

Turyści we własnym mieście: *flânerie* czasów pandemii COVID-19 (na przykładzie Krakowa)

Maria Zowisło

maria.zowislo@awf.krakow.pl

Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie

Wydział Turystyki i Rekreacji, Instytut Turystyki, Zakład Filozofii i Socjologii

ORCID 0000-0001-7459-1083

Abstrakt

Artykuł przedstawia zjawisko „turystyki we własnym mieście” w czasach pandemii COVID-19 w Krakowie. Pandemiczna „pauza” w turystyce przyjazdowej wymusiła zmianę praktyk turystycznych promowanych przez władze miasta oraz przedsiębiorców turystycznych. Miasto zaproponowało swoim mieszkańcom wiele ciekawych akcji i wydarzeń skoncentrowanych na zwiedzaniu i poznawaniu własnego otoczenia, często na piechotę. W artykule praktyki te poddane są kulturowej i filozoficznej analizie w odwołaniu do toposu *flânerie*, swobodnego i niespiesznego spacerowania i poznawania własnego miasta.

Słowa kluczowe: *flânerie*, pandemia, COVID-19, turystyka kulturowa, turystyka miejska, turysta we własnym mieście

Wprowadzenie

Pandemia COVID-19 zmieniła oblicze świata na bardzo wielu poziomach: gospodarczym, politycznym, demograficznym, społecznym i egzystencjalnym. Branżą, która ucierpiała z powodu zaleceń Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) oraz restrykcji wprowadzanych przez rządy krajów była turystyka. Ograniczenie mobilności ludzi, stanowiącej fundament turystyki, było naturalną odgórną i systemową reakcją na rozprzestrzenianie się wirusa COVID-19, co dokonywało się poprzez bezpośrednie kontakty międzyludzkie i sprzyjające transmisji zakażeń podróże międzynarodowe. Zamknięcie granic, zamrożenie ruchu i transportu między poszczególnymi krajami stało się instrumentem i formą „makro-kwarantanny”, tj. izolacji i odosobnienia poszczególnych państw, a w ich obszarze „mikro-kwarantann”: regionów i miast o wysokim nasileniu zakażeń (*vide* Lombardia i Bergamo we Włoszech podczas pierwszej fali pandemii w 2020 roku), lokalnych instytucji i przedsiębiorstw (szkoły, uczelnie, kluby *fitness*, biura turystyczne, restauracje, muzea, galerie handlowe, kina, teatry), wreszcie rodzin zamieszkujących we wspólnym gospodarstwie domowym, bądź pojedynczych osób. Oba wymienione zasięgi kwarantanny miały swoje skutki: kolejne *lockdowny* wpłynęły na zapaść gospodarki światowej i gospodarek krajowych, doprowadziły do upadku wielu firm, biznesów, likwidacji wielu stanowisk pracy, zubożenia niektórych grup zawodowych, bankructw, szerzenia się bezrobocia. Na płaszczyźnie egzystencjalnej konsekwencją obostrzeń stały się różne formy jednostkowych dramatów i kryzysów, począwszy od przeżywania takich „sytuacji

granicznych” jak doświadczenie bliskości oraz powszechności choroby i śmierci, poczucie straty, samotność, depresja, psychiczne wyjałowienie i nuda monotonii życia w warunkach przymusowego zamknięcia w domach.

Oddziaływanie pandemii na turystykę można również rozpatrywać w tej podwójnej skali: makro i mikro, tj. na płaszczyźnie systemowej oraz jednostkowej. Turystyka stała się pierwszym obiektem odgórnych restrykcji pandemicznych, co spowodowało, że generowane przez nią zyski gwałtownie poszybowały w dół, a wiele regionów recepcyjnych, charakteryzujących się monokulturą turystyczną, których dochód oparty był wyłącznie na turystyce, stanęło przed widmem bezrobocia oraz biedy, w efekcie czego stały się one całkowicie uzależnione od rządowych dotacji i innych form ekonomicznego interwencjonizmu państwowego. Wraz z zamrożeniem międzynarodowego ruchu turystycznego zniknęły również czasowo dysfunkcyjne zjawiska turystyki masowej, takie jak na przykład *overtourism* i związana z nim ksenofobia wobec zagranicznych turystów w miejscach o stałym silnym „przeludnieniu turystycznym” czy gentryfikacja miast historycznych i centrów metropolii [Kruczek 2018; Zmyślony, Kowalczyk-Anioł 2019]. Nastąpiło również przesunięcie zainteresowania potencjalnych turystów z turystyki zagranicznej na krajową, co przynajmniej częściowo zrekompensowało straty lokalnych przedsiębiorstw i biur turystycznych.

Transfer zainteresowania destynacjami turystycznymi na te dostępne w rejonie własnego zamkniętego kręgu krajowej kwarantanny zmobilizował władze miast i gmin, a także przedsiębiorstw i organizacji turystycznych do zaktualizowania, modyfikacji, poszerzenia regionalnych ofert turystycznych, do wzmożenia marketingu ogólnego i promowania dotąd mniej popularnych turystycznie miejsc i obiektów, a także do krytycznego przemyślenia własnych strategii w ramach promocji turystycznej regionów w warunkach kryzysu i podniesionego stopnia ryzyka [UNWTO 2020; Sigala 2020; Gössling, Schweiggart 2022; Walas, Kruczek 2020]. Sięgnięto po nowe instrumenty przekazu i kanały informacji, często z wykorzystaniem technologii cyfrowych, sprawdzonych serwisów internetowych czy aplikacji. Dobrym przykładem jest udostępnienie w Lublinie w okresie trzeciej fali pandemii audioprzewodnika po mieście w aplikacji *City Talks*. Narzędzie to umożliwia samodzielne zwiedzanie miasta i odsłuchiwanie podczas spacerów informacji o zabytkach, architekturze, wydarzeniach, biografii zasłużonych lublinian, a także historii związanych z mijanymi miejscami. Nie jest to typowe pandemiczne rozwiązanie, gdyż już wcześniej aplikacje

z mówionymi „mikrohistoriami” znalazły się w ofercie turystycznej Warszawy i Rzeszowa. Lubelski projekt wykorzystał możliwość sprawdzonego instrumentu marketingu oraz przewodnictwa po mieście w czasach przymusowego zachowania dystansu społecznego spowodowanego COVID-19 [Polonis 2021]. Innym przykładem jest działalność muzeów, szczególnie w czasie pierwszej i drugiej fali pandemii, które otwały w sieci swoje ekspozycje i uruchomiły zajęcia edukacyjne online, co spotkało się z żywym oddźwiękiem wśród odbiorców [Pasternak-Zabielska 2021].

Z kolei na poziomie jednostkowym pandemia zaowocowała interesującymi procesami przemian w postawach, przyzwyczajeniach oraz aksjologicznej wrażliwości turystów. W okresach kolejnych *lockdownów*, w których zamknięte były hotele i ośrodki wypoczynkowe, coraz bardziej popularne stały się różne formy uprawiania „turystyki we własnych miejscowościach”. Zmęczeni izolacją domową, niespodziewanie posiadający więcej wolnego czasu, niektórzy dotychczasowi masowi turyści, rutynowo korzystający przed pandemią z gotowych ofert i zorganizowanych wyjazdów typu *package tours*, stali się świadomymi i autonomicznymi wędrowcami i odkrywcami własnych miejsc, spontanicznie realizując wcale nie nowe idee „małych podróży”, „mikrowypraw”, *staycations* (wakacji w miejscu zamieszkania) czy *daycations* (jednodniowych eskapad bez konieczności załatwiania noclegu) [Jafari 1987; Pawłowska, Matoga 2016] oraz *slow tourism*. Aktywne formy „małych podróży” podejmowanych przez pandemicznych turystów we własnych miejscowościach i regionach mają charakter turystyki kulturowej, przygodowej, krajoznawczej czy rekreacyjnej. Zależy to, zgodnie z badaczami tych form turystyki, od motywacji, funkcji i celu przedsięwziętych eskapad, czy będą to motywy poznawcze skierowane na zabytki, architekturę, kościoły, cmentarze, *street art*, czy relaksujący spacer szlakami parków miejskich, czy na przykład udział w lokalnym spływie kajakowym (dobrym przykładem są organizowane w pandemii z zachowaniem szczególnych zasad bezpieczeństwa spływy rzeczką Dłubnią w Krakowie [Co w Krakowie 2021], bądź indywidualne lub rodzinne odkrywanie pobliskich zakątków czy pomników przyrody podczas spacerów, łączonych czasami z jazdą na rowerze, *nordic walking* czy innymi zróżnicowanymi formami outdoorowej rekreacji fizycznej.

W artykule koncentruję uwagę na uprawianiu w czasach pandemii „turystyki we własnym mieście”, która jest najbliższa turystyce kulturowej, a w jej obszarze formie turystyki miejskiej opartej na aktywności spacerowania. Ta forma doświadczenia turystycznego (czy para-turystycznego, jeśli trzymać się precyzyjnie postulatycznych

definicji badaczy, którzy wyjazdy poza własne miejsce zamieszkania traktują jako warunek *sine qua non* turystyki), w okresie pandemii stała się bardzo popularnym środkiem odreagowania i kompensacji przymusowego zamknięcia w domach. Jest też najbardziej dostępna, gdyż niezwiązana z dodatkowymi kosztami, generowanymi w normalnych warunkach przez tradycyjne wyjazdy turystyczne, a jednocześnie nieograniczona szczególnymi restrykcjami związanymi z *lockdownami*. Motywowane potrzebami poznawczymi, edukacyjnymi, sentymentalnymi, ludycznymi czy rekreacyjnymi, spacerowanie we własnym mieście, niespieszne przemieszczanie się zorganizowanymi trasami miejskich szlaków turystycznych i tematycznych, bądź świadome i swobodne błądzenie przyjmujące charakter spontanicznych i labiryntowych przechadzek po centrum i peryferiach, poza utartymi ścieżkami turystycznych atrakcji, jest interesującym zjawiskiem, które co prawda ożyło w czasach pandemii, ale ma odległy rodowód kulturowy, filozoficzny oraz literacki określany mianem toposu *flânerie*.

Topika *flânerie*

W humanistyce pojęcie toposu zostało upowszechnione przez Ernsta Roberta Curtiusa, który przejął je z tradycji antycznej retoryki grecko-rzymskiej i zastosował do badań w zakresie literaturoznawstwa. W wydanym w 1948 roku dziele *Europäische Literatur und lateinisches Mittelalter* Curtius stworzył projekt „topiki historycznej”, określonej przezeń mianem *Nova Rhetorika* [Curtius 1997]. Celem tego akademickiego przedsięwzięcia było wykazanie żywotnej i nadającej sens jedności kultury europejskiej, co miało w zamyśle autora stanowić remedium wobec narastających nastrojów katastrofizmu, wywołanych przez chaos i anomie światowych wojen. Tę jedność wybitny niemiecki romanista dostrzegał w łacińskości. Pojmował łacińskość jako skład *topoi*: motywów, obrazów, tematów czy idei zawartych w literaturze antycznej, podejmowanych na nowo w literaturze kolejnych epok oraz przepracowywanych z zastosowaniem bądź to imitacji, bądź krytycznej recepcji czy śmiałych transformacji. Curtius śledził w literaturze tropy zbieżności różnych literackich i mitologicznych motywów, traktując tę zbieżność jako dowód poszukiwanej jedności, uniwersalnego fundamentu kultury Zachodu. Jednym z rozlicznych *topoi* analizowanych przez Curtiusa był topos odysei, wędrówki inicjacyjnej bohatera. Topos ten „wędrował” przez stulecia i ulegał transformacji: od Homera przez Wergiliusza i Dantego do Joyce’a. Ta „wędrówka” i trwałość toposu wskazuje również

na niezbywalność funkcji fabulacyjnej człowieka i wagę jej wielkich obrazów-fikcji dla przebiegu ludzkiego samorozumienia. Curtius odwołał się przy tym bezpośrednio do Bergsonowego pojęcia *la fonction fabulatrice* [Bergson 1993, s. 111-204, 217-218].

Historyczno-literacka topika Ernsta Roberta Curtiusa ustaliła pewien wzorzec dla *Toposforschung*, badań z zakresu historii idei oraz semantyki historycznej, w zakresie których topos zatracił swoją literacką homogeniczność i został transponowany poza obszar literatury w szeroko pojmowany i zróżnicowany „świat życia” (niem. *Lebenswelt*), tj. kulturowe i społeczne działania człowieka.

Szczególną transpozycją toposu odysei jest motyw *flânerie*, swobodnego i niespiesznego przemieszczania się po mieście i obserwowania miejskich pejzaży, budynków, wyglądu i życia ulic. Wprowadzony w obieg humanistycznej refleksji przez literatów, stał się poręcznym instrumentem heurystycznym do analizy zjawisk charakterystycznych dla społeczeństw nowoczesności i ponowoczesności. Jako topos, *flânerie* mieści się w obszarze idei, która ma swoje kulturowe inwarianty w dziedzinie faktów społecznych, ludzkiego zachowania, postaw, aksjologicznych preferencji aktualizujących się w „świecie życia”. Autorzy dostrzegają niezwykłą pojemność semantyczną toposu *flânerie*, która przejawia się jako zdolność do wchłaniania i wyjaśniania coraz to nowych zjawisk. W pismach eseistycznych i poetyckich Charles’a Baudelaire’a zjawisko to stanowiło *signum temporis* nowoczesności Paryża XIX stulecia, z jego bulwarami, tłumem przechodniów i barwnym płynnym *theatrum* ulicy ujawniającym przemiany życia obyczajowego [Baudelaire 1998]. Walter Benjamin nawiązał do rozważań francuskiego poety i twórczo zastosował je do opisu narodzin konsumpcyjnego stylu życia, którego dobitnym obrazem są paryskie pasaże oferujące spacerowiczom kuszące widoki towarów w ciągu okien wystawowych [Benjamin 2005]. Zygmunt Bauman zastosował motyw konsumpcyjnej *flânerie* do czasów ponowoczesnych, ukazując włączenie się w *shopping mallu* czy Disneylandzie od towaru do towaru i od atrakcji do atrakcji jako symptom płynnej tożsamości człowieka współczesnego i życia będącego strumieniem przygodnych epizodów. Bauman wskazał na groźne momenty reifikacji, będącej efektem mechanizmów marketingowych w społeczeństwie konsumpcyjnym. Jego *flâneur* degraduje się, stając się rzeczą, produktem tychże mechanizmów. Jedną z ponowoczesnych inkarnacji zdegradowanego *flâneura* jest turysta, figura uniwersalna konotująca kondycję ponowoczesnej tożsamości [Bauman 1993, s. 79-81; Bauman 1994, s. 30-33]. Z kolei Lauren Elkin sięgnęła po motyw *flânerie*, wpisując

w jego historię przypadki swobodnych przechadzek kobiet po ulicach i alejach metropolii świata (w czasach Baudelaire'a zarezerwowanych wyłącznie dla kobiet lekkich obyczajów), kontestując i przełamując w ten sposób konserwatywny patriarchalny wzorzec mobilności miejskiej. Niemiecki filozof Heinz Paetzold uważa *flânerie* za figurę sprzeciwu wobec funkcjonalizmu kapitalistycznego, konsumpcyjnego społeczeństwa, którego symptomem widocznym na ulicach miast jest ruch samochodowy. Przechadzka kontestuje pośpiech i brak wrażliwości, nieczułość na mijane pejzaże miasta. *Flânerie* według niego rozumiana jest jako ponowoczesna „polityka włóczędzy”, zawiera w sobie obietnicę fenomenologicznej „sztuki życia” opartej na medytacyjnej uważności powiązanej z kinestetycznym ruchem ciała. Autor powołuje się przy tym na pojęcie „rozprężonej uwagi” holenderskiego filozofa Otto Duintjera [Paetzold 1998, s. 128-129]. Rozprężenie, relaks oferowane przez rytmiczny i powolny ruch ciała, otwierają zmysły na otoczenie, wyzwalają paradoksalne doświadczenie poddania się fali obrazów przy jednoczesnym wyostreniu ich percepcji. Tak pojmowane fenomenologiczne doświadczenie miasta, jego ulic, detali, scen życia stanowi zjawisko odrębne, które Paetzold przeciwstawia zorganizowanemu zwiedzaniu, joggingowi, maratonom miejskim czy charakterystycznym dla kultury Południa przechadzkom typu *corso* – wszystkie te formy ruchu mieszczą się w paradygmacie funkcjonalizmu, instrumentalizują pejzaż miejski dla realizacji heterogenicznych wobec niego wartości. Osobnym tematem współczesnej debaty wokół toposu *flânerie* jest zjawisko „telewizyjnego nomadyzmu” i *cyberflânerie*, surfowania w sieci w celu eksploracji świata [Featherstone 1998; Świerczewska 2014, s. 39-43; Brzozowska 2009, s. 41, 44].

Wymienione powyżej niektóre odsłony toposu *flânerie* otwierają interesujące badawczo z punktu widzenia nauk o turystyce pole znaczeń i kierunków badania. Szczególne zastosowanie topos *flânerie* może mieć dla opisu i analizy przemian w turystyce miejskiej oraz turystyce kulturowej uprawianej w obrębie metropolii. Chociaż niektórzy badacze, jak wspomniany Paetzold, wyraźnie przeciwstawiają *flâneura* turyście, trzeba przyznać, że *flânerie* jest fenomenem pod wieloma względami bliskim turystyce. Takie aspekty jak swobodna mobilność, czas wolny, wizualność doświadczenia, ogląd atrakcji i obyczajów, przeżycie przygody są niewątpliwie wspólnym mianownikiem obu zjawisk. Niektórzy autorzy bronią tezy, iż *flânerie* ujawnia i antycypuje wybrane ejdetyczne jakości współczesnej turystyki [Duda 2016; Brzozowska 2009, s. 93-151; Ogonowska 2005].

Francuskie słowo *flânerie*, które można oddać jako „niespieszne przechadzanie się”, oraz związane z nim etymologicznie inne rzeczowniki, wskazujące na podmiot zaangażowany w czynność *flânerie*, tj. *flâneur* (w rodzaju męskim) i *flâneuse* (w rodzaju żeńskim) wyprowadzane są ze staroskandynawskiego *flana*, wskazującego na „osobę wędrującą” i „bieganie tu i tam” [Elkin 2016, s. 10; Brzozowska 2009, s. 11]. *Flâneur* ma swoje odpowiedniki w innych językach nowożytnych (niem. *Bummler*, ang. *stroller*), jednakże to właśnie termin francuski zdominował nowożytny i ponowoczesny dyskurs związany ze zjawiskiem powolnej i samocelowej praktyki spacerowania po mieście, z uwagi na fakt, że introdukcją do humanistycznej debaty nad *flânerie* są przede wszystkim dzieła francuskich XIX-wiecznych pisarzy Charles’a Baudelaire’a, Honoré Balzaca, Emila Zoli, Victora Hugo, Gustave’a Flauberta czy Eugeniusza Sue [Świerczewska; Dzionek 2004; Elkin 2016]. Nie brakuje obrazów *flânerie* i portretów *flâneura* w literaturze niemieckiej, anglosaskiej, polskiej (*vide* Warszawa Wokulskiego w *Lalce* Bolesława Prusa), jednakże klasyczny literacki wzorzec zjawiska ma proveniencję francuską i związany jest z Paryżem. To Paryż późnego II Cesarstwa z jego nowoczesną strukturą urbanistyczną zaprojektowaną przez Georges-Eugène’a Haussmanna, a opartą na wielkich bulwarach i szerokich ulicach, stał w centrum przemian kulturowych, technologicznych oraz obyczajowych XIX-wiecznej Europy. Proste, szerokie i długie bulwary zachęcały do przechadzek i obserwacji tygla miejskiego życia. W tłumie przechodniów spieszących za swoimi codziennymi spawami wyróżniał się *flâneur*, a sygnaturami jego wyróżnienia były dystans, bezinteresowna ciekawość, chęć zachowania *incognito* oraz wolność wynikająca z jego pozycji społecznej bądź zawodowej (pierwotnie był to arystokratyczny esteta, z czasem także literat polujący na scenki uliczne jako tematy do felietonów), przejawiająca się w swobodnym wykorzystaniu czasu wolnego oraz niespieszności, powolności przechadzek, obserwacji, skupieniu na przeżyciu chwili, detalach wizualnych i sytuacyjnych, uważności. *Dolce far niente*, rozkoszowanie się czasem wolnym w leniwym ruchu, powolności, zdystansowany ogląd, bezstronna obserwacja, anonimowość, samotność w tłumie, indywidualizm, nieużyteczność, smakowanie upływu czasu i zmienności widoków, bezinteresowność i bezcelowość przechadzki to wyróżniki konterfektu *flâneura*. Tak charakteryzował *flâneura* Baudelaire: „Posiąć tłum – oto jego namiętność i powołanie. Wielka rozkosz dla prawdziwego *flâneur’a* i rozmiłowanego obserwatora: zamieszkać w mnogości, falowaniu, ruchu, w tym, co umyka, co jest nieskończone. Być poza domem, a przecież

czuć się wszędzie u siebie; widzieć świat, być w środku świata i w ukryciu zarazem, takie są drobne przyjemności tych umysłów niezależnych, namiętnych, bezstronnych, które słowo tylko nieudolnie potrafi scharakteryzować. Obserwator – to książę, który wszędzie zachowuje *incognito*. [...] Można by go też porównać do lustra, równie ogromnego jak ten tłum; do kalejdoskopu obdarzonego świadomością, przy każdym poruszeniu odsłaniającego wielorakie kształty życia i zmienny wdzięk wszystkich jego elementów. Jest to ja wiecznie niesyte wszelkiego nie-ja, w każdej chwili oddające je i wyrażające w obrazach bardziej żywych niż życie, zawsze niestałe i ulotne” [Baudelaire 1998, s. 20].

Przyjęcie zdystansowanej, a jednocześnie pełnej uważności postawy wobec życia wielkiego miasta czyni po trosze *flâneura* obcym wędrowcem (turystą) we własnym mieście. Postawa dystansu poznawczego pozwala na wzięcie w nawias wszystkiego co familiarne i oczywiste oraz spojrzenie na miasto, jego mieszkańców, ich sprawy świeżym i nieuprzedzonym wzrokiem. Baudelaire określa tę perspektywę poznawczą „dziecinnym postrzeganiem”, które charakteryzuje się niezwykłą ostrością i „naiwnością” [Baudelaire 1998, s. 22]. Dziecko dziwi się wszystkiemu, dziecięce spojrzenie *flâneura* czyni świat „czarodziejskim”, pełnym tajemnic, wręcz egzotycznym. Nie trzeba wyjeżdżać z miasta i udawać się w daleką podróż, by doświadczać egzotyki. Wokół własnego domu, na ulicach własnego miasta można przeżyć przygodę spotkania z tym, co egzotyczne, wszystko jest kwestią perspektywy poznawczej. Przyjmując z fantazją i zamiłowaniem taką perspektywę, *flâneur* staje się księciem obserwacji, detektywem, reporterem i turystą we własnym mieście. Walter Benjamin tak ujął charakter *flâneura*: „*Flâneur* to kapłan tak zwanego *genius loci*. To niepozorny przechodzień wyposażony w godność kapłańską i wyczucie detektywa” [Benjamin 2001, s. 237].

Dziedzictwo i turystyka kulturowa w Krakowie w czasach pandemii

Czas pandemii uczynił wielu mieszkańców miast na świecie i w Polsce bezwiednymi bądź świadomymi *flâneurami* i „turystami we własnych miejscowościach”. W artykule poddaję analizie doświadczenie pandemicznej *flânerie* w Krakowie, mieście szczególnym, będącym nowoczesną metropolią (drugie co do wielkości miasto Polski), a jednocześnie kultywującym oraz promującym (również jako zestaw ofert turystycznych) swoją bogatą, ponad 1000-letnią historię, dziedzictwo oraz kulturę. Wśród podróźnych rodzimych i zagranicznych Kraków jest

najbardziej rozpoznawalnym i cenionym jako destynacja turystyczna polskim miastem, przyciąga szczególnie turystów kulturowych, zainteresowanych jego zróżnicowanymi obiektami oraz atrakcjami kulturowymi, począwszy od zabytków architektury świeckiej i sakralnej, przez muzea, ośrodki kultu, edukacji, centra kultury, festiwale, spektakle teatralne i operowe, wystawy sztuki, sezonowe oraz cykliczne eventy, lokalne tradycje, jarmarki, kultowe kawiarnie, kluby, kabarety aż po lokalną i światową gastronomię (w 2019 roku Kraków został ogłoszony przez Europejską Akademię Gastronomiczną pierwszą Europejską Stolicą Kultury Gastronomicznej). Zabytki Starego Miasta, Wzgórze Wawelskie i żydowska dzielnica Kazimierz zostały w 1978 roku wpisane jako jedne z pierwszych obiektów na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. W 2000 roku Kraków został uznany Europejską Stolicą Kultury, przyznano mu również tytuł Europejskiego Miasta Literatury, włączając do programu Sieci Miast Kreatywnych UNESCO. Jest to miasto wybitnych poetów (Wisława Szymborska, Czesław Miłosz, Adam Zagajewski, Ryszard Krynicki, Ewa Lipska), wśród których jest dwoje noblistów, hołubiące swoich Mistrzów Słowa (lub pamięć o nich) na co dzień i podczas wielu eventów i festiwali. Tutaj też – oprócz Krypty Zasłużonych na Skałce – w kościele pw. Świętych Apostołów Piotra i Pawła przy Drodze Królewskiej na Wawel znajduje się Panteon Narodowy, w którym spoczywają najwybitniejsi twórcy polskiej kultury, sztuki i nauki. To także miasto cenionych w kraju i za granicą śpiewających bardów (Ewa Demarczyk, Marek Grechuta, Leszek Długosz, Anna Szałapak, Grzegorz Turnau, Andrzej Sikorowski), których dorobek stanowi trwały element polskiego dziedzictwa kulturowego. „Magia Krakowa” to nie tylko slogan, ale żywe doświadczenie mieszkańców, gości i podróżnych odwiedzających tę niezwykłą królewską metropolię. Tak bogaty i złożony kapitał kulturowy Krakowa predysponuje to miasto do uznania go za archetypowy przykład polskiego i światowego miejsca optymalnego pod względem swoich walorów i atrakcji dla uprawiania i rozwoju turystyki kulturowej. To właśnie dziedzictwo historyczne i kulturowe wraz z przejawami współczesnego życia kulturalnego i obyczajowego stanowią fundament i cel tego rodzaju turystyki [Mikos v. Rohrscheidt 2016, s. 77-225; Mikos v. Rohrscheidt 2018, s. 13-17; Buczkowska 2011, s. 24; Jędrzyak 2008, s. 9-10, 38-44].

W czasach pandemii Kraków doświadczył takich samych deficytów w ruchu turystycznym, jak inne metropolie świata oraz popularne turystycznie mniejsze miejscowości i regiony. Pandemia zrównała pod tym względem wszystkie destynacje turystyczne na świecie. Dla porównania: przed pandemią w 2019 roku w Krakowie

pojawiło się 10,15 mln turystów, w tym 3,05 mln zagranicznych oraz 7,1 mln krajowych. W stosunku do 2010 roku był to znaczny wzrost (analogicznie turyści ogółem 6,05 mln, w tym 4,05 mln krajowych i 2 mln zagranicznych), co wskazuje na postępujący rozkwit turystyki w Krakowie, uwarunkowany różnymi czynnikami (marketing, transport, rozwój oferty hotelarskiej, gastronomicznej, innowacyjność w zarządzaniu turystyką, zaangażowanie nowych podmiotów w organizację turystyki w mieście i inne) [Borkowski 2019-2020]. Natomiast w 2020 roku, pierwszym roku pandemii, ruch turystyczny w królewskim mieście spadł drastycznie: „[...] liczba turystów zmniejszyła się aż o 58,8%, tj. do poziomu 4,185 mln osób. O ponad połowę mniej niż w roku poprzednim było turystów z Polski (3,510 mln osób) i o ponad $\frac{3}{4}$ mniej turystów z zagranicy (zaledwie 0,675 mln osób)” [Borkowski 2020-2021]. Tak słabej recepcji turystów autorzy przywoływanej analizy ruchu turystycznego w Krakowie nie notowali od 2003 roku, tj. od czasu zainicjowania corocznych badań. Kolejne *lockdowny* dokonały dzieła destrukcji turystyki w mieście, paraliżując cyklicznie w stopniu znacznym ruch przyjazdowy (turyści odwiedzający Kraków w tych okresach pauzy turystycznej mobilności pochodzili najczęściej z regionu Małopolski) i w efekcie poważnie zaburzając kondycję ekonomiczną branży turystycznej w Krakowie [Walas, Kruczek 2020; Grabiński, Borkowski 2020].

Zapaść turystyczna spotkała się z szybką reakcją ze strony władz miasta. W oparciu o zespół ekspertów-akademików, a także członków krakowskiego Forum Turystycznego przy Prezydencie Miasta Krakowa oraz przedstawiciele Kraków Airport i przedsiębiorstw turystycznych opracowano dla Wydziału ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa projekt zatytułowany *Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028*, opublikowany w sierpniu 2020 roku [Walas 2020]. Charakterystyczne jest motto tego projektu: „Mam szczęście mieszkać tam, dokąd inni mogą przyjechać tylko na chwilę”. Motywem nadrzędnym tego hasła jest intencja zbudowania nowej wspólnoty lokalnej, mieszkańców i interesariuszy turystyki, wolnej od konfliktów wywołanych zjawiskiem przeludnienia turystycznego i innych dysfunkcji miejskiej turystyki charakterystycznych dla Krakowa przed okresem pandemii oraz docenienie niezwykłych walorów własnego otoczenia. Projekt ukierunkowany jest na politykę rozwoju zrównoważonej turystyki, jego głównym celem ma być zatem nie maksymalizacja zysków, lecz „minimalizowanie konfliktów i strat”. Ma się to dokonywać poprzez realizację nakreślonych zadań, takich m.in. jak: współodpowiedzialność przedsiębiorców i mieszkańców, sprzyjanie budowaniu

oraz rozwojowi atmosfery miejsca i lokalności, zachowanie tożsamości miejsca, spójny przekaz w marketingowej komunikacji, zrównoważone komercjalizacja oraz zarządzanie historycznym i kulturowym dziedzictwem miasta, podejście do mieszkańców jako odbiorców działań turystycznych, zintegrowanie kultury z kreatywnymi przemysłami w turystycznej ofercie, transgresja branży turystycznej poza wąsko rozumiany interes turystyki, innowacyjne i twórcze podejście do komunikacji, marketingu, transferu wiedzy do mieszkańców oraz usługodawców [Walas 2020, s. 75]. Projekt wyraźnie zakłada włączenie mieszkańców nie tylko w procesy kreowania wizerunku miejsca turystycznego i współodpowiedzialności za ich cele i kształt, ale również w aktywne uczestnictwo w odbiorze Krakowa jako miejsca turystycznego. Mieszkańcy są traktowani zarówno jako podmioty, jak i obiekty działań turystycznych.

To, co projekt zakłada jako racjonalne i społecznie odpowiedzialne postulaty przyszłej polityki rozwoju zrównoważonej turystyki w Krakowie, w rzeczywistości pandemii w niektórych jego treściach ideowych stało się faktem. Mieszkańcy Krakowa współuczestniczyli w podtrzymywaniu oraz kreowaniu atmosfery turystycznego miejsca, między innymi poprzez jego zindywidualizowany, subiektywny i twórczy odbiór. Miasto w okresie pandemii stało się czymś na wzór *opera aperta*, „dzieła otwartego” Umberto Eco, tekstem, którego utrwalony tysiącletnią tradycją historyczno-kulturową, zobjektywizowany zapis dał w tych szczególnych okolicznościach „wymarłej turystyki” nowy żywotny impuls do nieograniczonej semiozy, licznych i różnorodnych oryginalnych turystycznych „lektur” i przeżyć w doświadczeniach jego mieszkańców [Eco 1994]. Mieszkańcy Krakowa, niegdysiejsi światowi turyści, wyszli na ulice swojego miasta i – zamknięci w granicach własnej lokalności, lecz nadal odczuwający *cupiditas videnti terras*, pragnienie oglądania ziem – skierowali swoje spojrzenie turystyczne na własne otoczenie, stając się „turystami we własnym mieście”.

Pandemiczne zwiedzanie przez krakowian własnego miasta ma charakter bądź spontaniczny, bądź jest odpowiedzią na zakrojoną na szeroką skalę przez Urząd Miasta Krakowa kampanii „Bądź turystą w swoim mieście”. Kampania została ogłoszona 24 kwietnia 2020 roku, w czasie pierwszej fali pandemii, przez prezydenta Krakowa Jacka Majchrowskiego. Skrojona na trudny dla turystyki miejskiej czas pandemii, w kolejnych odsłonach w latach 2020-2022, zaangażowała w promocję i zwiedzanie miasta nie tylko samych mieszkańców, ale także wiele instytucji, przedsiębiorstw,

aktywistów, przewodników miejskich, artystów. Celem kampanii jest nie tylko ekonomiczne wsparcie lokalnych przedsiębiorstw turystycznych, ale także włączenie mieszkańców Krakowa we współtworzenie promocji miasta i podtrzymywanie oraz aktywne kreowanie jego tożsamości kulturowej jako turystycznej stolicy Polski. Zainteresowani partycypacją w projekcie mieszkańcy mają możliwość promocji miasta, zarówno poprzez publiczne udostępnienie materiałów brandingowych akcji, które mogą umieszczać w mediach społecznościowych, lokalach, własnych firmach, jak i poprzez zgłaszanie własnych inicjatyw, ich przedstawianie oraz zapis ich przebiegu w specjalnie uruchomionych do tego celu kanałach informacyjnych w mediach społecznościowych (profil „Bądź turystą w swoim mieście – Zwiedzaj Kraków” na portalu Facebook oraz profilu @badzturysta na portalu Instagram). Operatorem kampanii jest Krakowskie Biuro Festiwalowe, w ramach którego wyznaczono koordynatorów poszczególnych obszarów działania w zakresie muzyki, filmu, literatury, rękodzieła i rzemiosła, turystyki, działań lokalnych (NGO), gastronomii oraz biznesu. Wydarzenia mające miejsce w wymienionych obszarach przyjmują formę wydarzeń otwartych, warsztatów bądź dzielenia się materiałami wideo i zdjęciami w mediach społecznościowych. Wydarzenia otwarte mają na celu ponowne odkrywanie Krakowa przez jego mieszkańców poprzez spacer tematyczne prowadzone przez zawodowych przewodników bądź aktywistów i entuzjastów historii, kultury, sztuki i tradycji obyczajowej królewskiej metropolii. Warsztaty, zróżnicowane tematycznie, dają możliwość lokalnym przedsiębiorstwom tworzenia i proponowania nowych ofert, w tym również turystycznych, dzięki którym krakowianie mogą poszerzać swoją wiedzę, odkrywać i rozwijać swoje umiejętności, pasje oraz talenty. Z kolei dzielenie się materiałami wideo i zdjęciami, aktywizuje mieszkańców do włączenia się w proces promowania własnego miasta w mediach społecznościowych poprzez umieszczanie w nich relacji z własnych miejskich eskapad, spacerów, odkryć, udziału w eventach, z hasztagami #badzturystawswoimmieście oraz #zwiedzajkrakow [Facebook 2022].

„Wzdłuż Młynówki Królewskiej, z książką w ręku, przy dźwiękach jazzu, poznając Podgórze i zwiedzając Zwierzyniec, jak nakazuje moda, recytując poezje, nasłuchując XX-wiecznych kompozycji, śladami niemieckimi, amerykańskimi, francuskimi i ukraińskimi, wypatrując zwierząt, a nawet Smoka Wawelskiego, nawiedzając miejsca święte i śledząc dawnych drukarzy, po centrum i rubieżach Nowej Huty, w zieleni, od księgarni do księgarni i od kina do kina – tak Miasto Kraków zachęca do odkrywczych i kształcących miejskich spacerów” [Facebook 2022].

Kampania spotkała się z olbrzymim odzewem, którego różne formy można śledzić na osi czasu na dedykowanym jej profilu na Facebooku. Piwnica pod Baranami i jej słynny kabaret (od 1956 roku), Klub Pod Jaszczurami (od 1960 roku) ze swoją piękną tradycją jazzu, Święto Rynku Podziemnego, miejsca będącego żywą pamięcią średniowiecznej przestrzeni miejskiej, w której w 1257 roku został wytyczony Rynek Główny, spacer po zmroku w Ogrodzie Świąteł dedykowanym Królowi Śnieżce, śladami Czesława Miłosza czy Josepha Conrada, tropiące miejskie murale czy szopki krakowskie wystawione na placach, parkach, witrynach sklepów, restauracji, wędrowanie szlakiem kameralnych księgarń i antykwariatów, śladami II wojny światowej na terenie Nowej Huty, Kiermasz Pogranicza Kultur na Małym Rynku, „literacko-knajpiany” spacer po dzielnicy Kazimierz – to tylko niektóre miejsca i wydarzenia promowane i zorganizowane w ramach kampanii. Wiele propozycji, ponad 40 tematycznych tras do indywidualnego zwiedzania swojego miasta krakowianie mogą znaleźć na portalu krakow.travel. Z ciekawą inicjatywą wyszło Stowarzyszenie Oświatowe Zamek Królewski na Wawelu, organizując bezpłatne spacer po Krakowie „Twój Kraków – spaceruj i fotografuj z nami!”. Spacer proponowane w tym projekcie to na przykład „Zoomorficzne detale w sztuce Krakowa”, „Rzeźba współczesna w Parku Krakowskim”, „Mosty Krakowa zimą”, „Fotogeniczne Podgórze”, „Cyganeria krakowska”. Propozycja ta ukierunkowana jest na mniej spektakularne i rozpoznawalne miejsca i obiekty w Krakowie, uczy odkrywać Kraków nieznanym [Karnet 2022].

Krakowski *flâneur* w dobie pandemii

W okresie od czerwca do grudnia 2020 roku realizowano w Krakowie oraz całej Polsce założenia innej kampanii promocyjnej stolicy Małopolski, zorganizowanej również przez Urząd Miasta Krakowa. Była to kampania „Kraków nieodkryty”. Jej celem było przede wszystkim ożywienie branży turystycznej w trudnych czasach pierwszej fali pandemii COVID-19. Zasadniczo zaproszenie do zwiedzania Krakowa zostało skierowane do potencjalnych gości z całej Polski (uruchomiono potężny aparat promocyjny, m.in. spoty reklamowe, audycje, billboardy wywieszane w dużych miastach Polski, konkursy, koncerty i występy uliczne), ale w ramach kampanii wyłoniły się także oddolne lokalne inicjatywy dedykowane krakowianom. Jednym z ciekawych projektów była opublikowana w lipcu i sierpniu przez Miesięcznik Społeczno-Kulturalny „Kraków” seria krótkich relacji z odkrywania „nieodkrytego Krakowa” przez znanych

krakowian i miłośników swojego miasta. Poeci Ewa Lipska czy Adam Zagajewski, pisarze, dziennikarze, publicyści: Witold Bereś, Krzysztof Jakubowski, Tomasz Potkaj, historyczki sztuki Agata Małodobry i Katarzyna Bik, reżyser teatralny Jerzy Zoń, lekarz i pasjonat Krakowa Kazimierz Kłodziński opowiedzieli o swoich własnych magicznych zakątkach miasta, o miejscach, których szczególne historie warto na nowo wydobywać z zakamarków zbiorowej (nie)pamięci historycznej, o spektakularnej „pustej przestrzeni” wymarłego miasta, w której miejskie pejzaże ujawniły się obserwującym w nowej aurze i optyce widoków, ale też otocze subiektywnych przeżyć, asocjacji, wspomnień czy nakładających się odległych kontekstów sytuacyjnych. Witold Bereś napisał: „W dniach, gdy Rynek był pusty, jakby wymarły, jakby z epoki postapokaliptycznej, budząc uczucia lekko niepokojące, by nie rzec – duszne, wtedy właśnie zachwyił mnie urokiem przestrzeni. Idąc zwolna opustoszałymi uliczkami (O.K., w maseczce), dostrzegałem piękno nieodkrytego. Ten nowy czas – paradoksalnie – pozwolił, by Kraków nas oszołomił tak, jak bujna wiosna zachwyca po szarej zimie” [Bereś 2020, s. 4]. Redaktor naczelny miesięcznika „Kraków” zachęcał tym samym czytelników do włączenia się w akcję „Kraków nieodkryty”, do pójścia w miasto, przeżycia samotnej przygody wędrowania w opustoszałym mieście jego mniej oczywistymi i utartymi tropami, do bycia prywatnymi ambasadorami swojego miejsca poprzez robienie zdjęć i umieszczanie ich w mediach społecznościowych.

Warto przytoczyć kilka fragmentów niezwykle ciekawych zapisów z tej akcji, jest to bowiem świadectwo podmiotowego doświadczenia miasta w warunkach zawieszenia i pauzy pandemicznej, doświadczenia w interesującym nas oglądzie perypatetycznym (spacerowym, przechadzkowym), charakterystycznym dla zjawiska *flânerie*. Adam Zagajewski wędrował po Krakowie śladami swoich ulubionych majestatycznych drzew. Uchem wrażliwego poety „usłyszał” tajemne rozmowy, jakie być może prowadzą między sobą uczestnicy „wyjątkowego trójkąta artystyczno-naturalnego” pod kościołem Franciszkanów, czyli ogromny miłorząb, Bóg Ojciec z witraża Stanisława Wyspiańskiego oraz kardynał Adam Sapieha z pomnika dłuta Augusta Zamoyskiego. Dalej poeta wędrował śladami nielicznych krakowskich platanów, idąc ulicą Kopernika do Ogrodu Botanicznego, odczuł pustkę i ciszę miejsca, opustoszałego podwójnie: przez restrykcje pandemii oraz opróżnione zabytkowe budynki, porzucone przez krakowskie szpitale w ich peregrynacji do nowej lokalizacji. Piękne ceglane budynki „odczuwają ulgę, iż nie ma już w ich murach tych wszystkich potwornych, ludzkich cierpień” [Zagajewski 2020, s. 9]. Z kolei Ewa Lipska, z przekorą, jak to często w jej wierszach

bywa, opisuje ulicę Senacką, „małą, zaciszną uliczkę”, którą jednakże nazywa „miejszem, które straszy”, przywołując historię ulokowanych tam od czasów austriackiego zaboru po II wojnę światową więzień i katowni. Oficjalną historię Lipska wpisała w osobiste reminiscencje i opowieści „mrozące krew w żyłach” z czasów swojego dzieciństwa. Podobne związki z dzieciństwem, tym razem pełne sentymentalnych i miłych wspomnień, bardzo emocjonalnie opisuje Jerzy Zoń, wracając do swojego „magicznego miejsca”, jakim jest Rondo Matecznego. Rondo to dla ongiś małego chłopaka, który w podróży ze swoim ojcem ze wsi pod Limanową wysiadł na jego przystanku, by nagle znaleźć się w „niesamowitym” miejscu zwanym Krakowem, do dzisiaj jest przez artystę odczuwane jako „drzwi do innego świata”. Przy okazji pandemicznej peregrynacji związanej z przejęciem nowej siedziby przez jego teatr (KTO) w pobliżu Ronda, reżyser przywołuje historię życia Antoniego Matecznego, odkrywcy leczniczych źródeł siarkowych w tym miejscu i założyciela zakładu wodoleczniczego (1905 rok), nazwanego od jego nazwiska „Matecznym”.

Tomasz Potkaj wędruje z kolei śladami „Przekroju” i jego redaktora Mariana Eilego, skrótowo opowiadając o dziejach i miejscach związanych z legendarnym ongiś tygodnikiem. Krzysztof Jakubowski swoje pandemiczne spacerunki po Tyńcu oraz placu Wszystkich Świętych okrasza starymi fotografiami, nakładając na czas teraźniejszy tych miejsc ich stare wizerunki i pełne perypetii opowieści z przeszłości. Palimpsest teraźniejszości oraz przeszłości wyłania się z opowiastek Piotra Kłodzińskiego „CK Kraków”. Ulice Poselska i Kanonicza stają się w jego wspomnieniach scenografią historii rodzinnych, tworząc sentymentalną genealogię prywatną nałożoną na polityczną historię miejsc [Kłodziński 2020, s. 20]. Rzeczowa i adekwatna do idei akcji „Kraków nieodkryty” jest relacja historyczki sztuki Agaty Małodobry ze spaceru po Przegorzałach. Stara się ona patrzeć na to miejsce, kojarzone najczęściej z potężnym zamkiem z czasów II wojny światowej (Schloss Wartenberg) oraz willą architekta Adolfa Szyszko-Bohusza, okiem turysty nieuprzedzonego i dostrzega perełkę architektury, na którą zwykle nie zwraca się uwagi, tj. budynek Kolegium Polonijnego Uniwersytetu Jagiellońskiego. Jest to „jeden z najlepszych przykładów brutalizmu w polskiej architekturze” z lat 1975-1991, odbierany często jako „zimna, przytłaczająca i bezduszna” masa betonu, jednak bardzo intrygująca. Autorka dostrzega szlachetność tej budowli, której monumentalna forma potęgowana przez „surową poetykę klinkierowej cegły i betonu” wpisuje się doskonale w otoczenie Lasu Wolskiego,

podkreślając na zasadzie kontrastu bujność świata roślinnego [Małodobry 2020, s. 20-21].

Przytoczone relacje wpisują się adekwatnie w topos *flânerie*, z jednym istotnym wyjątkiem. Klasyczny *flâneur* jest człowiekiem, który zanurza się z lubością w tłumie, odnajdując w jego masie i anonimowości azyl bycia *incognito*. Pozycja bezimiennego obcego w masie przechodniów zaaferowanych własnymi sprawami ofiarowuje mu możliwość bezstronnej obserwacji, dystansu i „niewinnej”, uważnej, rzeczowej i trzeźwej obserwacji. *Flâneur* Baudelaire’a i Benjamina są mistrzami *epoché* fenomenologicznej *avant la lettre*, bowiem ich obserwacja wyzbyta jest jakichkolwiek uprzednich założeń i sądów. *Flânerie* wydaje się być swoistym doświadczeniem, inwariantem kulturowym filozoficznej idei Edmunda Husserla „powrotu do rzeczy samych” (*Zurück zu den Sachen Selbst*), jednakże w warunkach nieabstrakcyjnej, ocalonej i konkretnej potoczności świata życia, *Lebenswelt* [Husserl 2000, s. 7; Husserl 1992, s. 30; Król 2013, s. 42-54; Depraz 2010]. W tym też znaczeniu pisał w *Polityce przechadzki* o „wyostrowanej uwadze” przywoływany wcześniej Heinz Paetzold. Dlatego *flâneur* dziwi się widokom, dostrzega ich egzotykę, zagadkowość, niejednoznaczność, stając się pełnym zaciekawienia „obcym” we własnym środowisku, jak turysta z dalekich stron. Z kolei w doświadczeniach pandemicznych „turystów we własnym mieście” neutralność zaciekawienia poznawczego jest efektem nowej optyki percepcji, wywołanej przez wyludnioną i pustą przestrzeń, w której rzeczy, obiekty, sytuacje jawią się w swojej pierwotności, odkryte w ich niezawisłej tożsamości, nieoswojone przez wspólne skojarzenia i konwencjonalne oceny. Jednocześnie na tę pierwotną warstwę widzenia źródłowego nakłada się konfabulacja reminiscencji prywatnych i historycznych, anegdotycznych przypadków, sentymentalnych i emocjonalnych asocjacji, w wyniku czego z miejskich pejzaży wyłaniają się obrazy nabrzmiałe znaczeniami. Na metapoziomie analizy obrazy te mogą być rozumiane jako efekt prawdziwie hermeneutycznych fuzji tego, co *hic et nunc* z tym, co dawne i minione. Tak rozumiał misję hermeneutycznej filozofii jej XX-wieczny mistrz, Hans-Georg Gadamer. Poznanie jest „fuzją horyzontów”, a prawda o świecie nie ma charakteru obiektywnego, zamkniętego w niezmienniej przedmiotowości, jest otwartym i nieskończonym procesem rozumienia (analogicznie do idei semiozy według Umberto Eco). Zadajemy światu pytania zawsze z jakiegoś konkretnego aktualnego miejsca, kontekstu historyczno-kulturowego. „Każde dzieło pozostawia każdemu, kto zaczyna z nim obcować, pewną przestrzeń gry, którą on sam musi wypełnić” – pisał Gadamer

[Gadamer 1993, s. 35]. W poznaniu nie chodzi o rekonstrukcję oryginalnych sensów, lecz o „prawdę dla nas”, przekaz istotny egzystencjalnie dla człowieka *tu i teraz*, dla jego kondycji i samowiedzy, a także dla jego przyszłości [Gadamer 1992, s. 10].

Nie jest to nowe spojrzenie na przestrzeń miasta i percepcję jego pejzażu oraz dziedzictwa w turystyce. Jak pisze w książce *Historia w turystyce kulturowej* Armin Mikos von Rohrscheidt o dziedzictwie kulturowym: „Dziedzictwo tworzy się przez powiązanie miejsc, przedmiotów, wydarzeń i dzieł z ludźmi jako ich autorami, twórcami czy bohaterami, z ludźmi wykorzystującymi je przez pokolenia i społecznościami, na które miały one i nadal mają wpływ, wreszcie z tożsamością i zachowaniami ludzi, którzy mają z nimi związek współcześnie. Takie działanie nie tylko utrzymuje dziedzictwo w dalszym istnieniu, lecz także nadaje mu nowe znaczenia i tym samym nadal tworzy nowe wartości społeczne i kulturowe” [Mikos v. Rohrcheidt 2018, s. 14].

Dziedzictwo jest kapitałem kulturowym, a jego reprodukcja nie stanowi prostego odzwierciedlenia trwałych i zamkniętych treści, jest dynamicznym procesem „translacji”, będącej twórczą interpretacją ingerującą w świadomość i tożsamość odbiorcy. W tym procesie odbioru dziedzictwa człowiek nie jest zaledwie neutralnym podmiotem percepcji, biernym widzem, jest czymś o wiele więcej: demiurgiem, aktorem i hermeneutą swojego środowiska kulturowego.

Podsumowanie

Jakie wnioski dla badacza turystyki nasuwają się z powyższych opisów i analiz? Z pewnością ważną kwestią pozostaje rozumienie „turysty we własnym mieście”, którego implikacją może być rewizja samej kategorii turystyki. Jako jeden z warunków *sine qua non* stanowiących o specyfice praktyk turystycznych przyjmuje się powszechnie opuszczenie własnego domu. Nie tylko trudny czas pandemii, ale także potoczne praktyki turystyczne w obszarze turystyki miejskiej ujawniają zróżnicowaną grupę podmiotów, wśród której znajdują się również mieszkańcy miast mniej lub bardziej świadomie zainteresowanych poznaniem turystycznym swojego otoczenia. Uczestniczą oni w spacerach z przewodnikami, wsłuchując się w historię swojego miasta, tłumnie odwiedzają muzea, galerie, uczestniczą w festiwalach, jarmarkach na równi z turystami z zewnątrz. Badacze turystyki coraz częściej akcentują potrzebę krytycznego przemyślenia istoty turystyki. Krzysztof Podemski rozumie na przykład turystykę nie jako zestaw pewnych czynności, ale postawę wobec świata: „Zwiedzać

może nie tylko *podróżnik, włóczęga, imigrant*, ale także *rezydent*. Zrewitalizowane części wielkich miast, takie jak londyńskie doki East Endu, berliński Potsdamer Platz czy poznański Stary Browar, tuż po ich otwarciu zwiedzały dziesiątki tysięcy stałych mieszkańców. W tym znaczeniu można być turystą i w swoim mieście – „domu”. *Zwiedzanie oraz opuszczanie domu* to odrębne zjawiska, których zakresy nachodzą na siebie tylko częściowo” [Podemski 2005, s. 10]. W związku z tym podział na turystów przyjezdnych i miejscowych w takich kontekstach okazuje się sztuczny [Mikos v. Rohrscheidt 2018, s. 64].

Aktywne uczestnictwo mieszkańców miast w okresie pandemii w różnych odsłonach miejscowej turystyki wpłynęło pozytywnie nie tylko na poszerzenie horyzontu poznawczego oraz kapitału kulturowego „pandemicznych *flâneurów*”. Pandemiczna pauza w turystyce zainicjowała również procesy instytucjonalnej rewizji strategii rozwoju turystycznego miast. Raport *Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028* zawiera aż dziewięć rekomendacji polityki zrównoważonego rozwoju turystyki w mieście. Są to m.in. polityka protekcjonizmu i interwencjonizmu skierowana na wsparcie rozwoju publicznych i prywatnych inwestycji posiadających potencjał turystyczny, postulaty i propozycje przeciwdziałania zjawiskom turystycznej hipertrofii, właściwego zarządzania gospodarką nocną miasta, zintegrowanej komunikacji marketingowej, spójnego zarządzania tożsamością i reputacją turystyczną miasta, wsparcia rozwoju przemysłu spotkań, równoważenia gospodarki współdzielenia, wciągającego mieszkańców w tworzenie innowacyjnych rozwiązań, integracji interesariuszy na rzecz niwelowania konfliktów czy rozwoju nowych technologii w turystyce [Walas 2020]. Rewizja strategii rozwoju krakowskiej turystyki wskazuje m.in. na krystalizującą się instytucjonalną świadomość potrzeby prowadzenia przemyślanej polityki aktywizowania mieszkańców w kreowaniu nie tylko wizerunku miasta, ale także innowacyjnych praktyk w zakresie turystyki miejskiej i kulturowej. Jest to bez wątpienia cenna i trwała nowa jakość, jaka wyłania się z trudnego dla turystyki okresu pandemicznych przewartościowań.

Okres pandemii to bez wątpienia czas globalnego wielowymiarowego kryzysu. Po wybuchu wojny w Ukrainie 24 lutego 2022 roku turystyka w Krakowie i wielu popularnych turystycznych miastach Polski przeżywa ponownie zapaść. Zagraniczni turyści omijają Polskę, traktując ją jako kraj frontowy i obawiając się bezpośredniego kontaktu z uchodźcami. Pandemia uitorowała wiele skutecznych rozwiązań dla kryzysów w turystyce. Przedsiębiorcy turystyczni sięgają po wypracowane

i sprawdzone rozwiązania, takie jak kampanie reklamowe czy upowszechnienie różnych form turystyki krajowej, z wykorzystaniem turystyki miejskiej i kulturowej dla rodzimych turystów. Trzeba pamiętać, że każdy kryzys to nie tylko czas zapaści, ale także „czas przesilenia”, „punkt zwrotny”, czas przemyśleń, przełamania ograniczeń i błędów, podejmowania decyzji. Tak pojęcie kryzysu rozumieli starożytni Grecy (od *krino* = dzielić, decydować, wybierać, oceniać, sądzić, myśleć), trud wyzwania łącząc z odpowiedzialnym intelektualnie i moralnie działaniem, i jest to uniwersalne przesłanie. Ostatecznie każda kultura trwa dzięki kryzysom, które poza wszystkim stanowią katalizator jej rozwoju.

Bibliografia

- Baudelaire C., 1998, *Malarz życia nowoczesnego*, tłum. J. Guze, wpraw. Cz. Miłosz, Słowo Obraz/Terytoria, Gdańsk
- Bauman Z., 1993, *Przedstawienie na pustyni*, tłum. M. Kwiek, [w:] A. Zeidler-Janiszewska (red.), „*Drobne rysy w ciągłej katastrofie...*”. *Obecność Waltera Benjamina w kulturze współczesnej*, Wydawnictwo Instytutu Kultury, Warszawa, s. 71-84
- Bauman Z., 1994, *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Instytut Kultury, Warszawa
- Benjamin W., 2001, *Powrót „flâneura”. O „Spacerach po Berlinie Franza Hessla*, tłum. A. Kopacki, „*Literatura na Świecie*”, nr 8-9, s. 235-238
- Benjamin W., 2005, *Pasaże*, red. R. Tiedemann, tłum. I. Kania, Wydawnictwo Literackie, Kraków
- Bereś W., 2020, *Temat miesiąca: Kraków nieodkryty*, „*Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)*”, nr 7-8, s. 4
- Bergson H., 1993, *Dwa źródła moralności i religii*, tłum. P. Kostyło, K. Skorulski, Znak, Kraków
- Brzozowska B., 2009, *Spadkobiercy flâneura. Spacer jako twórczość kulturowa – współczesne reprezentacje*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź
- Buczowska K., 2011, *Cultural Tourism – Heritage, Arts and Creativity*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań
- Curtius E. R., 1997, *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*, tłum. A. Borowski, Universitas, Kraków
- Depraz N., 2010, *Zrozumieć fenomenologię. Konkretna praktyka*, tłum. A. Czarnacka, Oficyna Naukowa, Warszawa
- Duda B., 2016, *Współczesny „flâneur”? : postać spacerowicza w dyskursie turystycznym*, [w:] B. Witosz, K. Sujkowska-Sobisz, E. Ficek (red.), *Dyskurs i jego odmiany*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 103-110
- Eco U., 1994, *Dzieło otwarte: forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, tłum. J. Gałuszka et al., Czytelnik, Warszawa
- Featherstone M., 1998, *The Flâneur, The City and Virtual Public Life*, „*Urban Studies*”, Vol. 35, No. 5/6, Temporary Publisher, s. 909-925
- Gadamer H.-G., 1992, *Dziedzictwo Europy*, tłum. A. Przyłębski, Fundacja ALETHEIA, Wydawnictwo SPACJA, Warszawa
- Gadamer H.-G., 1993, *Aktualność piękna. Sztuka jako gra, symbol i święto*, tłum. K. Krzemieniowa, Oficyna Naukowa, Warszawa

- Gössling S, Schweiggart N., 2022, *Two years of COVID-19 and tourism: What we learned, and what we should have learned*, „Journal of Sustainable Tourism”, Vol. 30, No. 4, s. 915-931, DOI: 10.1080/09669582.2022.2029872
- Grabiński T., Borkowski K., 2020, *Szacowane wpływy w gminie Kraków w 2020 roku – (straty) w stosunku do roku 2019 jako efekt zatrzymania ruchu turystycznego z powodu pandemii COVID-19 i ogłoszenia stanu epidemicznego w Polsce od 13.03.2020 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków
- Husserl E., 1992, *Filozofia jako ścisła nauka*, tłum. W. Galewicz, Aletheia, Warszawa
- Husserl E., 2000, *Badania logiczne*, ks. II/I, tłum. J. Sidorek, PWN, Warszawa
- Jafari J., 1987, *On domestic tourism*, „Journal of Travel Research”, Vol. 25, No. 3, s. 36-38
- Jakubowski K., 2020, *Warownia na tyńieckiej skale*, „Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)”, nr 7-8, s. 25
- Jakubowski K., 2020, *Wypalony pałac i pomnik Zyblikiewicza*, „Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)”, nr 7-8, s. 64
- Jędrusiak T., 2008, *Turystyka kulturowa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa
- Kłodziński P., 2020, *CK Kraków*, notowała M. Huzarska-Szumiec, „Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)”, nr 7-8, s. 20
- Król Z., 2013, *Powrót do świata. Dzieje uwagi w filozofii i literaturze XX wieku*, Stowarzyszenie Pro Cultura Litteraria i Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa
- Kruczek Z., 2018, *Turyści vs mieszkańcy. Wpływ nadmiernej frekwencji turystów na proces gentryfikacji miast historycznych na przykładzie Krakowa*, „Turystyka Kulturowa”, nr 3, s. 29-41
- Lipska E., 2020, *Miejsce, które mnie straszy*, „Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)”, nr 7-8, s. 29
- Małodobry A., 2020, *Przegorzały*, notowała M. Huzarska-Szumiec, „Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)”, nr 7-8, s. 20-21
- Mikos von Rohrscheidt A., 2016, *Turystyka kulturowa: fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydawnictwo KulTour.pl, Poznań
- Mikos von Rohrscheidt A., 2018, *Historia w turystyce kulturowej*, Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa
- Ogonowska A., 2005, *My, turyści: turysta jako kategoria kulturowa*, „Kultura Popularna”, nr 1, s. 69-79
- Paetzold H., 1998, *Polityka przechadzki*, tłum. E. Mikina, [w:] J. S. Wojciechowski, A. Zeidler-Janiszewska (red.), *Formy estetyzacji przestrzeni publicznej*, Instytut Kultury, Warszawa, s. 117-129
- Pawłowska A., Matoga Ł., 2016, *Staycation as a way of spending free time by city dwellers: Examples of tourism products created by Local Action Groups in Lesser Poland Voivodeship in response to a new trend in tourism*, „World Scientific News”, Vol. 51, s. 4-12
- Podemski K., 2005, *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań
- Potkaj T., 2020, *Śladami „Przekroju”*, notowała M. Huzarska-Szumiec, „Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)”, nr 7-8, s. 23-24
- Sigala M., 2020, 2020, *Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research*, „Journal of Business Research”, No. 117, s. 312–321, DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.06

- Świerczewska B., 2014, *W poszukiwaniu tożsamości, czyli pieszo po miejskim bruku. Flâneur i idea flânerie na przestrzeni dziejów – zarys problematyki*, Oficyna Wydawnicza Politechnika Opolska, Opole
- Walas B. (red.), 2020, *Polityka turystyki zrównoważonej Krakowa na lata 2021-2028*, Wydział ds. Turystyki UMK, Kraków
- Walas B., Kruczek Z., 2020, *The impact of COVID-19 on tourism in Cracow in the eyes of tourism entrepreneurs*, „Studia Periegetica”, t. 30, nr 2, s. 79-95
- Zagajewski A., 2020, *Mapa starych drzew*, notowała M. Huzarska-Szumiec, „Kraków (Miesięcznik Społeczno-Kulturalny)”, nr 7-8, s. 9
- Zmyślony P., Kowalczyk-Anioł J., 2019, *Urban tourism hypertrophy: Who should deal with it? The case of Krakow (Poland)*, „International Journal of Tourism Cities”, Vol. 5, No. 2, s. 247-269

Źródła internetowe

- Borkowski K., red., 2019-2020, *Ruch turystyczny w Krakowie w 2019 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków, [online:] <https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/n/277012/karta> [23.01.2022]
- Borkowski K., red., 2020-2021, *Ruch turystyczny w Krakowie w 2020 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków, [online:] <https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/n/314366/karta> [23.01.2022]
- Co w Krakowie, 2021, *Szlak kajakowy w Krakowie*, 17.05, [online:] cowkrakowie.pl/2021/05/szlak-kajakowy-w-krakowie/ [1.01.2022]
- Dzionek M., 2004, *W stronę antropologii przestrzeni. Flâneur – szkic do portretu*, „Anthropos”, nr 2-3, [online:] <https://www.anthropos.us.edu.pl/anthropos2/teksty.htm> [9.01.2022]
- Facebook 2022, *Bądź turystą w swoim mieście – pocuj Kraków*, [online:] <https://badzturysta.pl/> [10.02.2022]
- Karnet 2022, *Twój Kraków – spaceruj i fotografuj z nami!*, [w:] Kraków Culture – Karnet, [online:] <http://karnet.krakowculture.pl/42243-krakow-twoj-krakow-spaceruj-i-fotografuj-z-nami/>, [10.03.2022]
- Pasternak-Zabielska M., 2021, *Raport z badania. Instytucje kultury w okresie Covid-19. Muzealne strategie docierania do widzów*, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Warszawa, [online:] https://nimos.pl/files/articles/252/Raport_z_badania_Insytuje_kultury_w_okresie_covid.pdf [11.12.2021]
- Polonis D., 2021, *City Talks w Lublinie. Nowa aplikacja dla mieszkańców i turystów*, 6.06, [w:] lubelski.pl, [online:] <https://lubelski.pl/city-talks-w-lublinie-nowa-aplikacja-dla-mieszkancow-i-turystow/> [11.12.2021]
- UNWTO 2020, *Covid-19 Related Travel Restrictions. A Global Review for Tourism*, First Report as of 16 April 2020, [online:] https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions_0.pdf [20.07.2022]

Tourists in their own city: *flânerie* during the COVID-19 pandemic (based on the example of Cracow)

Abstract

The article presents the phenomenon of „tourism in your own city” during the COVID-19 pandemic in Cracow. Pandemic “pause” in inbound tourism has forced a change in tourism practices promoted by the city authorities and tourism entrepreneurs. The city offered its inhabitants many interesting actions and events focused on visiting and getting to know their own surroundings, often on foot. In the article, these practices are subjected to cultural and philosophical analysis in reference to the topos of *flânerie*, free and unhurried walking and getting to know one’s own city.

Keywords: *flânerie*, COVID-19, pandemic, cultural tourism, urban tourism, a tourist in his own city