

SLOW TURYSTYKA W DUŻYCH MIASTACH – KREOWANIE NIEŚPIESZNYCH DZIELNIC

*Anna Wilkońska**

Abstrakt

Cel. Refleksja dotycząca możliwości rozwoju dużych miast pod kątem slow turystyki, zwłaszcza w kontekście wydzielonej przestrzeni dzielnic. Odwołano się tutaj do przypadku Krakowa.

Metoda. W analizie literatury przedmiotu odwołano się do zagadnień związanych z ideą slow (*slow movement*), w tym zwłaszcza w odniesieniu do miast (*slow city*) i turystyki (*slow tourism*). Analiza przypadku Krakowa, w kontekście zaplanowanego w mieście zadania dotyczącego utworzenia dzielnicy slow, pozwoliła na praktyczne odniesienie się do omawianego zagadnienia.

Wyniki. Przeprowadzone analizy ukazały złożoność zjawiska, jakim jest idea slow, ale także jej atrakcyjność zarówno dla dużych miast, jak i dla samego turysty (np. ze względu na ochronę środowiska). Jednakże upowszechnienie idei slow niesie za sobą również ryzyka, w tym zwłaszcza związane z jej umasowieniem i w efekcie komercjalizacją.

Ograniczenia badań i wnioskowania. Analiza literatury przedmiotu dotyczyła jedynie fragmentu zagadnienia, a analiza przypadku odnosiła się tylko do jednego ośrodka miejskiego.

Implikacje praktyczne. Odwołano się do obowiązującego, konkretnego zadania ze Strategii Rozwoju Turystyki w Krakowie.

Oryginalność pracy. Odniesiono się do dużego ośrodka miejskiego, co w kontekście idei *slow* jest bardzo rzadko tematem prac naukowych. Połączono to z konkretnym przypadkiem dzielnicy slow, zaplanowanej w turystycznym dokumencie strategicznym Krakowa.

Rodzaj pracy. Artykuł o charakterze przeglądowym wraz ze studium przypadku.

Słowa kluczowe: slow city, slow turystyka, Kraków, slow dzielnica.

* Dr; Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Turystyki i Rekreacji, Zakład Obsługi Ruchu Turystycznego; e-mail: anna.wilkonska@awf.krakow.pl.

Wprowadzenie

Współczesny człowiek żyje w przyspieszonym tempie, można powiedzieć – w pędzie, wskutek czego jest coraz bardziej wyczerpany i przepracowany, a mimo to pragnie łatwego i wygodnego życia [Wiśniewska 2012, s. 161]. Pracuje od rana do wieczora, je szybko i byle co, korzystając z gotowych, przetworzonych produktów. Jego umysł wypełnia spam informacyjny.

„By przestać zajmować się mózgowym spamem, potrzebujemy treningu wyostrożonej koncentracji i obecności w tym, co jest tu i teraz. A uwolniony od spamu umysł zaczyna samoistnie ujawniać swój prawdziwy potencjał – aż doświadczymy umysłu jako lustra i zarazem rzeczywistości, którą odbija. Wtedy pojmujemy, że sens i znaczenie naszemu życiu możemy nadać jedynie poprzez uważne, świadome zaangażowanie we wszystko, co się nam przydarza. Ale najpierw trzeba zresetować umysł” [Eichelberger 2014, s. 31].

Nie tylko w Japonii znany jest syndrom *karoshi*, czyli problem nagłego zgonu człowieka, spowodowanego przepracowaniem, wyczerpaniem zawodowym, szybkim tempem życia i stresem [Wiśniewska 2012, s. 161]. Im szybciej żyjemy i więcej czasu spędzamy w cyberprzestrzeni, tym większa potrzeba autentyczności, własnego miejsca i poczucia „bycia” [Knox 2005, s. 5]. Zmiany zachodzące w życiu, w ludzkim wnętrzu, dotyczą także otoczenia, w którym człowiek mieszka czy też czasowo przebywa. Ciągłe gdzieś podróżuje, coś poznaje, przemieszcza się po kolejnym lotnisku, śpi w następnym, podobnym do poprzedniego hotelu, jedzie samochodem za oknem mijając krajobrazy, nawet nie wiedząc, gdzie w ogóle się znajduje. W opozycji do tego „mijania”, proponuje się powrót do istoty poznania, zatrzymania i delektowania miejscem i chwilą.

Coraz częściej zwraca się uwagę na społeczne „doświadczenie” jako nowy styl życia i samorealizacji człowieka. Cywilizacji „fast” przeciwstawia się cywilizację „slow”. To ostatnie tłumaczy się z języka angielskiego nie tyle jako „powolną”, ile „nieśpieszną”, czyli taką, która pozwala dotknąć, poczuć, posmakować, a nie prześlizgiwać się po powierzchni pytań i odpowiedzi. Takie życie współcześnie wydaje się trudniejsze niż w przeszłości [Maksimowska 2010, s. 69]. Jest to pewnego rodzaju budowanie poczucia stałości, zbalansowania życia, poprzez m.in. poświęcenie czasu dla rodziny, przyjaciół, na własne hobby czy refleksję nad życiem, w opozycji do ustawicznych zmian, które dotyczą tego co dotychczas uchodziło za trwałe [Marianiński 2010, s. 20; Heinonen, Halonen, Daldoss 2006, s. 97]. Zatem w idei *slow* chodzi o świadome, zrównoważone, „dobre”, nieśpieszne: życie (*slow life*), rozwój miast (*slow city*), spożywanie posiłków (*slow food*) czy m.in. podróżowanie (*slow tourism*). Filozofia ta promieniuje również na inne sfery życia (np. *slow sex*, *slow reading*, *slow education*, *slow housing* itd.) [Niedź-

wiecka 2015, s. 40; Heinonen, Halonen, Daldoss 2006]. Kluczowe dla idei slow są pojęcia czasu i przestrzeni [Heinonen, Halonen, Daldoss 2006, s. 98].

W tym kontekście interesujące wydaje się spojrzenie na duże ośrodki miejskie. Czy same – będąc arenami kumulacji konsumpcji, pośpiechu, hałasu oraz m.in. anonimowości albo wręcz wyobcowania człowieka [Heinonen, Halonen, Daldoss 2006, s. 94] – mogą kreować miejsca tworzące tkankę społeczną [Augé 2010, s. 20], do tego „nieśpieszne” i przyciągać do nich turystów? Czy jest to w ogóle możliwe? „Miasto jest wyrazem jakiejś kultury, a raczej kultur działających w czasie. Tworzą je budynki, ale, na równi z nimi, stosunki międzyludzkie, mechanizmy i struktury społeczne” [Rembowska 2000, s. 49]. Obecnie ponad połowa ludności świata mieszka właśnie w miastach. Podaje się, że do 2050 roku ten odsetek jeszcze się zwiększy i osiągnie ogółem poziom 1/3 całej populacji ludzkiej [Meyer-Lindenberg 2012, s. 66]. Współczesne duże miasta to skomplikowane zjawiska, na które składają się złożone układy przestrzenne, społeczne, ekonomiczne i ekologiczne [Pęski 1999, s. 12]. „Miasta nigdy nie są spokojne; nie ustają w wysiłkach, aby dokładnie określać swój sens. Musimy respektować ich rytmy i rozpoznawać, że życie formy miasta musi znajdować się gdzieś pomiędzy totalną kontrolą a totalną wolnością działania” [Kostof 1992, za: Kantarek 2008, s. 21]. Ciągłe zmiany, oczekiwania, różne wzajemnie się przeplatające poziomy komunikacji społecznej (albo np. „nawarstwienia” z różnych okresów dziejów) są wyzwaniem z punktu widzenia zarządzania miastem¹ czy po prostu życia w nim. Zwraca się uwagę, że „do największych wad życia w mieście należą: hałas, brak przestrzeni i szybkie tempo życia. Nie należy zapominać także o społecznej fragmentacji – utracie bezpośredniego kontaktu z rodziną. Życie w dużym mieście obciąża mocno zdrowie psychiczne” [Meyer-Lindenberg 2012, s. 66]. Do tego, szczególnie właśnie w miastach, manifestuje się m.in. proces globalizacji², który silnie wpływa na ich strukturę przestrzenno-funkcjonalną. Jako przeciwwagę uniwersalizacji wskazuje się lokalność, rozumianą jako indywidualizacja na poziomie lokalnym, a ideę slow traktuje się właśnie jako narzędzie do przeciwdziałania utracie lokalnego charakteru miejsca [Mayer, Knox 2006a, s. 322; Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Kwiatkowski 2011, s. 190]. W tym kontekście wydaje się ważna rola dzielnic³, które kreują własną przestrzeń, a ludzie w nich żyją sobie właściwym rytmem.

¹ Zarządzanie miastem rozumiane jest „jako działalność zmierzająca do zapewnienia sprawnego funkcjonowania i zrównoważonego rozwoju historycznie ukształtowanego osiedla” [Pęski 1999, s. 17].

² Jest to jednakże znacznie bardziej złożony problem. Współczesne miasta to hybrydy oparte na różnych poziomach powiązań, sieci i skomplikowanych węzłów, zmuszone do podporządkowania się globalnemu kapitalizmowi [Brenner 2009, s. 304; por. też: Lorens 2008, s. 23].

³ Dzielnica jest częścią miasta, jego wyodrębnioną przestrzenią, wyróżniającą się od strony funkcjonalnej, charakterem zabudowy lub pod względem społecznym [Pawlikowska-Piechotka 2013, s. 314].

Jak już wspomniano, miasta to miejsca intensywnej konsumpcji, która pozostaje w opozycji do głównego założenia rozwoju opartego na równowadze, czyli na zachowaniu dziedzictwa dla przyszłych pokoleń, w tym, mimo iż mówimy o miastach, również przyrodniczego [Pęski 1999, s. 20]. Tak więc nieustająco trwa tu konflikt dwóch stron: jedna nakazuje chronić środowisko przyrodnicze, a druga – rozwijać ośrodek również pod względem gospodarczym.

Miasta to przestrzenie, gdzie ludzie nieustannie spotykają się nie tylko z sobą nawzajem, ale i z samym miejscem. Oba te rodzaje spotkań wpływają na kształtowanie multisensorycznej wiedzy człowieka [Pink 2008, s. 96-97], który „nadając sens światu, ustosunkowuje się do niego” [Wieczorkiewicz 2005, s. 139]. Do tego dochodzi możliwość spotkania z sacrum i z sobą samym. Miejsca na takie spotkania muszą być w mieście najważniejsze. Pojawia się nowa miara – miara spotkania osób, która jest „właściwą miarą dla miasta” [Kantarek 2008, s. 166]. Spotkania takie związane są także z różnorodnymi inicjatywami lokalnymi, „które świadczą o tym, iż potrzeba kreowania świata nie znikła na skutek wycofania się w sferę życia prywatnego, nie została zastąpiona autokreacją wedle konsumpcyjnych wzorów” [Jawłowska 2005, s. 62]. Szczególnym rodzajem spotkań są te zachodzące pomiędzy przestrzenią, mieszkańcami i turystą, przybywającym czasowo do danego miejsca. Stąd nie powinno dziwić to, że idea słow silnie zakorzeniła się w turystyce i promieniuje również na metropolie [Maksimowska 2010, s. 70]. Trzeba pamiętać, że człowiek podróżuje ciałem, umysłem i duszą [Wilkońska 2012, s. 82]. Z. Bauman określa współczesnego turystę jako „kolekcjonera wrażeń”, który traktuje podróż jako „coś normalnego” i wszędzie czuje się jak u siebie w domu [za: Kozak 2009, s. 8]. Wyjazd poza swoje codzienne środowisko i obowiązki niejednokrotnie zmienia człowieka. Ma on możliwość zwrócenia się ku sobie samemu, „pochylenia się” nad sobą samym, ale nie musi tego robić – pytanie czy będzie na to gotowy.

Postępujący pęd życia, wielość wrażeń, spośród których można wybierać, powierzchowne relacje z innymi i samym sobą, przynoszą również pewne „spłaszczenie” lub wręcz zanik rytuałów. L. Kolmer [2009, s. 12] odnotowuje, że „Jemy palcami, mówimy z pełnymi ustami, sięgamy po wszystko, na co mamy ochotę, siedzimy przy stoliku nie dłużej niż dwadzieścia minut (...), a potem znikamy, pozostawiając po sobie górę śmieci”. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę na tzw. makdonaldyzację społeczeństwa, a w szerszym kontekście – wręcz na makdonaldyzację duchowości [Gottwald 2009, s. 7; Sobolewska 2009, s. 20; Lorens 2008, s. 24]. „Na kursach prosperity oraz świadomego snienia można się nauczyć, jak zdobywać pieniądze. Wszystkie propozycje nauczycieli duchowych zawierają cenę usługi. Dawniej przy stoliczku wywoływało się duchy towarzysko i za darmo. Dzisiaj wszystkim zajmują się specjaliści” [Sobolewska 2009, s. 21]. Można nawet w weekend nauczyć się szamanizmu czy np. budowania pozytywnych relacji ze zmarłymi [Wilkońska 2012, s. 87].

W niniejszym artykule zostanie zwrócona uwaga na te aspekty idei *slow* (*slow movement*), które odnoszą się lub mogą się odnosić do przestrzeni turystycznej miast, a także (w węższym rozumieniu) jej fragmentu – dzielnicy oraz człowieka – turysty jako aktora i kreatora tej przestrzeni. Celem niniejszego artykułu jest refleksja nad możliwościami rozwoju dużych ośrodków miejskich, zwłaszcza w kontekście wydzielonej przestrzeni dzielnic, pod kątem *slow* turystyki. Odwołano się tutaj do przypadku Krakowa. Na wstępie zadano więc kilka pytań badawczych:

- Czy idea *slow* (nieśpieszności) wpisuje się we współczesne podejście do rozwoju i zarządzania miastem oraz może stanowić o atrakcyjności także dużych ośrodków miejskich?
- Jakie narzędzia można wykorzystać do tego, aby przeciwstawić masowej, anonimowej, przypadkowej turystyce w miastach – turystykę odczuwaną, doświadczaną, przynależną do miejsca i opartą na lokalnej tożsamości?
- Czy taki „nieśpieszny” obszar ma szansę powstać w Krakowie i na stałe zagościć w świadomości turystów?

Przeprowadzając analizę zjawiska zapoznano się z literaturą naukową odnoszącą się do idei *slow*, w tym w kontekście turystyki i miast, w każdym przypadku odwołując się do niej przy okazji omawiania poszczególnych zagadnień. Należy zwrócić uwagę na niewielką liczbę publikacji naukowych na ten temat, które pojawiły się w Polsce.

Idea *slow* a współczesne miasta

Jak już wspomniano podstawą idei *slow* jest „nieśpieszność”, wyhamowanie, wyciszenie, które odnosi się do różnych sfer życia człowieka, a w zasadzie do całego człowieka i wszystkiego, co on robi [Maksimowska 2010, s. 72]. Według M. Tanti podstawę paradygmatu idei *slow* tworzą:

- czas (dostrojenie wewnętrzne człowieka, własny rytm),
- przestrzeń (dostrzeganie otaczającego środowiska, kreatywność),
- połączenia (holistyczne ujmowanie człowieka i jego związków ze środowiskiem i otoczeniem),
- zrównoważony rozwój (ocalenie spuścizny kulturowej, zrozumienie siebie i kultury),
- wybory moralne (zasób wartości, konsekwencja w swoich wyborach i działaniu),
- przyjemność (delektowanie się życiem, jedzeniem, przestrzenią),
- kultura i tradycja (ochrona tradycji i dziedzictwa kulturowego, ale i celebrowanie tego co najlepsze w nowoczesnym świecie) [Tanti 2011].

Idea *slow* swoje początki miała w *slow food*, a potem szybko przeniosła się na miasta (*slow city*). Wszystko zaczęło się od sprzeciwu wobec *fast food*

i obiektów gastronomicznych serwujących „śmieciowe” jedzenie tego typu [Niedźwiecka 2015, s. 40]. Za ojca idei uważany jest Włoch Carlo Petrini, a czas jej narodzin przypada na połowę lat 80. XX. [Wiśniewska 2012, s. 162]. „Odżywianie się i przygotowywanie posiłków (kiedyś wyznaczające także porządek dnia) przestały być głównym elementem trybu życia. Nie wymagają już większych nakładów pracy i w wyniku dumpingu stosowanego przez wytwórców oraz dystrybutorów nie są też dużym obciążeniem dla domowego budżetu” [Gottwald 2009, s. 8]. Pożywienie coraz częściej traktuje się jedynie w kontekście zaspokojenia głodu – byle czym, byle jak, byle szybko (*food as fuel*), a przecież wspólne spożywanie posiłków buduje więzi społeczne [Kolmer 2009, s. 11]. Poczucie głodu przynależności i odwołanie do sfery *sacrum*, z drugiej strony, spowodowało, że jedzenie niejednokrotnie jest traktowane jako namiastka życia duchowego. Takie kwestie, jak wegetarianizm, weganizm, kuchnia makrobiotyczna, pięciu przemian itp., stosowanie różnych diet, głodówek, są dziś traktowane jako element wzrostu duchowego i kształtowania własnej osobowości [Sobolewska 2009, s. 56-57; Wilkońska 2012, s. 81]. *Slow food* to odpowiedź na potrzeby wyższego rzędu, podkreślenie lokalnej odrębności i jednocześnie przeciwieństwo intensywnego konsumpcjonizmu. Jest to zrównoważona, świadoma konsumpcja żywności oparta na racjonalnych decyzjach [Mayer, Knox 2006a, s. 324]. Uwzględniająca przy okazji zakupu produktu nie tylko własne potrzeby nabywcy, „ale także ekonomiczne potrzeby producenta, oczekującego godnej zapłaty za swój produkt oraz potrzeby środowiska naturalnego” [Wiśniewska 2012, s. 162]. Idea ta odwołuje się również do zachowań hedonistycznych konsumenta – chodzi o to, aby człowiek czerpał z jedzenia zmysłową przyjemność (kultura przyjemności posilania się – *food as pleasure culture*), a do tego potrzebne są produkty wysokiej jakości [Wiśniewska 2012, s. 166; Pink 2008, s. 97].

Idea *slow* od samego początku jej popularyzacji związana była z mniejszymi miastami. „Ruch *Slow Cities* zainicjowały stare, małe i średnie miasta europejskie, które miały dość wielkiego ruchu aut, hałasu, natarczywych reklam zakrywających piękne budynki” [Maksimowska 2010, s. 71]. Powołano stowarzyszenie *Cittaslow*, do którego mogą przystąpić miasta do 50 tys. mieszkańców [Statut *Cittaslow*]. Jest to obecnie „międzynarodowa sieć miast, które skupiają się nad poprawą jakości życia swoich mieszkańców i stwarzają warunki serdecznej i gościnnej atmosfery dla osób, które odwiedzają te miasta” [Wiśniewska 2012, s. 171]. Kierują się one zasadą: „Życ powoli. Inna strona nowoczesności” [Wiśniewska 2012, s. 170]. Przejawia się to np. w dążeniu do zmniejszania ruchu samochodowego na rzecz ciągów spacerowo-rekreacyjnych czy m.in. ograniczaniu budowy wielkopowierzchniowych centrów handlowych lub restauracji typu *fast* na rzecz lokalnych sklepów, lokali gastronomicznych itp. Prowadzi się także działania wspierające sprzedaż lokalnych, zdrowych produktów żywnościowych [Maksimowska 2010, s. 71].

Jednym z głównych założeń Cittaslow jest rozpowszechnianie kultury dobrego życia, aktywizacja i partycypacja mieszkańców w zrównoważonym rozwoju miasta i budowaniu społeczeństwa obywatelskiego, z uwzględnieniem dbałości o środowisko naturalne [Mayer, Knox 2006a; Wiśniewska 2012; Pink, Lewis 2014]. Miasta zrzeszone w ruchu muszą spełniać wymagania i podejmować działania związane z ochroną środowiska, jak również dbać o zachowanie dziedzictwa kulturowego, czy m.in. zwracać uwagę na jakość życia w mieście [Wiśniewska 2012, s. 170-171]. Wiąże się to z koncepcją „zdrowego miasta” [Borys 2000, s. 26], które powinno być miejscem, gdzie „smakuje się” życia, pracuje zgodnie z własnym rytmem, żyje zgodnie z naturą, otaczającym środowiskiem. Wszystko to musi być mocno osadzone w codzienności życia mieszkańców, w każdym jego wymiarze – zarówno w domu, w pracy, na ulicy jak i w przestrzeni publicznej [Pink, Lewis 2014, s. 697; Knox 2005, s. 8].

Wyróżnia się następujące podstawowe kryteria dla miast zrzeszonych w ramach Cittaslow:

- ochrona środowiska (jakość powietrza, wody, recykling, alternatywne źródła energii itd.),
- urbanistyczne wzornictwo (design) i formy (publiczne tereny zielone, alternatywne formy przemieszczania się itd.),
- urbanistyczna jakość (stan zabytków, zazielenienie przestrzeni publicznej itd.),
- lokalne produkty (zachowanie lokalnej kultury, rozwój i lokalny rynek produktów itd.),
- gościnność (szlaki turystyczne, promocja idei slow city itd.),
- świadomość (edukacja, kampanie informacyjne na temat idei slow),
- świadomość społeczna [Mayer, Knox 2006b].

Idea slow w kontekście rozwoju i kształtowania przestrzeni miast budzi zainteresowanie środowisk urbanistyczno-architektonicznych. Podejmuje się zwłaszcza polemikę na temat wpływu „tego zjawiska na ochronę wartości lokalnych, na poczucie tożsamości, między innymi przez zachowanie skali i relacji przestrzennych” [Wiśniewska 2012, s. 171]. Obecnie w planowaniu przestrzennym i rozwoju miast dużą popularnością cieszy się idea *smart city* (inteligentne miasta przyszłości). Chodzi tutaj o miasta, gdzie inwestuje się w kapitał ludzki i społeczny, nowoczesną infrastrukturę i buduje wysoką jakość życia w połączeniu z mądrym zarządzaniem środowiskiem naturalnym [Bendyk, Bonikowska, Rabiej, Romański 2013, s. 5]. Inicjatywa ta wpisuje się to w ideę slow. Należy jednak zastanowić się czy *smart city* to nie kolejna moda, mająca zresztą już swoje odzwierciedlenie w dokumentach strategicznych miast⁴, z chwytliwymi hasłami (*smart governance, smart people, smart living, smart mobility, smart environment, smart economy*).

⁴ Jako przykłady można podać strategię rozwoju np. Gdańska, w której znalazły się odwołania do idei *smart city* czy przygotowaną, ale jeszcze nie uchwaloną (stan na marzec 2016 r.), strategię rozwoju Krakowa, która w całości (wraz z częścią programową) oparta jest na tej idei.

Jednym ze wspólnych mianowników idei słow oraz miast może być przemysł kreatywny⁵ i właściwe mu podejście do rozwoju i kreowania przyszłości miasta. Jest on związany głównie z dużymi ośrodkami miejskimi i aglomeracjami. Przemysły kreatywne są uznawane za nowoczesną część tkanki miejskiej i stanowią podstawę klasyfikowania miasta jako ośrodka innowacyjnego [Kniaziuk 2012, s. 94, 101]. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że mają one bardzo duże znaczenie dla lokalnej gospodarki [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 84]. Katalizatorem kreatywności jest kultura, a własna kreatywność jest źródłem innowacji zarówno społecznej, jak i technologicznej [Kniaziuk 2012, s. 89]. Współcześnie w przeważającej liczbie strategii zwraca się uwagę na konieczność zwiększania udziału członków społeczności lokalnej w rozwoju przedsiębiorstwa, miasta, regionu czy kraju, czy na tworzenie warunków do kreatywności i innowacyjności [Kniaziuk 2012, s. 97]. Z punktu widzenia miasta, które chce osiągnąć przewagę konkurencyjną nad innymi ośrodkami, należy zauważyć, że nie może ono pozwolić sobie „na odpływanie kapitału kreatywnego”, a wręcz przeciwnie – robić wszystko, aby go przyciągnąć i później utrzymać [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 83]. Tak dzieje się w miastach Europy Zachodniej – w Londynie, Berlinie i innych. Wydaje się, że w przypadku miast polskich przemysł kreatywny to na razie jedynie modne hasło, które w nieznacznym stopniu ma swoje odzwierciedlenie w kompleksowych, zaplanowanych i konsekwentnie realizowanych programach/działaniach⁶.

Patrząc na zagadnienie przemysłów kreatywnych i kreatywności samej w sobie, w połączeniu z ideą słow, należy zwrócić uwagę, że wyciszając się wewnętrznie, uwalniając od stresu, człowiek ma szansę otworzyć się na nowe pomysły, co może inspirować do przemyśleń, działania czy pobudzać zmysły do odbioru wrażeń, innych kultur, doznań. Kreatywność jest polem wyrażania wiedzy intuicyjnej⁷, rozumianej jako „efektywna, holistyczna i wielowymiarowa koncepcja postrzegania świata (...). Wiedza intuicyjna łączy się z motywacją i zaangażowaniem, jak ciekawość, pasja, zawładnięcie,

⁵ „Do przemysłów kreatywnych w definicji przedstawionej przez władze Wielkiej Brytanii zaliczono reklamę, architekturę, antyki i sztukę, rzemiosło, wzornictwo, projektowanie mody, film i wideo. gry komputerowe, muzykę, sztuki performatywne, rynek wydawniczy, oprogramowanie, usługi komputerowe, telewizję i radio” [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 85]. Niekiedy zalicza się tu także sport i rekreację (spędzanie czasu wolnego) [Por. Namysłak 2014, s. 448].

⁶ W Krakowie podejmowane są różne inicjatywy w tym zakresie (np. zaplanowane na 2018 r. otwarcie Forum Literatury w Składzie Solnym przy ul. Limanowskiego), choć na razie bez odnośników do dokumentu planistycznego. Strategia Rozwoju Kultury, obowiązująca do 2014 roku, nie odwoływała się bezpośrednio do tego zagadnienia, a dopiero na 2016 rok zaplanowano rozpoczęcie prac nad budową nowego dokumentu strategicznego.

⁷ „Intuicja wywodzi się z łacińskiego słowa *intuitio* i w przetłumaczeniu oznacza: patrzeć, oglądać, widzieć, poznawanie, podszept, przeczuć, przewidywanie, twórczą wyobraźnię” [Barcik 2008, s. 267].

pewien stan” [Barcik 2008, s. 269-270]. Pozwala na uwrażliwienie się na pojawiające intuicyjne impulsy i w efekcie – tworzenie i poszukiwanie nowych możliwości, idei, pomysłów, kreacji.

Poza wymienionymi powyżej czynnikami, działalności kreatywne są narzędziem rewitalizacji obszarów zdegradowanych, a zmiana charakteru dzielnic miejskich na takie, które oparte są na przemyśle kreatywnym, staje się coraz częściej celem polityki urbanistycznej [Namyślak 2014, s. 452]. Widać tutaj duże możliwości przemysłanego, interesującego również w kontekście idei *slow*, rozwoju urbanistycznego i społecznego dzielnic, w tym zwłaszcza tych o charakterze historycznym, które mogą zainteresować turystów.

Slow turystyka w przestrzeni miasta i jego dzielnic

Idea *slow* w sposób automatyczny rozszerzyła się i przeniosła swój ciężar na turystykę. Miasto w oczach turysty „jest ciągiem obrazów i wrażeń” [Bielecki, Banaszewski 2011, s. 63]. Jednakże masowemu, biegającemu z aparatem fotograficznym od zabytku do zabytku i zaliczającemu poszczególne atrakcje anonimowemu, przypadkowemu turyście *fast* – przeciwstawia się turystę *slow* [Wiśniewska 2012, s. 172]. Chodzi tutaj o turystę zainteresowanego alternatywną, niszową ofertą, w przeciwieństwie do turysty masowego korzystającego ze spakietowanych, wystandaryzowanych produktów. *Slow* turysta to osoba, która zwiedza świadomie, „nieśpiesznie”, nastawia się na indywidualne⁸ spotkania z ludźmi, miejscem i w określonym – tylko temu poświęconym – czasie. Nasuwa się tutaj pytanie: Czy w przypadku dużych miast jest to możliwe do zrealizowania np. w kontekście kontaktów z mieszkańcami, którzy traktują turystów jak obcych (nie jak gości) i świadomie nie pozwalają na przekraczanie pewnych granic intymności? [Podemski 2004, s. 43]. To, co pokazuje się turyście, to świat sztuczny, specjalnie dla niego stworzony, pięknie podany i daleki od rzeczywistości codziennego życia mieszkańca, zaś to, co wewnątrz społeczności – jest dla niego zakryte. G. Ritzer uważa, że makdonaldyzacja prędzej czy później osiągnie także niszowe formy turystyki [za: Podemski 2004, s. 95]. Czy idea *slow* rzeczywiście pozwoli na kontakt turysty z autentycznością? Czy w ogóle możliwe jest autentyczne doświadczenie w turystyce? Według MacCannella – nie [za: Horolets 2012, s. 117]. Antropolodzy zwracają uwagę, iż wkroczenie przez turystę nawet na jeden dzień do codzienności mieszkańca, pozwala na głębsze poznanie. Dla turysty jego świat codzienny jest sferą konieczności – świat codzienny osób spotkanych podczas podróży „jest światem wolności – wolności turysty” [Horolets 2012, s. 123]

⁸ W literaturze przedmiotu podkreśla się, że proces indywidualizacji jest cechą charakterystyczną późnej nowoczesności [Horolets 2012, s. 115]

Wakacje mogą być okresem zwolnienia tempa, odprężenia. Zwracając „jednostkę ku sobie samej, uwalniają od trosk i trudów, a także od obowiązków zawodowych, pograżają ją w odpoczynku oraz izolacji (...)” [Caillois 2009, s. 214]. Winien to być świadomy czas wędrowania rozumianego dosłownie, jak również stanowić analogię do całego życia człowieka jako własnej wędrówki i drogi, którą kroczy. Przestrzenią podróży jest także sam człowiek, jego wnętrze. Jeśli nie jest on otwarty na to, co przyniesie mu droga, to nie wróci z niej odmieniony, bogatszy [Pecarice 2013, s. 24]. Zarówno w ciągu całego życia, jak i w czasie wakacji czasem człowiek będzie błdził, czasem wybierał drogę przez pustynię albo odwrotnie: ruchliwą autostradę. Raz będzie szedł w towarzystwie innych ludzi, a raz sam i będzie to czas umożliwiający spojrzenie w głąb siebie, nabrania dystansu czy próby zrozumienia siebie, innych ludzi, a może nawet spotkania z *sacrum*. Niekiedy będzie miał do dźwigania lżejszy plecak, a niekiedy ciężką walizkę. Każdy krok będzie przynosił wiedzę, doświadczenie, nowe umiejętności [Przeclawski 1994, s. 71]. „Człowiek potrzebuje wyjść na zewnątrz, żeby wrócić odmieniony wewnątrz. Tylko w drodze pozna siebie” [Pecarice 2013, s. 25]. W idei słow chodzi przede wszystkim właśnie o świadomy odbiór tej drogi i tego, co człowieka w jej trakcie spotyka.

Patrzac na słow turystykę, jako zjawisko, którego podmiotami jest ogół ludzi o charakterystycznych zachowaniach i postawach, opierających się na zasadach „chwytania” czasu i przywiązania do konkretnych miejsc [Yurtseven, Kaya 2011, s. 91], należy wyróżnić następujące czynniki, przyczyniające się do rozwoju tej formy turystyki:

- nastawienie na zaspokojenie potrzeb turystów,
- autentyczność, wiarygodność, lokalność,
- dostępność miejsc, produktów,
- zróżnicowanie produktów turystycznych, eksponujących ich lokalny wymiar,
- kreatywność, innowacyjność,
- ukierunkowanie na lokalne dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze,
- wysoki standard usług i jakość oferty,
- bezpieczeństwo,
- stosowanie się do zasad zrównoważonego rozwoju,
- efektywna komunikacja marketingowa z docelowymi segmentami rynku.

Biorąc pod uwagę miasta, jako bardzo częste destynacje turystyczne, należy zauważyć że walczą one o zatrzymanie i przyciągnięcie turystów, m.in. poprzez kształtowanie wysokiej jakości przestrzeni i obsługi ruchu turystycznego [Mempel-Śnieżyk 2012, s. 87]. Są rzeczywistością społeczno-kulturową, z własnym miejskim rytmem, specyficznymi, właściwymi tylko sobie kodami, które przefiltrowywane są przez ciało i umysł turysty, wprowadzają go w jemu właściwy, własny rytm poznawczy [Rewers 2005, s. 61;

Rembowska 2000, s. 49]. W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że przestrzeń miasta jest bardzo zróżnicowana. Tworzą ją „miejsca tożsamościowe” i nie-miejsca, czyli przestrzenie tranzytowe, niczyje [Augé 2010, XI, s. 64]. Rolą tych ostatnich jest umożliwienie ruchu i przepływów i choć spędzamy w nich relatywnie dużo czasu, nie wiążą się one z poczuciem jakiegokolwiek więzi z ludźmi, których tam mamy okazję spotkać [Kantarek 2008, s. 162; Lorens 2006, s. 19]. „W konkretnej rzeczywistości dzisiejszego świata miejsca i przestrzenie, miejsca i nie-miejsca mieszają się ze sobą i wzajemnie się przenikają. Możliwość nie-miejsca nigdy nie oddala się od miejsca. Powrót do miejsca jest ucieczką bywalca nie-miejsc (...). Miejsca i nie-miejsca przeciwstawiają się sobie (albo nawzajem się przywołują)” [Augé 2010, s. 73].

Specjalna przestrzeń miasta – dzielnica *slow* w Krakowie

W *Strategii Rozwoju Turystyki w Krakowie na lata 2014-2020* w priorytecie II pojawia się zadanie (nr II.3.6.) pt. „Wdrożenie Programu *Slow quarter*”. Odwołuje się ono do rozwoju obszaru historycznych trzech dzielnic miasta: Kazimierza, Starego Podgórza i Zabłocia. Zadanie scharakteryzowano w następujący sposób: „Celem zadania jest aktywizacja i zmiana akcentów z punktu widzenia istniejących obecnie funkcji na terenie obejmującym Stare Podgórze, Kazimierz i Zabłocie. Zgodnie z założeniami *slow* turystyki, czyli »powolnej turystyki«, jako formy alternatywnej dla współczesnego masowego ruchu turystycznego, chodzi o stworzenie produktu, który pozwoli »poczuć« miejsce, kładąc nacisk na gościnność oraz dogłębne, świadome poznanie i »delektowanie się« zarówno miejscem (walory krajo-brazowe), jak i jedzeniem (*Slow Food* – tradycyjne, ekologiczne, wysokiej jakości, sezonowe) czy autentycznymi, lokalnymi dobrami kultury (historia, rzemiosło). W efekcie zakłada się skoncentrowanie działań na przeciwdziałaniu utracie lokalnego charakteru i tożsamości poprzez promocję i sprzedaż oferty małych (niszowych) form artystycznych, różnego rodzaju klubów hobbystycznych, dobrego jedzenia, ciekawej pod względem artystycznym, alternatywnej rozrywki itd.” [Wilkońska, Rotter-Jarzębińska 2014, s. 44]. Należy zaznaczyć, że w 2015 roku⁹ włączono wspomniany obszar (Kazimierz – Stare Podgórze – Zabłocie) do nowo kreowanych produktów turystycznych, opartych na tradycyjnych targowiskach. Urząd Miasta stara się (stan na marzec 2016 r.) o pozyskanie zewnętrznego finansowania na projekt *Slow Food Culture*, który ma bezpośrednio odnosić się wspomnianego zadania¹⁰.

⁹ Rada Miasta Krakowa przyjęła i zatwierdziła Strategię do realizacji w listopadzie 2014 r.

¹⁰ Jednocześnie ze względu na bezpośrednie powiązanie zadania z kulturą, nie podjęto szerzej zakrojonych działań, oczekując na nową strategię rozwoju kultury i wspólne zaplanowanie dalszych prac.

Historyczna dzielnica Kazimierz jest, poza Rynkiem Głównym i Wawelem, obszarem najczęściej odwiedzanym przez turystów [Borkowski i inni 2014, s. 238]. Przeprowadzona z Kazimierza w kierunku na Rynek Podgórski kładka pieszo-rowerowa (zwana Bernatką), przecinająca rzekę Wisłę, z odpowiednio oznakowanymi trasami turystycznymi, pozwoliła na łatwe przemieszczanie się turystów (w układzie liniowym) na Stare Podgórze i dalej na Zabłocie. Na ten obszar z centrum miasta prowadzi jeszcze jeden most (ul. Starowiślna), kierujący turystę przez Kazimierz do pamiątek związanych z dawnym Gettem żydowskim.

Nastąpiło tu naturalne przejście – po uruchomieniu kładki pojawiły się bezpośrednio przy niej i dalej wzdłuż głównych ciągów pieszych, związanych ze zwiedzanymi miejscami, lokale gastronomiczne, sklepy z różnymi drobiazgami itp. Jednocześnie zaniedbana, dawna przemysłowa dzielnica Zabłocie objęta została programem rewitalizacji; ulokowano tu m.in. placówki muzealne, a dawne budynki fabryczne przekształcono w przestrzeń dla firm startupowych. Doprowadziło to do zmian funkcjonalno-przestrzennych, które w efekcie wykreowały wyspecjalizowaną dzielnicę [por. Kowalczyk 2014, s. 16]. Proces podnoszenia wartości ekonomicznej, społecznej i kulturowej (symbolicznej) miejsc nazywa się gentryfikacją, czyli uszlachetnianiem fragmentów przestrzeni miasta [Lorens 2008, s. 34]. Na Zabłociu mamy już przy tym do czynienia z niekorzystnym zjawiskiem, czyli ze zwiększeniem wartości gruntów i cen wynajmu nieruchomości, a w efekcie – z ucieczką firm startupowych w inne miejsca, niejednokrotnie poza granice Polski.

Zarządzanie współczesnym miastem jest trudne, a zapewne stanie się w przyszłości jeszcze trudniejsze. Będzie wymagało elastyczności i ciągłego dostosowywania się do potrzeb mieszkańców oraz przyjezdnych gości, ale także zaspokojenia „potrzeb” środowiska naturalnego.

W planowaniu rozwoju obszarów dysponuje się czterema podstawowymi narzędziami:

- 1) planistycznymi,
- 2) przestrzennymi,
- 3) finansowymi,
- 4) społecznymi.

Biorąc pod uwagę rozwój słow turystyki na wspomnianym obszarze Krakowa (Kazimierz – Stare Podgórze – Zabłocie) proponuje się podjęcie działań, do których należy zaliczyć:

- opracowanie programu/planu rozwoju dzielnicy słow i w tym kontekście słow turystyki (lub odwrotnie ogółem słow turystyki, ale z uwzględnieniem zagospodarowania dzielnicy),
- uwzględnienie form bliskich idei słow w lokalnym planie zagospodarowania przestrzennego oraz programach/planach rewitalizacji,
- opracowanie i realizacja na wskazanym obszarze lokalnego planu ochrony walorów kulturowych i przyrodniczych, w tym utworzenia i zagospodarowania terenów zielonych,

- promowanie ciekawych rozwiązań architektonicznych (bioarchitektura) i urbanistycznych
- wdrożenie polityki przestrzennej w kontekście reklam,
- zbudowanie systemu wsparcia finansowego (np. niższe podatki, zadania promowane w ramach budżetu obywatelskiego, dotacje, niskooprocentowane pożyczki itp.) dla małych lokalnych firm, artystów, twórców, zwłaszcza związanych z przemysłem kreatywnym,
- wspieranie lokalnych inicjatyw społecznych i biznesowych budujących współpracę, partnerstwo, więzi społeczne,
- skierowanie zróżnicowanej, wielosegmentowej lokalnej oferty dostępnej dla różnych grup odbiorców, opartej na lokalnym dziedzictwie kulturowym i przyrodniczym (szlaki, ścieżki edukacyjne, ogrody dydaktyczne, centra kultury, miejsca spotkań, kluby, ekofestiwale, specjalne pakiety turystyczne itp.),
- w bieżących pracach (np. remont drogi, zagospodarowanie przestrzeni pod małą architekturę itp.) stawianie na pierwszym miejscu ochrony środowiska naturalnego i kulturowego z uwzględnieniem najwyższej jakości wyrobów czy usług,
- udostępnianie i sprzedaż (przyjazne sklepy) produktów lokalnych (rzemiosło, rękodzieło, design, malarstwo itd.),
- rozwój gastronomii opartej przede wszystkim na lokalnych producentach zdrowej, ekologicznej i najwyższej jakości żywności (mała gastronomia, stałe i sezonowe giełdy i place targowe, wystawowe, pokazy, degustacje itp.),
- promowanie lokalizacji na terenie dzielnicy hoteli butikowych, które z założenia mają indywidualny charakter, zwłaszcza wnętrz,
- dostępność i odpowiednie oznakowanie dojść i samej przestrzeni dzielnicy, uwzględniając przy tym jej indywidualny charakter,
- wprowadzenie zintensyfikowanej komunikacji marketingowej, wykorzystującej formalne i nieformalne kanały oraz narzędzia informacji, w tym powierzenie szczególnej roli mediom społecznościowym,
- opracowanie lokalnego systemu znakowania produktów, wyrobów rzemieślniczych, rękodzieła itd.,
- rozbudowanie programu edukacyjno-szkoleniowego z zakresu ekologii, dietytyki, innowacji, wzornictwa itp.,
- wsparcie działalności lokalnych zespołów, organizacji, partnerstw tym pozarządowych, jak również tych o charakterze nieformalnym.

Według M. Wiśniewskiej [2012, s. 166] oferta słow powinna być kierowana zwłaszcza do wyedukowanego, cechującego się wyrafinowanym gustem, zamożnego klienta. Można polemizować: czy tylko zamożnego? Z pewnością produkty ręcznie wykonywane, ekologiczne itd. są droższe, ale nie aż tak, aby oferta słow była dostępna jedynie dla bogatych turystów. Natomiast turyści, do których ma być skierowana oferta powinni się charakteryzować następującymi cechami:

- otwartością na ideę slow i odkrywanie nowych i innych od swojej kultur, społeczności,
- chęcią uczenia się i posiadania wiedzy z zakresu kultury oraz filozofii slow,
- niezależnością podróżowania, myślenia,
- stawianiem sobie i odwiedzanym obszarom wysokich wymagań,
- hedonistycznym podejściem do jedzenia (w tym preferowanie ekogastronomii) [por. Yurtseven, Kaya, 2011, s. 94].

Realizacja planu uwzględniającego utworzenie dzielnicy slow spowoduje zmiany w jej funkcjonowaniu i przestrzeni. Nastąpi m.in.:

- poprawa jakości i funkcji przestrzeni,
- rozwój kultury życia w różnych jej wymiarach,
- wdrożenie w praktyce, w sposób zauważalny dla społeczności lokalnych, zasad zrównoważonego rozwoju (ochrona zasobów kulturowych, przyrodniczych i społecznych),
- zintensyfikowanie działań proekologicznych, rozwój produkcji opartej na lokalnej, autentycznej twórczości,
- poprawa bezpieczeństwa,
- rozwój lokalnych usług, przedsiębiorczości, twórczości,
- rozbudowa wysokiej jakości infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej,
- rozwój pożądanых form turystyki i zagospodarowania turystycznego,
- wzrost dochodów społeczności lokalnych i sytuacji ekonomicznej np. artystów,
- rozwój ciekawych, nowatorskich rozwiązań architektonicznych i urbanistycznych, w tym wzmocnienie roli elementów przestrzennych istotnych dla przyszłości miasta,
- rozszerzenie i zróżnicowanie lokalnej oferty,
- wzrost dostępności produktów niszowych, autorskich, unikalnych,
- budowa wizerunku miasta jako dbającego o swoich mieszkańców, przedsiębiorców, twórców, turystów, jak również środowisko naturalne,
- uściślenie i głębsze relacje: turysta – społeczności lokalne – najbliższa lokalna przestrzeń (miejsce),
- zbudowane, trwałe sieci partnerstw lokalnych.

Zakończenie

Ryszard Kapuściński w jednym z wywiadów zwrócił uwagę, że „ludzie mają duży głód autentyczności, bo żyją w świecie bajki, telewizji, rozrywki” [Kapuściński 2013, s. 39]. Od końca XX w. obserwowany jest wzrost zainteresowania wszelkimi formami turystyki, które są w opozycji do turystyki masowej [Horolets 2012, s. 113]. Idea slow ze wszech miar wydaje

się pożądanym kierunkiem rozwoju dużych ośrodków miejskich (zwłaszcza ze względu na istniejącą pewną sprzeczność). Wdrożenie idei slow stwarza wiele możliwości, należy jednak także zwrócić uwagę na zagrożenia, jakie mogą się pojawić w trakcie realizacji, i które trzeba brać pod uwagę planując zadania. Zaliczyć do nich należy m.in. niebezpieczeństwo, iż:

- sukces realizacji programu może skutkować umasowieniem i komercjalizacją produktów, powodując w efekcie znaczący wzrost podaży i popytu, a co za tym idzie – również cen,
- wysoka jakość usług może być związana z ponoszeniem nadmiernych kosztów zarówno przez wytwórców/producentów, jak i turystów,
- może dojść do nieplanowanej fragmentaryzacji i tematyzacji przestrzeni¹¹, co w efekcie doprowadzi do stworzenia efektu sztuczności oraz iluzji,
- sukces może doprowadzić do wzrostu konkurencji – wskutek zbyt dużego zainteresowania innych miast ideą slow,
- upowszechni się traktowanie oferty slow jako skierowanej tylko do elit, niedostępnej dla przeciętnego użytkownika,
- realizację utrudni brak umiejętności i chęci współpracy przedsiębiorców, mieszkańców, twórców itd.

W przypadku dużych miast największa bariera rozwoju idei slow i jednocześnie największe ryzyko – to stan środowiska przyrodniczego, a zwłaszcza zanieczyszczenie powietrza, brak terenów zielonych itd. Wątpliwa wydaje się przyjemność picia kawy na chodniku, podczas gdy przejeżdżające samochody hałasują i zanieczyszczają powietrze. Do pozostałych barier należy zaliczyć związane ze sferami:

- społeczno-kulturową (brak wiedzy, niezrozumienie, zamknięcie się na „obcych”, niskie poczucie lokalnej tożsamości, silna presja wywierana ze strony mieszkańców itd.),
- techniczną (braki w zagospodarowaniu i infrastrukturze, ograniczona możliwość wdrożenia nowoczesnych technologii i rozwiązań itd.),
- ekonomiczną (brak środków finansowych, zbyt silne dążenie do uzyskania natychmiastowego zarobku, duża konkurencja, nieefektywne wykorzystanie zasobów itd.),
- planistyczną (brak systemowych, kompleksowych rozwiązań lub ich nieumiejętne bądź np. odłożone w czasie wdrażanie, swoista „krótkowzroczność” w formułowaniu zadań, podejmowanie doraźnych działań, niski poziom estetyki przestrzeni itp.),
- zarządczą (nadmierna biurokracja, brak pożądanых kompetencji, niejasne struktury, zamknięcie się na kreatywne, niestandardowe rozwiązania, brak integracji działań, zaangażowania, chęci współpracy, itp.),

¹¹ Wiąże się ona „z budowaniem przestrzeni publicznej jako szczególnej scenografii urbanistycznej” [Lorens 2006, s. 11-12]. W literaturze, zwłaszcza popularnej, zamiennie stosuje się określenie „disneylandyzacja”.

- komunikacyjno-marketingową (słaba komunikacja na linii: władza lokalna – mieszkańcy, niedostosowane przekazu do docelowych grup odbiorców, zbyt nachalna reklama, w tym w przestrzeni publicznej, niedostosowanie produktów do potrzeb turystów, sztuczność oferty itd.),
- prawno-polityczną (niekorzystne rozwiązania na poziomie prawa lokalnego, niejasność i utrudnienia proceduralne, upolitycznienie podejmowanych działań itd.).

Przełamanie tych barier będzie możliwe pod warunkiem długoterminowego podejścia do zadań oraz holistycznego, sieciowego myślenia i działania [Dodds, Butler 2010, s. 48].

Z pewnością Kraków powinien iść tą drogą i już zresztą poczynił odpowiednie kroki – na razie planistyczne. Czy uda się wdrożyć ideę na wskazanym obszarze, jeżeli wielokrotnie w ciągu roku przekraczane są normy zanieczyszczenia powietrza, a mieszkańcy w małym stopniu angażują się w życie publiczne, budowanie więzi społecznych itd.? Będzie to zależeć od wielu czynników, a przede wszystkim od zaangażowania urzędników, przedsiębiorców, twórców, mieszkańców i samych turystów. Pytanie jednak brzmi, czy w przypadku dużego miasta ma to w ogóle sens? Z drugiej strony np. w Londynie z sukcesem wdraża się ideę *slow*, zatem czy w Krakowie nie jest to możliwe? Planując rozwój dzielnicy i tej formy turystyki ważny będzie jeszcze jeden element: prostota i minimalizm jako „antidotum na konsumerski pseudosens życia. Po co aż tyle? Po co zapracowywać się, by kupować więcej i więcej urządzeń i gadżetów, a potem pracować jeszcze więcej, by utrzymać je wszystkie na chodzie? Czy nie staliśmy się niewolnikami tego, co już posiadamy?” [Eichelberger 2014, s. 31]. Z pewnością jednym z rozwiązań jest tu właśnie idea *slow* ze swoją „nieśpiesznością”, może ona pomoże człowiekowi XXI wieku wrócić „do siebie”, do istoty swojego człowieczeństwa.

Bibliografia

- Augé M. (2010), *Nie-miejsca; wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Barcik A. (2008), *Intuicja jako metoda poznania w nauce i praktyce zarządzania*, [w:] Halemba P., red., *Współczesne problemy zarządzania sportem i turystyką*, AWF Katowice, Katowice.
- Bendyk E., Bonikowska M., Rabiej P., Romański W. (2013), *Raport Miasto Przyszłości*, <http://mttp.pl/pobieranie/RaportMiastoPrzyszlosci.pdf> (21.11.2015)
- Bielecki Cz., Banaszewski K. (2011), *Polityka miejska*, Instytut Historyczny Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

- Borkowski K., Grabiński T., Mazanek L., Seweryn R., Wilkońska A., Grabińska E. (2014), *Ruch turystyczny w Krakowie w 2014 r. Raport końcowy*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków.
- Borys T. (2000), *Podstawy programowania ekonomii rozwoju miast*, [w:] Ślodziński J., red., *Ekologiczne aspekty gospodarki miejskiej i nowe instrumenty w zarządzaniu miastem*, Uniwersytet Opolski, Opole.
- Brenner N. (2009), *New State Spaces*, Oxford University Press, New York.
- Cailliois R. (2009), *Człowiek i sacrum*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa.
- Dodds R., Butler R. (2010), *Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations*, „Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism”, Vol. 5, No. 1, s. 35-53.
- Eichelberger W. (2014), *Ukradziony spokój*, „Charaktery”, nr 12.
- Gottwald F.-T. (2009), *Słowo wstępne*, [w:] Gottwald F.-T., Kolmera L., red., *Jedzenie rytuały i magia*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA, Warszawa.
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Kwiatkowski G. (2011), *Cittaslow International Network: An Example of a Globalization Idea?*, University of Ostrava, http://conference.osu.eu/globalization/publ2011/186-192_Grz-elak-Kostulska-Holowiecka-kwiatkowski.pdf (14.08.2015)
- Heinonen S., Halonen M., Daldoss L. (2006), *Slow housing – competitive edge for innovative living environments*, „Fennia”, nr 184(1).
- Horolets A. (2012), *Codziennosc jako atrakcja turystyczna w doświadczeniu turystów niszowych do byłego ZSRR*, „Kultura i Społeczeństwo”, Vol. 3, s. 113-130.
- Jawłowska A. (2005), *Konsument czy obywatel? Konsumpcjonizm i jego zaprzeczenia*, [w:] Jawłowska A., Kempny M., red., *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, IFiS PAN, Warszawa.
- Kantarek A. A. (2008), *O orientacji w przestrzeni miasta*, Politechnika Krakowska, Kraków.
- Kapuściński R. (2013), *Tłumaczenie świata*, „Style i Charaktery. Podróże”, nr 2.
- Knaziuk P. (2012), *Polityka regionalna Unii Europejskiej a gospodarka kreatywna jako czynnik wzrostu innowacyjności miast i regionów*, [w:] Klasik A., red., *Kreatywna gospodarka w mieście i aglomeracji*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.
- Knox P. L. (2005), *Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World*, „Journal of Urban Design”, Vol. 10(1), s. 1-11.
- Kolmer L. (2009), *Wprowadzenie*, [w:] Gottwald F.-T., Kolmera L., red., *Jedzenie rytuały i magia*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA, Warszawa.
- Kostof S. (1992), *The City Assembled. The Elements of Urban Form Through History*, Thames & Hudson Ltd., London.

- Kowalczyk A. (2014), *Od street food do food districts – usługi gastronomiczne i turystyka kulinarna w przestrzeni miasta*, „Turystyka Kulturowa”, Vol. 9, s. 6-31.
- Kozak M. W. (2009), *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa.
- Lorens P. (2006), *Tematyzacja przestrzeni publicznej miasta*, Politechnika Gdańska, Gdańsk.
- Lorens P. (2008), *Główne tendencje przemian struktury funkcjonalno-przestrzennej współczesnych miast*, [w:] Lorens P., Ratajczyk-Piątkowska E., red., *Komercjalizacja przestrzeni – charakterystyka zjawiska*, Urbania, Warszawa.
- Maksimowska B. (2010), *Slow city*, [w:] Lisowski M., red., *Uwarunkowania rozwoju turystyki w mieście*, Wyższa Szkoła Menedżerska w Białymstoku, Białystok.
- Mariański J. (2010), *Religia w społeczeństwie ponowoczesnym*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Mayer H., Knox P. L. (2006a), *Slow cities: sustainable places in a fast world*, „Journal of Urban Affairs”, Vol. 28(4), s. 321-334.
- Mayer H., Knox P. (2006b), *Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World*, World Planners Congress, Vancouver Canada, www.china-up.com:8080/international/case/case/255.pdf (22.11.2015).
- Mempel-Śnieżyk A. (2012), *Gospodarka kreatywna – kwestie interpretacyjne z uwzględnieniem możliwych związków z turystyką kulturową*, [w:] Kłasiak A., red., *Kreatywna gospodarka w mieście i aglomeracji*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.
- Meyer-Lindenberg A. (2012), *Miasto zmienia mózg*, „Charaktery”, nr 2.
- Namyślak B. (2014), *Rozwój oparty o działalności twórcze – ujęcie teoretyczne. Charakterystyka podmiotów zaliczanych do działalności twórczych we Wrocławiu*, [w:] Kuć-Czajkowska K., Sidor M., red., *Miasta, aglomeracje, metropolie w nurcie globalnych przemian*, Uniwersytet im. Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Niedźwiecka M. (2015), *W rytmie slow*, „Sens”, nr 1/76.
- Pawlikowska-Piechotka A. (2013), *Planowanie przestrzeni turystycznej*, Novae Res, Gdynia.
- Pecarice S. (2013), *Idź dla siebie i Twojego kraju*, „Style i Charaktery. Po drodze”, nr 2.
- Pęski W. (1999), *Zarządzanie zrównoważonym rozwojem miast*, Wydawnictwo Arkady, Warszawa.
- Pink S. (2008), *Sense and sustainability: The case of the Slow City movement*, „Local Environment”, Vol. 13(2), s. 95-106.
- Pink S., Lewis T. (2014), *Making resilience: everyday affect and global affiliation in Australian Slow Cities*, „Cultural Geographies”, Vol. 21(4), s. 695-710.

- Podemski K. (2004), *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Przeclawski K. (1994), *Turystyka a świat współczesny*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
- Rembowska K. (2000), *Zmiana a wartości. Miasto postsocjalistyczne*, [w:] *Miasto postsocjalistyczne; organizacja przestrzeni miejskiej i jej przemiany*, XIII Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Uniwersytet Łódzki Katedra Geografii Miast i Turyzmu, Łódź.
- Rewers E. (2005), *POST-POLIS Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Universitas, Kraków.
- Sobolewska A. (2009), *Mapy duchowe współczesności*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa,
- Statut Cittaslow, http://www.cittaslowpolska.pl/userfiles/pliki_do_pobrania/2014/statut_cittaslow_21_czerwca_2014_pl.pdf (15.11.2015).
- Tanti M. (2011), *Towards a Paradigm of Slow*, http://sydney.edu.au/education_social_work/coco/events/research_fest/2011/1PCMiriam.pdf (28.02.2014).
- Wieczorkiewicz A. (2005), *Konsumując świat*, [w:] Jawłowska A., Kempny M., red., *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, IFiS PAN, Warszawa.
- Wilkońska A. (2012), *Turystyka holistyczna – podróż do wnętrza siebie poprzez świat zewnętrzny*, „Folia Turistica”, Vol. 27, s. 75-91.
- Wilkońska A., Rotter-Jarzębińska K. (2014), *Strategia rozwoju turystyki w Krakowie na lata 2014-2020*, Urząd Miasta Krakowa, Załącznik do Uchwały RMK Nr CXXI/1965/14 z dn. 5.11.2014 r., Kraków.
- Wiśniewska M. (2012), *Żywność, życie i turystyka w stylu „slow”*, „The Journal of Management and Finance”, Vol. 3(2), s. 161-176.
- Yurtseven H.R., Kaya O. (2011), *Slow Tourists: A Comparative Research Based on Cittaslow Principles*, „American International Journal of Contemporary Research”, Vol. 1(2), s. 91-98.

SLOW TOURISM IN LARGE CITIES: CREATING SLOW DISTRICTS

Abstract

Purpose. Discussion regarding the development potential of large cities with respect to the idea of slow tourism, especially in the context of designated areas of specific city districts. References were made to the city of Cracow.

Method. Analysis of literature on the subject made references to issues related to the idea of slow movement with respect to cities (slow city) and tourism (slow tourism). Analysis of Cracow's case, in the context of the establishment of a slow district which is scheduled in the city, allowed for practical references with respect to the discussed issue.

Findings. The performed analyses showed the complexity of the issue of slow movement, but also its attractiveness for large cities and tourists (e.g. on account of environmental protection). However, popularisation of the idea of slow movement also entails risks, especially related to its mass character and, in effect, its commercialisation.

Research and conclusion limitations. Analysis of literature on the subject only referred to a fragment of the issue and case analysis focused on only one municipal centre.

Practical implications. References were made to specific binding tasks from the Tourism Development Strategy of Cracow.

Originality. References were made to a large municipal centre which, in the context of the slow movement idea, is a rare subject of academic papers. The subject matter was connected to specific examples of slow districts, planned in the strategic document for Cracow.

Type of paper. Overview-type article and case study.

Key words: slow city, slow tourism, Cracow, slow district.