, którą, moim zdaniem, należy promować i rozpowszechniać, nie bojąc się wykorzystywać niestandardowe metody interakcji.

Spis literatury

Bubień W. (2020). *Wokół ulicy Karmelickiej*, Kraków.

Ciekawi Krakowa <https://ciekawikrakowa.pl/garbarzy-dawna-jurydyka-krakowa/> [dostęp: 14.03.2024].

Dziedzic E. (2017). *Turystyka kreatywna a rozwój lokalny*, [w:] *Trendy w turystyce*, red. E. Biernat, E. Dziedzic, Warszawa, s. 365-377.

Florida R. (2010). *Narodziny klasy kreatywnej*, tłum. T. Krzyżanowski, M. Penkała, Warszawa.

Kaczmarek J., M. Paluch (2015). *Kreatywność turystyki vs. Turystyka kreatywna – wstęp do dyskusji*, „Turystyka kulturowa”, nr 7, s. 62.

Kisiel P. (2017). *Współczesne wzory uczestnictwa w kulturze*, [w:] *Kultura a rozwój*, red. J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla, Kraków, s. 387-408.

Korbut A. (2016). *Arteterapia i jej zastosowanie w obszarze edukacji*, „Artykuły naukowe”, Opole, nr 11, s. 267-280.

Kozłowski L. (2016). *Kształtowanie innowacyjnych produktów turystycznych jako podstawa rozwoju turystyki lokalnej i regionalnej*, [w:] *Kreatywność w turystyce. Innowacyjne rozwiązania we współczesnej turystyce*, red. D. Sokołowski, P. Tomczykowska, Toruń, s. 122.

Krakowski Szlak Modernizmu <https://szlakmodernizmu.pl/modernizm/stare-miasto/> (dostęp: 04.01.2025).

MacCannell D., (2013) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, California.

Mosenzon T. (2019). *Mechanizmy kreowania i realizacji kreatywnego produktu turystycznego*, Mińsk, s. 238-243.

Mroczel-Żulicka A. (2018). *Twórcza rekreacja a twórcze podejście do organizacji rekreacji – studium przypadku zakładów przemysłowych twórczych Wi-Ma w Łodzi*, „Turizm/Tourism”, nr 28/1, s. 81-92.

Pawłowska A. (2016). *Turysta poza turystycznym centrum miasta. Rozwój oferty spędzania czasu wolnego w wybranych dzielnicach Krakowa*, [w:] *Kreatywność w turystyce. Nowe trendy w rozwoju turystyki*, red. D. Sokołowski, P. Tomczykowska, Toruń, s. 63-76.

Petrus K. (2011). *Największe przedmieście Krakowa. Zarys rozwoju przestrzennego Garbar – Część I.*, „Czasopismo Techniczne Politechniki Krakowskiej”, zeszyt 16, Kraków, s. 139-151.

Połucha I., Żukovskis J. (2015). *Interakcje w przestrzeni – nowe trendy w animacji turystyki*, „Zeszyty naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, Szczecin, nr 29, s. 73-83.

Purchla J. (2017). *Dziedzictwo kulturowe*, [w:] *Kultura a rozwój*, red. J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla, Kraków, s. 37-59.

Rotter Jarzębińska K. (2009). *Turystyka kreatywna – nowy trend w rozwoju turystyki miejskiej*, [w:] *Turystyka kulturowa – razem, ale jak?*, red. A. Stasiak, Łódź, nr 2, s. 81-92.

von Rohrscheidt A. M. (2016). *W stronę przewodnictwa interpretacyjnego. Nowe podejścia i nowe usługi na przykładzie wybranych miast europejskich*, „Turystyka kulturowa”, nr 3.

Wojnar I. (1964). *Estetyka i wychowanie*, Warszawa.

Wójcik D., Czernek K. (2016). *Kreatywność i twórcze współdziałanie w sektorze turystycznym*, „Studia i prace. Kolegium Zarządzania i Finansów”, Warszawa, nr 161, s. 187-197.

Wszendybył-Skulska E. (2017). *Kreatywność determinantą kształtowania przewagi konkurencyjnej w turystyce*, „Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, Wrocław, nr 473, s. 609-616.

⁹ Zob. Autorski spacerownik kreatywny: <https://drive.google.com/file/d/1igG4KBFYi4fvxwTuAiz2CoaRGzxiOWnW/view> [dostęp: 11.03.2025].