

Magdalena Kwiecińska
Muzeum Tatrzańskie
e-mail: mkwiecinska@muzeumtatrzańskie.pl

Szopkarstwo krakowskie w procesach kształtowania dziedzictwa miasta

Abstract

Kraków Nativity Scene Construction in the Processes of Shaping the City's Heritage

This paper focuses on the custom of making of the Nativity scenes in Kraków. The tradition of making meticulous constructions depicting miniaturized Kraków buildings and architectural details as a scenography for the Nativity scene accompanied by various local and national figures set in the 19th century. Today this Christmas related custom is promoted by the City of Kraków as well as by national institutions as an “authentic” intangible cultural heritage. The paper analyses, how the Nativity scene tradition relates to the heritagisation of the city of Kraków itself. The process is depicted in relation to the two UNESCO Conventions (1972, 2003) and a changing concept concerning the “authenticity” of heritage. Heritagisation is presented here as a process involving practices, objects and the cityscape. The author also discusses the commodification of the Nativity scene tradition in Kraków and analyses attempts to transform this tradition into a national brand.

Keywords: the Nativity scene (szopka) tradition in Kraków, intangible heritage, heritagisation, stakeholders

Wprowadzenie

W 2003 roku została ogłoszona Konwencja UNESCO w sprawie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego, którą Polska ratyfikowała osiem lat później, w 2011 roku (Dz. U. 2011 nr 172, poz. 1018). W 2013 roku, w ramach procesu implementacji Konwencji, został ogłoszony pierwszy nabór wniosków o wpis na Krajową listę niematerialnego dziedzictwa kulturowego. Jest to systematycznie powiększany wykaz zinwentaryzowanych zjawisk dziedzictwa niematerialnego

z terenu Polski, a więc „praktyk, wyobrażeń, przekazów, wiedzy i umiejętności” (NID, on-line: 19.04.2017). W 2014 roku szopkarstwo krakowskie jako jedno z pierwszych zjawisk zostało wpisane na krajową listę. W 2017 roku Rada ds. Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego zarekomendowała ministrowi kultury i dziedzictwa narodowego, który następnie podjął aprobującą decyzję (MKiDN, komunikaty on-line: 20.04.2017), złożenie wniosku o wpis szopkarstwa krakowskiego na listę reprezentatywną niematerialnego dziedzictwa kulturowego ludzkości UNESCO (art. 16 Konwencji z 2003 roku, MKiDN, komunikaty on-line: 20.04.2017).

Interesujące są procesy formowania dziedzictwa miasta poprzez zjawisko, jakim jest szopkarstwo krakowskie (Kwiecińska 2016), i różne wyobrażenia na jego temat¹. Dominującą rolę w tych procesach odgrywa artefakt – szopka krakowska. Jest to mały budynek ukazujący scenę Bożego Narodzenia w przeciwieństwie do jasełek, które scenę tę prezentują w formie przedstawienia.

Termin „szopka” obok pojęcia „jasełka” zaczął funkcjonować dopiero w XIX wieku, bo wcześniej odnosił się on przede wszystkim do ludowego teatrzyku czy widowiska kukielkowego. Pomimo że każde z tych dwóch zjawisk ukazuje scenę Bożego Narodzenia, a w swojej konstrukcji nawiązuje do najważniejszych zabytków Krakowa i zawiera m.in. postacie historyczne, legendarne, jak również z życia politycznego, społecznego i naukowego miasta, Polski, a nawet świata, to wyłącznie szopka krakowska w kształcie artystycznie przetworzonego budynku jest tematem niniejszego artykułu. Ponadto istotą analizy jest także ukazanie zjawiska niematerialnego dziedzictwa w kontekście patrymonializacji (fr. *patrimoine*) jako procesu, a raczej procesów wytwarzania dziedzictwa (ang. *heritagisation*). Zrozumienie tych procesów wymaga zwrócenia uwagi na tych, którzy owe procesy generują – jaka jest ich intencja, a także zastanowienia się, jak te procesy są związane z codziennością i jak nowe formy praktyki kulturowej są wprowadzane w ową codzienność (Bendix 2009: 255).

Procesy patrymonializacji bynajmniej nie dokonują podziału na to, co materialne i niematerialne, lecz konstruują spójne wyobrażenie dziedzictwa zakładające nierozzerwalną jedność i współzależność tych dwóch elementów (Schreiber 2014; 2016). W artykule będę więc skupiała się na patrymonializacji szopkarstwa krakowskiego, którego fundamentem jest dziedzictwo materialne zdefiniowane przez Annę Szałapak jako „smukły, wielopoziomowy, wieżowy, bogato zdobiony budynek, skonstruowany z lekkich, nietrwałych materiałów. Charakteryzuje się on [...] nagromadzeniem zminiaturyzowanych elementów zabytkowej architektury Krakowa, fantazyjnie przetworzonych i połączonych. Ma zaś służyć za

¹ Artykuł został przygotowany jako część prac polskiego zespołu międzynarodowego konsorcjum HERILIGION w ramach programu HERA *Uses of the Past* (2016–2019). Projekt jest finansowany przez sieć HERA, NCN, AHRC, FCT, DASTI, NWO oraz Komisję Europejską w programie Horyzont 2020 na podstawie umowy nr 649307 i jest realizowany w Instytucie Etnologii i Antropologii Kulturowej na Wydziale Historycznym Uniwersytetu Jagiellońskiego.

godne miejsce przedstawienia wielkiej tajemnicy Narodzin Syna Bożego” (Szała-pak 2008: 15).

Szopkarstwo na styku wsi i miasta

Szopka krakowska wywodzi się z trzynastowiecznych przedstawień jasełkowych zapoczątkowanych we Włoszech przez zakon franciszkanów, które z czasem przekształciły się w dramaty liturgiczne. Do Polski zwyczaj prezentowania sceny Bożego Narodzenia przyszedł znacznie później, a jego rozkwit przypada na okres kontrreformacji. W średniowiecznej Europie przedstawienia jasełkowe pełniły funkcję katechizacji dostępnej dla każdego. Wystawiane były w plenerze, poza murami kościoła, z czasem stając się coraz bardziej ludyczne i laickie, co sprawiło, że w XVIII wieku władze kościelne zabroniły ich dalszych praktyk (por. Seweryn 1961: 91). Jasełka stały się więc wówczas inspiracją do twórczej działalności poza kościołem szczególnie dla niższych warstw społecznych zarówno w mieście, jak i na wsi. Od tego czasu można mówić o swobodnym „niczym nie skrępowanym” (Reinfuss 1958: 9) rozwoju szopki, której szczegółowe opisy zamieszczane były w literaturze przedmiotu i ogólnopolskiej prasie.

Szopki krakowskie, są nader starannie wyrobione [...]. Wysokie, dwu lub trzy piętrowe wieże, ozdobione złocistymi dachami i czerwonymi lub szafirowym oklejone papierem, oświetlają wewnątrz świeczkami. Środek podzielony na dwa piętra. Górne ma czasem kształt kościoła, zakończonego gotyckim dachem. Okna i drzwi szklane, rzęsto oświetlone. Czasem znów dach kopulisty, złocisty, w karpiołatą dachówkę ułożony, z kulą i gwiazdą na wierzchu. Przed kościołem na ganeczku stoi gromada muzykantów, albo orszak trzech królów [...]. Niżej żłobek, w nim dzieciątko Jezus. Marya, w atlasowym błękitnym płaszczu i karmazynowej szacie, z koroną złotą na głowie, siedzi obok żłobu. Obok święty Józef, staruszek z brodą siwą, w szarym ubraniu, z laską na której lilia rozkwitła. Wół i osieł stoją w głębi. Po obu stronach stajenki kłęczą lub stoją pasterze z podarkami, a czasem trzej królowie. Nad dachem szopy zawieszony aniołek, trzymający w ręku wstęgę z napisem: *Gloria in excelsis Deo*. Wszystko to wskazuje, że szopkę dawniej obnosili i pokazywali po domach żacy krakowscy (Anczyc 1862).

Na początku XX wieku taka forma prezentowania sceny Bożego Narodzenia jest już bardzo dobrze znana w Krakowie, bo jak wspomina Stanisław Estreicher: „szopkę widywałem od dzieciństwa i miejscami – jak prawie wszystkie dzieci w Krakowie – umiałem i umiem ją na pamięć” (Krupski 1904: 12), ale zarazem stwierdza:

Szopka po miasteczkach i wsiach pod Krakowem zaczyna zanikać; w znacznej części dlatego, ponieważ obchodzenie po wsiach z szopką połączone bywa ze zdemoralizowaniem obnoszących ją chłopaków, którzy cały ten czas piją i próżniaczą się. Duchowieństwo zaczęło więc zwalczać ten zwyczaj. Tak to wymagania moralności nie zawsze się dadzą pogodzić z chwalebna chęcią podtrzymania dawnego obyczaju (Krupski 1904: 15).

Szopkarstwo krakowskie nie zagięło – wbrew obawom uczonego, a praktyki z nim związane przekazywane z pokolenia na pokolenie, wciąż żywe, dziś już odnoszące się wyłącznie do przestrzeni miasta, uległy przemianom i od kilku lat są włączane w procesy kształtowania dziedzictwa lokalnego i narodowego. Nim jednak swoim zasięgiem objęło ono aż tak szerokie pole związane z miejską patrymonializacją, to działalność szopkarstwa odnosiła się przede wszystkim do przestrzeni pobliskich wsi i przedmieść Krakowa. W 1950 roku w lokalnej prasie ukazała się informacja o wykonawcach szopek wywodzących się głównie „ze sfer proletariatu przedmieścia” („Echo Krakowa” 1950, nr 335), a rok później można przeczytać o „bogatym »wachlarzu« twórców szopek. Są wśród nich i starzy »żełażni« szopkarze z krakowskimi murarzami: 83-letnim Owsieńskim, Mitką, Tarnowskim na czele. Są i »początkujący« [...] – kilku z nich to mali chłopcy lub studenci” („Dziennik Polski” 1956, nr 301, s. 3).

Szopkarstwo ściśle związane ze świętami Bożego Narodzenia dla wielu twórców zawsze stanowiło okazję do zarobku. W opracowaniach etnograficznych powtarza się informacja o murarzach, którzy zapoczątkowali wytwórczość chałupniczą szopkarstwa, właśnie w okresie zimowym, jako sezonowe zajęcie przynoszące im konkretny dochód. Murarze, a później także różni drobni rzemieślnicy, od zawsze wyrabiali masowo szopki krakowskie², a pomagali im w tym członkowie rodziny:

[...] szopki [...] wykonywano seryjnie z zachowaniem podziału pracy. Podczas gdy jeden z członków rodziny przycinał drewnianą szkielet, drugi montował je w całość, zaś oklejaniem i wykańczaniem zajmowała się osoba najbardziej w tym kierunku uzdolniona i doświadczona, którą był przeważnie ojciec rodziny – sam majster (Reinfuss 1958: 12).

Wyrób szopek krakowskich w różnych wielkościach w celu sprzedaży, a szczególnie małe egzemplarze jako „chodliwa masówka” (Reinfuss 1958: 11), przetrwał aż do czasów obecnych. Zmieniła się jednak społeczno-kulturowa funkcja i sposób promocji tych misternie wykonanych rękodzieł.

Z literatury przedmiotu i wspomnień mieszkańców Krakowa wiadomo, że twórcy szopek od zawsze ustawiali swoje dzieła do sprzedaży na cokole pomnika Adama Mickiewicza (w wyjątkowych sytuacjach pod arkadami Sukiennic i przy kościele Mariackim), a wspominając lata 80. zeszłego stulecia, mówią: „szopki sprzedawały się bardzo dobrze. Miałem taki przypadek i wielu szopkarzy też, że ustawialiśmy też szopki na Adasiu – na pomniku Mickiewicza i byli turyści, któ-

² Popularne wówczas było także wyrabianie drewnianych zabawek ludowych sprzedawanych następnie na odpustach i wiele innych specjalizacji rękodzieła artystycznego z zakresu: garnrcarstwa, plecionkarstwa, koronczarstwa itd. W dużym stopniu tę chałupniczą twórczość wspierała działająca w latach 1949–1990 Centrala Przemysłu Ludowego i Artystycznego (CPLiA). Na początku XXI wieku niektórzy z twórców szopek krakowskich są zrzeszeni w Stowarzyszeniu Twórców Ludowych, które od 1995 roku pod nadzorem ministra kultury i dziedzictwa narodowego wspiera ich, m.in. dbając o prawa autorskie, <http://zgstl.pl/prawo-autorskie/> (dostęp: 20.05.2017).

rzy kupowali te szopki od ręki. Tak im się podobały³. Inny twórca przy okazji konkursu organizowanego co roku w grudniu przez Muzeum Historyczne Miasta Krakowa wspomina: „przyszedłem z szopką na Rynek. Podeszło do mnie małżeństwo z Holandii [...]. To było w stanie wojennym i każdy grosz się liczył. I myślałem sobie – albo wystawa, albo pieniądze. No i skusiłem się i wziąłem pieniądze. Dostałem wtedy 17 tysięcy złotych za tą szopkę... Ale i święta miałem [za to] i wszystko było ok”.

Od 1937 roku pomnik Adama Mickiewicza zaczął także pełnić funkcję miejsca spotkań wszystkich twórców biorących udział w konkursie, jak również osób zainteresowanych tym rocznym wydarzeniem. Pierwszy konkurs na najpiękniejsze szopki krakowskie odbył się w 1937 roku z inicjatywy Jerzego Dobrzyckiego, ówczesnego kierownika Biura Propagandy Zarządu Miejskiego. Kolejny miał miejsce jeszcze w 1938 roku, a po przerwie wymuszonej II wojną światową został wznowiony w 1945 roku. W dniu 17 sierpnia 1940 roku pomnik zburzyły władze okupacyjne, a dopiero 26 listopada 1955 roku – w setną rocznicę śmierci wieszczka, nastąpiło jego odsłonięcie. Brak pomnika wieszczka nie przeszkodził twórcom w ich praktykach ustawiania szopek wykonanych na konkurs, jak również nie sprawiły tego wydarzenia związane z jego powojennym losem. Co roku w grudniu⁴ twórcy szopek przychodzą więc na Rynek Główny ze swoimi pracami, aby spotkać się przy pomniku, gdyż:

[...] z miejsca tego szopkarze nie dali się usunąć nawet w najcięższych chwilach. Gdy pomnik został zburzony przez okupanta, rozkładali swój kolorowy towar pośrodku chodnika, tam gdzie stał pomnik. Po okupacji obstawiali nimi ze wszystkich stron potężny blok kamienny, który złożono na tym miejscu (Reinfuss 1958: 12).

Na pierwszy konkurs przyniesiono 86 prac wykonanych przez twórców przede wszystkim z krakowskich dzielnic: Krowodrza, Grzegórzki i Podgórze, ale do czynnego udziału w tym wydarzeniu zaangażowali się także mieszkańcy spoza Krakowa, szczególnie licznie z okolicznych wsi („Ilustrowany Kurier Codzienny” 1937, nr 352, s. 8). Ogłoszenie wyników odbyło się przed pomnikiem Adama Mickiewicza na Rynku Głównym w Krakowie, a rozdanie nagród dla zwycięzców nastąpiło w salach Muzeum Przemysłowego przy ul. Smoleńsk 9 (Wroński 1973).

W lokalnej prasie co roku skrupulatnie odnotowywane jest to grudniowe wydarzenie ze zwróceniem uwagi na symboliczne już miejsce spotkań twórców

³ Wszystkie cytowane wypowiedzi w niniejszym artykule pochodzą z wywiadów etnograficznych przeprowadzonych w Krakowie w latach 2012, 2016 i 2017 oraz z notatek z obserwacji uczestniczących, które były prowadzone w latach 2012–2017. Zebrany materiał znajduje się w archiwum zakładowym Muzeum Historycznego Miasta Krakowa oraz w zasobach archiwalnych sprawozdań polskiego zespołu międzynarodowego konsorcjum HERILIGION, programu *HERA Uses of the Past* (2016–2019).

⁴ Do lat osiemdziesiątych konkurs odbywał się w okolicach 22 grudnia, a z czasem został ustanowiony na to wydarzenie konkretny dzień w kalendarzu rocznych wydarzeń w Krakowie. Jest to pierwszy czwartek grudnia.

i wielbicieli szopek krakowskich – przy „Adasiu” na Rynku Głównym. W 1945 roku z okazji trzeciego konkursu, a pierwszego po przerwie związanej z wydarzeniami wojennymi

[...] na miejscu, gdzie stał pomnik Mickiewicza, zabłysły setki wież i wieżyczek, krużganków, witraży misternych, a wszystko to w żywych, świątecznych, lecz zharmonizowanych barwach. Dookoła tłum ludzi z dzieciarnią łapczywie pożerającą oczyma każdy szczegół tych cudów. Ale i starsi niemniej zaciekawieni, zaintrygowani, jakby nie dowierzając, że to już wolno tak swobodnie oglądać polskie szopki na tym miejscu, które przeżyło niedawno tragedię zniszczenia pomnika Mickiewicza („Dziennik Polski” 1945, nr 321, s. 14).

W 1955 roku prasa doniosła o licznych szopkach ustawionych tradycyjnie na cokole już odbudowanego pomnika Adama Mickiewicza („Dziennik Polski” 1955, nr 302, s. 6). Kilka lat później etnograf Tadeusz Seweryn pisał o szopkarstwie jako specjalnej dziedzinie sztuki, która jest w Krakowie żywa, a także wciąż powstających nowych pomysłów na rękodzieła, których natchnieniem są różne motywy zabytkowych budynków Krakowa (Seweryn 1961: 94). Od tego czasu można również mówić o wykształceniu się grupy szopek wykonywanych specjalnie na konkurs, więc tych, których autorzy w szczególny sposób skupiali się na precyzji wykonania i bogatych zdobieniach swoich prac ocenianych przez jury.

Czasy PRL, a w szczególny sposób działalność Cepelii sprzyjały popularyzacji szopkarstwa i z czasem szopka stała się cenioną pamiątką z Krakowa, obok muzealnych lub prywatnych kolekcji pełniła funkcję podarunku – szczególnie dla gości zagranicznych. Dziś procesy patrymonializacji sprawiają, że następuje odmienne, bo w szerszym kontekście kulturowym spojrzenie na to zjawisko związane z Krakowem. Nieprzerwanie są więc seryjnie tworzone rękodzieła przeznaczone do sprzedaży. Turystyczną atrakcją jest także grudniowy konkurs – rodzaj widowiska przy pomniku Adama Mickiewicza, który jest udziałem szopkarzy i amatorów ich dzieł, a następnie trwająca kilka miesięcy wystawa pokonkursowa.

Szopkarstwo krakowskie jako dziedzictwo

Szopkarstwo krakowskie nazwane niematerialnym dziedzictwem wymaga wyjaśnienia w kontekście lokalnej społeczności i szerzej – społeczności ogólnonarodowej, biorąc pod uwagę fakt złożenia w 2017 roku przez Polskę wniosku o wpis tej tradycji na listę reprezentatywną UNESCO zgodnie z konwencją z 2003 roku. Pojęcie dziedzictwa i związana z nim patrymonializacja są w antropologii dość precyzyjnie definiowane na użytek prowadzonych badań naukowych. Wytwarzanie czy formowanie dziedzictwa – *heritagisation* (ang.), *patrimonialisation* (fr.) – przyjmując za heritologiem Rodneyem Harrisonem, jest procesem, poprzez który obiekty, miejsca i praktyki są zamieniane w dziedzictwo kulturowe (Sjöholm 2016: 5). Istotne jest postrzeganie patrymonializacji jako procesu.

Barbara Kirshenblatt-Gimblett mówi wszak o swoistej „produkcji kulturowej” (Kirshenblatt-Gimblett 2011: 126), jaka zachodzi w relacji między przeszłością a przyszłością. Ewa Klekot zwraca natomiast uwagę na zaistniałą w ostatnich latach zmianę w sposobie myślenia o dziedzictwie, z którym wiąże się przyjęcie w 2003 roku Konwencji UNESCO *W sprawie ochrony dziedzictwa niematerialnego* – „chodziło o to, by dziedzictwa nie rozumieć jako zbioru rzeczy, lecz jako postawę wobec przeszłości, która obejmuje także stosunek do nich polegający na angażowaniu ich w proces produkcji kulturowej” (Klekot 2015: 142). Klekot wiąże z tym także uwzględnienie podejścia ontologicznego i przyjęcie odmiennych systemów wartości w stosunku do przeszłości, niż postulują to nauki historyczne. Przeszłość przetwarzana w dziedzictwo traci historyczną chronologię i miesza epoki – stwierdza Klekot, nieważna jest wówczas ciągłość ani kontekst (Klekot 2015: 143).

Dziedzictwo jest pojęciem o bardzo szerokim zasięgu semantycznym, który odnosi się zarówno do jego aspektu materialnego, jak i niematerialnego. Ponadto ulega ono nieustannej zmianie pod wpływem aktualnych trendów i pełnienia społecznych funkcji. Rozważania Krzysztofa Kowalskiego zawarte w książce na temat dziedzictwa europejskiego ukazały bogactwo definicji (Kowalski 2013) i otworzyły drogę do formułowania kolejnych na podstawie obserwowanej rzeczywistości, bo „dziedzictwo jest rozumiejącą interpretacją, która z przeszłości niczyjej i obojętnej przeistacza ją w przyszłość »naszą« i emocjonalnie określoną, co dzieje się – właśnie – poprzez zakotwiczenie w niej wartości” (Kowalski 2013: 19).

Dziedzictwo jest formą posiadania przeszłości, kolekcją, a więc w konsekwencji – wyborem, który w znaczącą całość łączy i obok siebie ustawia dzieła sztuki, zabytki, źródła wiedzy, ale też osobliwości. Choć chce uchodzić za niezmiennie w czasie, to jednak jest ciągle odbywającym się i nigdy niezakończonym procesem wyboru, klasyfikacji i hierarchizacji, nadawania znaczenia według systematyzujących wartości, które z kolei prowadzą do jakiejś społecznie przeżywanej ekspozycji [...]. W tym sensie dziedzictwo jest mającą znaczenie kolekcją śladów przeszłości, które połączone z konkretnymi wartościami stanowią podstawę i wyraz tożsamości (Kowalski 2013: 19).

Rozpoznanie wartości przez odbiorców, jak i tej, która tkwi w samym obiekcie i ma znaczenie dla społeczności, odgrywa istotną rolę w definiowaniu dziedzictwa. Zawsze jest to bowiem świadomy wybór cenionych przedmiotów i praktyk dokonany przez grupy lub jednostki. Wybory te kształtują poczucie tożsamości i stanowią o trwaniu wspólnoty (Art. 2 – *Definicje*, Konwencja UNESCO 2003).

Szopkarstwo krakowskie można więc zdefiniować jako umiejętność wykonywania szopek w związku z tradycją obchodzenia świąt Bożego Narodzenia. Wiedza w tym zakresie odnosi się ściśle do miasta Krakowa, tak jak przekazywana z pokolenia na pokolenie praktyka budowania szopek. Inspiracja do pracy twórczej czerpana jest z lokalnej przestrzeni kulturowej – głównie architektury Starego Miasta, jak również historycznych i bieżących wydarzeń związanych z życiem społecznym, artystycznym i politycznym. Ten swoisty fenomen, który trwa nie-

przerwanie od XIX wieku w kontekście Krakowa, jest rodzajem komentarza do rzeczywistości i zarazem sposobem na wyrażenie opinii twórcy na poruszające go tematy.

Szopkarstwo krakowskie jest procesem, bo stale odtwarzane kształtuje się w relacji z otoczeniem, a tym samym zapewnia twórcom poczucie tożsamości i historycznej ciągłości (Konwencja UNESCO 2003). Proces ten jest związany z określonymi praktykami społecznymi, które gwarantują trwanie fenomenu, i poza stricte wykonywaniem szopek, można zaliczyć do niego międzypokoleniowe spotkania krakowian przy pomniku Adama Mickiewicza w dniu dorocznego konkursu, a także grupowe (organizowane m.in. przez krakowskie szkoły) wyjścia w celu zwiedzenia wystawy pokonkursowej, jak również mocno zakorzenioną od najmłodszych lat w świadomości mieszkańców Krakowa chęć uczestnictwa w tych wydarzeniach i ich podtrzymywanie poprzez czynny udział w przygotowywaniu szopek z okazji świąt Bożego Narodzenia. Zachodzące relacje i zależności między twórcami szopek a odbiorcami/obserwatorami ich dzieł stwarzają niepowtarzalne okoliczności trwania dziedzictwa w przestrzeni miasta. Wszystko to określane jest mianem tradycji, bo tworzy *genus loci* miejsca i przekazywane z pokolenia na pokolenie kształtuje poczucie tożsamości jego mieszkańców.

Szopkarstwo krakowskie jako atrakcja turystyczna?

Krakowską tradycją na stałe wpisaną w miejski kalendarz dorocznych wydarzeń kulturalnych jest spotkanie w pierwszy czwartek grudnia mieszkańców i turystów z twórcami szopek przy pomniku Adama Mickiewicza na Rynku Głównym. Dzień konkursu na najpiękniejszą szopkę jest co roku oczekiwany przez krakowian, a także coraz liczniej przyjeżdżających turystów z Polski i zagranicy. Wystawa pokonkursowa od dziesięcioleci przyciąga wielu amatorów tego rękodzieła związanego z Bożym Narodzeniem. Początki promocji szopkarstwa krakowskiego jako atrakcji turystycznej sięgają jeszcze czasów przedwojennych i zostały zainicjowane przez ówczesne krakowskie Biuro Propagandy Zarządu Miejskiego:

Kraków, usytuowany w centrum najważniejszego regionu turystycznego kraju, stanął przed wyzwaniem polegającym na wykorzystaniu płynącego z tego faktu potencjału. Podobnie jak w innych ośrodkach II Rzeczypospolitej w Krakowie sprawy związane z atrakcyjnością miasta dla turystów coraz częściej poddawane były pod dyskusję i podlegały różnego typu działaniom promocyjnym [...]. Obierając kierunek na turystykę, miasto musiało zadbać o swój wizerunek. Przez dziesięciolecia Kraków pełnił rolę „matecznika polskiego”, „narodowej pamiątki”, „polskiej Mekki”. Przemiana Krakowa ze stolicy państwa narodowego w centrum narodowej i świadomej turystyki to proces, którego ważnym okresem były lata 30. XX w. Pod wpływem świadomie kreowanej polityki promocyjnej Kraków zaczął przeobrażać się wówczas w nowoczesne miasto turystyczne (Winiarczyk 2014: 11).

Głównym przedsięwzięciem, które w przyszłości miało stać się wizytówką miasta, były w okresie letnim Dni Krakowa, po raz pierwszy zorganizowane w 1936 roku – „w Krakowie zbiega się [...] ten okres z szeregiem tradycyjnych uroczystości lokalnych, świeckich i religijnych, mogących stanowić trzon zasadniczy programu” (Dobrzycki 1935: 1). Spośród wielu turystycznych atrakcji organizatorzy wymieniają m.in. pochod Lajkonika i uroczystości religijne związane z Bożym Ciałem (por. portal internetowy Kraków Zaprasza, dostęp: 20.04.2017) – „dzięki piękności i malowniczości poważna atrakcja dla swoich i obcych” (Dobrzycki 1935: 2). Konkurs i wystawa szopek krakowskich ze względu na okres zimowy nie wpisywały się w program „Święta Kultu Krakowa” (taka była propozycja nazwania kilkudniowego festiwalu), ale odgrywały tę samą rolę, wpływając na promocję miasta i rozwój turystyki, bo wykorzystywały elementy rodzimego dziedzictwa (por. Urry 2007: 168–169) uznawanego za lokalny symbol.

W XXI wieku różne okoliczności oraz fakt ratyfikowania przez Polskę Konwencji UNESCO 2003 sprawiły, że tradycja krakowskiego szopkarstwa nabrała nowych znaczeń także dla tzw. lokalnych interesariuszy. Dodatkowym bodźcem stało się w 2014 roku wpisanie szopkarstwa krakowskiego na Krajową listę niematerialnego dziedzictwa kulturowego. W konsekwencji w 2015 roku decyzją prezydenta miasta został zrealizowany nowy projekt promocyjny zwany „Wokół szopki – Spacerem po Krakowie”. Prezydent, zachęcając do udziału w tym wydarzeniu, zapowiada, że „krakowianie i wszyscy goście naszego miasta mogą obejrzeć 20 wybranych z tej okazji eksponatów [szopek krakowskich], po prostu przechadzając się po Rynku Głównym. Umieszczono je w witrynach i wnętrzach ogólnodostępnych lokali użytkowych, gdzie mogą cieszyć oczy przechodniów. Bogactwo kolorów, wyrazista symbolika i perfekcja wykonania tych arcydzieł doskonale wpisują się w świąteczną i noworoczną atmosferę” (Majchrowski 2015: 2). Organizatorami „akcji” – jak informuje strona internetowa Krakowskiego Biura Festiwalowego (KBF) – są Miasto Kraków, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa (MHK) i KBF – „prezentacji miejsca narodzin Jezusa Chrystusa szukajcie w miejscach zlokalizowanych bezpośrednio na terenie Starego Miasta, a także w Centrum Outlet Factory Kraków” (Wokół szopki... 2017, on-line: 21.04.2017).

W latach 2016 i 2017 lokalni interesariusze, kontynuując działania z ubiegłego roku, w ulotkach wydrukowanych specjalnie z tej okazji informowali, że „dodatkową tegoroczną atrakcją jest pięć wielkoformatowych szopek zamówionych u renomowanych krakowskich konstruktorów i wystawionych w specjalnych ekspozytorach w przestrzeni miasta” (Wokół szopki... 2017, on-line: 21.04.2017). Ponadto rzecznik prasowy KBF Michał Zalewski zapowiadał: „w tym roku [2016], wielką atrakcją jest to, że przygotowaliśmy aż pięć szopek, które mają ponad 2,5 metra. Są naprawdę ogromne. Są to szopki, co ważne, dwustronne, prezentowane w szklanych gablotach⁵. Można je oglądać 360 stopni dookoła. Specjalną

⁵ Szopki zostały ustawione przy Barbakanie, na placu Szczepańskim, na placu Marii Magdaleny, przy ul. Powiśle 11 i przy fontannie Fortepian Chopina na wprost krakowskiej filharmonii.

atrakcją, którą przygotowaliśmy w ramach projektu *Wokół szopki*, jest spacer *Wokół szopki*” (*Wokół szopki...* 2017, on-line: 21.04.2017), który prowadził dyrektor MHK.

Powiększająca się w okresie Bożego Narodzenia oferta „turystycznych atrakcji” miasta Krakowa ma służyć zainteresowaniu dziedzictwem i zarazem promocji miasta, co pociąga za sobą zwiększenie turystyki i konsekwentnie wpływa na lokalny rynek ekonomiczny. Chorwacka kulturoznawczyni Nataša Urošević zwraca uwagę na konieczność redefinicji tożsamości miasta w oparciu o dziedzictwo kulturowe i stwierdza, że powinno ono być jednym z głównych zadań polityki kulturalnej miasta, jak i udziałem zarządzających dziedzictwem, nie wyłączając poszczególnych interesariuszy.

Połączenie polityki kulturalnego i turystycznego rozwoju może działać jak katalizator, promować lokalny cel jako najbardziej pożądane i atrakcyjne miejsce do mieszkania, pracy, zwiedzania i w niego inwestowania. Inwestowanie w kulturowe dziedzictwo może znacząco poprawić jakość życia mieszkańców i ich gości, odrodzić zaniedbane miejskie przestrzenie i zwiększyć wartość rzeczywistego posiadania (Urošević 2015: 508).

Wszak MacCannell stwierdza, że „wszystko, na co zwraca się czyjaś uwagę, jest potencjalną atrakcją” (MacCannell 2002: 292). Etnomuzykolog Piotr Dahlig przestrzega jednak, że Krajowa lista niematerialnego dziedzictwa kulturowego nie może odgrywać roli „galerii atrakcji turystycznych” (Jak chronimy dziedzictwo kulturowe?, słuchowisko on-line: 21.04.2017). Takiej sytuacji nie można jednak wykluczyć tym bardziej, gdy kulturowe zjawiska są postrzegane w jednowymiarowym rozumieniu relacji podmiotowo-przedmiotowej.

Pojęcie „atrakcji turystycznej” nie jest bowiem znaczeniowo puste. Wprowadził je Eric Cohen w 1972 roku, a dziś już dobrze utrwalone w literaturze fachowej (zob. np. Kruczek 2011) jest opisywane jako fenomen o określonej strukturze podobnej do znaku, ukazując relacje zachodzące między turystą, widokiem (znacznym *signifié*) i oznacznikiem (znaczącym *signifiant*) (MacCannell 2002: 64, 171). Ponadto w postmodernistycznej rzeczywistości *symulaków* pożądaną wartością stał się autentyzm, którego rozumienie ulega dynamicznym zmianom. Cohen zaznacza, że kultura i społeczeństwo nie są zamrożone w czasie, więc kulturowe produkty, które oryginalnie były uważane za nieautentyczne, z czasem mogą stać się autentycznymi. Zjawisko to nazwał procesem „kształtującej się autentyczności” (*emergent authenticity* [Cohen 2010: 32]). Autentyzm zjawiska kulturowego polega bowiem na wydobyciu aksjologicznego sensu wynikającego z relacji między tym, co widzi turysta, a rzeczywistym znaczeniem oglądanego obiektu.

W refleksji nad autentycznością doświadczenia w turystyce możemy się odwołać do tych stanowisk, które poszukiwały jej w sferze podmiotowo-przedmiotowej relacji poznawczej. Relacja ta, w przypadku turystyki odnosiła się do dwóch dopełniających się rodzajów doświadczeń: „autentyzmu kulturowego doświadczenia” oraz „doświadczenia autentyczności kulturowej”. Jeden i drugi rodzaj doświadczenia wzajemnie się warunkują, a przynajmniej są od siebie zależne. *Pierwszy*, określający wymiar egzystencjalny wspomnianej relacji, zakłada procedurę odnajdy-

wania autentyczności w sposobie przeżywania przez turystę treści rzeczywistości kulturowej, jaka w doświadczeniu turystycznym się ujawnia. W tym wypadku niebagatelną rolę odgrywa kapitał kulturowy, w jaki wyposażony jest turysta. *Drugi* autentyczność odgrywa w sferze przedmiotowej, odnoszącej się zarówno do substancji materialnej dziedzictwa kulturowego (w tym wypadku wyrażeniu „autentyczny” najbliższe znaczeniowo są „oryginalny”, „prawdziwy”), a może przede wszystkim ich znaczenia, symboliki owego dziedzictwa, które niesie z sobą wartości i sensy. Te właśnie wartości (estetyczne, historyczne, kulturowe, etyczne), odkrywane w historycznym i współczesnym dziedzictwie kulturowym, przybliżają nas do uchwycenia tego, co stanowi kwintesencję autentyczności w turystyce kulturowej. Odsyłają do jej aksjologicznego wymiaru, który wykracza poza samą relację podmiot–przedmiot i odnosi się do trudno uchwytne go, idealnego świata symboli i sensów (Kazimierzczak 2009: 37).

Eric Cohen, polemizując z teorią MacCannella, twierdzi, że „autentyczność” jako koncepcja filozoficzna, nie jest dana, ale jest społecznie konstruowana; jest ona kwestią negocjacji, która dokonuje się przez każdego turystę indywidualnie. Stąd „autentyczność” dziedzictwa jest różna i można by rzec: zależy od wrażliwości i otwartości turysty. Cohen stwierdza zatem, że „utowarowienie” kultury, więc postrzeganie kultury jako produktu turystycznego (turystycznej atrakcji), a co za tym idzie – także komercjalizacja i wytwarzanie masowo pamiątek, przewodników turystycznych lub widokówek (Silverman 2015: 77) – niekoniecznie niszczy „autentyczny” sens kultury, lecz poprzez proces „kształtującej się autentyczności” chroni żywotność kultury jako następujących zmian dobrowolnie wprowadzanych do kulturowego obiegu przez depozytariuszy (Ivanovic 2008: 324). Pozostaje jednak pytanie: jakie są granice autentyczności wyznaczone przez przemysł globalnej turystyki i lokalnych interesariuszy⁶? Co jest autentyczne lub nieautentyczne, mając na uwadze fakt, że turyści odwiedzający różne miejsca niekoniecznie poszukują „autentyzmu” rozumianego w sensie akademickim. Wydaje się więc, że najważniejsza jest kształtująca rola dziedzictwa, którą odgrywa zarówno wobec lokalnej społeczności, jak i turystów oraz polityki turystyki, a także to, jakie są następstwa dla każdej z tych dziedzin.

Silverman w odniesieniu do turystyki zwraca uwagę na różne rodzaje ujmowania „autentyczności”, ale nie wszystkie wzajemnie się wykluczają. Są to różne doświadczenia turysty w zakresie indywidualnego przeżycia, eksperymentu, egzystencji (Urry 2007: 24), które określa jako „autentyzm sceniczny”, „autentyzm doświadczania przez turystę i przez gospodarza”, „autentyzm, który jest konstruowany albo zewnętrznie przypisywany miejscom/ludziom/obiektom” – tym samym rozumienie „autentyczności” kierowane jest bardziej ku zaangażowaniu i doświadczeniu niż dążeniu do postrzegania jej w *sensu stricto* zabytkach (Silverman 2015: 77). Przeniesiony jest więc przedmiot odniesienia – ze statycznego rozumienia dziedzictwa (niepodlegającego zmianom) na proces jego wytwarzania.

⁶ Mowa tu o angielskim pojęciu *stakeholders* wprowadzonym do nauk o zarządzaniu przez R. Edwarda Freemana, które definiuje jako oddziaływanie grup lub jednostek na osiągnięcie celu przez organizację.

Od tożsamości lokalnej do marki narodowej

Przemiany, które nastąpiły między dwiema konwencjami UNESCO⁷ z lat 1972 i 2003, wpłynęły znacząco na pojmowanie „autentyczności” dziedzictwa. Zmianie uległa perspektywa jego postrzegania, a wartością pożądaną stał się dynamizm i relatywizm zależny od wytwarzanych przez społeczeństwo kontekstów, w przeciwieństwie do pożądanej dotychczas stabilności i niezmienności. Współczesne mówienie o „autentyczności” zakłada ludzką kreatywność w nieustannym przetwarzaniu przeszłości zamiast jej wiernego przenoszenia do teraźniejszości (Silverman 2015: 75, 85). Szczególnego znaczenia nabrały więc dzisiaj dwie kategorie opisu rzeczywistości: Hobsbawma – „tradycji wynalezionej” i Cohena – „kształtującej się autentyczności” (*emergent authenticity*).

Z zapisów Konwencji UNESCO 2003 wynika wprost, że nie można rozdzielać dziedzictwa materialnego i niematerialnego ze względu na istniejące między nimi współzależności – „od właściwego zachowania elementów materialnego dziedzictwa zależy przetrwanie elementów dziedzictwa niematerialnego. I odwrotnie: materialne elementy nie powstałyby bez kontekstu, jaki zapewnia im dziedzictwo niematerialne” (Schreiber 2014: 403). Ponadto konwencja ta zasadniczo podkreśla rolę depozytariuszy w procesie ciągłości tradycji, którzy zapewniają jej przekaz pokoleniowy i środowiskowy.

W kontekście omawianego dziedzictwa miasta twórcami szopek krakowskich są przede wszystkim osoby zamieszkałe w Krakowie i jego okolicach, ale również w innych miastach Polski, poza granicami kraju, a nawet kontynentu (od kilkunastu lat warsztaty szopkarstwa prowadzone są regularnie także np. w Stanach Zjednoczonych przez prywatnych inicjatorów). Wykonywanie szopek krakowskich jest dla twórców ważnym elementem, bo stanowi o ich poczuciu lokalnej tożsamości oraz trwania ich dziedzictwa w relacji z rzeczywistością, z której czerpią inspiracje. W latach 70. minionego stulecia Tadeusz Wroński pisał, że „ta oryginalna i autentyczna twórczość ludowa, jaką jest szopkarstwo, stała się dzisiaj osobliwością Krakowa” (Wroński 1973: 10) i jego mieszkańców. Słowa te są wciąż aktualne, gdy zaobserwuje się tłum wielbicieli szopkarstwa gromadzących się co roku przy pomniku Adama Mickiewicza. W pierwszy czwartek grudnia na Rynek Główny przychodzą liczne rodziny, klasy szkolne, grupy znajomych, zorganizowane grupy turystów i indywidualni amatorzy rękodzieła, którzy od lat przyglądają się tradycji i zarazem stają się jej uczestnikami.

Bożonarodzeniowe jasełka przeszły więc długą i interesującą drogę, aby na początku XXI wieku pod postacią szopki stać się atrakcją turystyczną i swoistą marką Polski. Formułowanie rodzimej marki (ang. *brand*) związane z marketingiem

⁷ W dniu 16 listopada 1972 roku została przyjęta przez UNESCO Konwencja w sprawie ochrony światowego dziedzictwa kulturowego i naturalnego, a 17 października 2003 roku Konwencja w sprawie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego.

miejsc⁸ definiowane jest jako proces opisywania świata na pograniczu antropologii i marketingu. Są to te działania interesariuszy, które sprowadzają do wspólnego mianownika wysiłki podejmowane zarówno wewnątrz kraju (kształtowanie własnej tożsamości), jak i poza jego granicami. Innymi słowy:

[...] działania, które natychmiast zaczęły być podejmowane przez przedstawicieli państw po wejściu Konwencji w życie, ukierunkowane były na wpisanie na Reprezentatywną Listę jak największej liczby elementów NDK z ich krajów. Zabiegi te w sposób bezpośredni związane były z przekonaniem o rosnącym znaczeniu we współczesnych stosunkach międzynarodowych *soft power*, „miękkiej siły” państwa [...]. Łączy się to także z niezwykle popularną od 10 lat koncepcją *nation branding* Simona Anholta (który powołuje się na Nye'a w swojej pracy), czyli budowaniem tzw. marki państwa. (Schreiber 2016: 55, 56).

Dokonanie wpisu każdego zjawiska kulturowego na listę reprezentatywną UNESCO jest jednym z tych procesów, które tworzą markę narodową. Działania promocyjne w związku ze złożonym wnioskiem o wpis szopkarstwa krakowskiego (jako pierwszy z Polski) na listę UNESCO podejmowane są w tej kwestii już nie tylko na poziomie lokalnym, ale także przez MKiDN. Wszystko to ma niewątpliwy wpływ na globalny ruch turystyczny i promocję kraju, ale pozostawia także zmiany w strukturze wytwarzanego dziedzictwa.

Pamiątka z Krakowa jako rodzima „marka”

W latach 70. ubiegłego wieku Leszek Ludwikowski i Tadeusz Wroński zwrócili uwagę na kulturowe zjawisko, które zauważyli w środowisku twórców szopek. Przygotowywali oni dwa rodzaje rękodzieła – pierwsze przeznaczone na sprzedaż jako pamiątki i drugie na konkurs. Do grupy pierwszej zaliczały się szopki małe i wykonywane seryjnie (nierzadko w ich prace zaangażowana była cała rodzina), które można było zakupić przed okresem Bożego Narodzenia przy kościele Mariackim lub pod arkadami Sukiennic. Pełniły one funkcję upominku lub pamiątki z Krakowa. Lokalna prasa donosiła, że w 1963 roku Cepelia zakupiła większą liczbę szopek na eksport („Echo Krakowa” 1963, nr 294). Sami twórcy wspominają, że do lat 90. realizowali liczne zamówienia dla indywidualnych amatorów szopkarstwa z kilku krajów zachodniej Europy, przede wszystkim Niemiec, Włoch i Francji. Było to dla twórców duże wsparcie finansowe. Szopkarze wspominają, że duża liczba szopek była także skupowana przez Spółdzielnię Pracy Wytwórców Rękodzieła Ludowego i Artystycznego „Milenium”, która działała jeszcze na początku lat 2000. Szopki wykonywane na zamówienie były „jednakowe” i najczęściej nieduże. Niektórzy twórcy nadmieniają, że zaczęli wykonywać

⁸ Magdalena Zdrodowska w tym kontekście przypomina o pojęciu „konkurencyjnej tożsamości” (*competitive identity*) wprowadzonym przez Simona Anholta jako terminie mającym zastąpić *branding* narodowy (Zdrodowska 2013: 38).

szopki ze względu na płynące z tego korzyści finansowe: „wszyscy mówią, że to tradycja. To nieprawda jest. Każdy patrzy na zysk” lub „robię [szopki] dla zysku, żeby parę groszy zarobić”, a także „małe szopki są łatwiejsze w zbycie niż duże szopki”.

Dziś szopka krakowska nadal pełni funkcję pamiątki i wielu twórców na własną rękę próbuje sprzedawać swoje prace. W centrum Krakowa można je kupić m.in. w Sukiennicach, w sklepie Muzeum Historycznego i Muzeum Etnograficznego, w sklepie z pamiątkami przy ul. Sławkowskiej. Oferty szopek są także umieszczane w Internecie zarówno przez samych twórców, jak i prywatnych sprzedawców. Dla przyciągnięcia klientów wykorzystywane są różne hasła reklamowe:

Piękne, oryginalne, kolorowe miniatury (20–50 cm). [...] Może któraś z nich ozdobi Twój, lub bliskiej Ci osoby w kraju lub za granicą wigilijny wieczór. To wzruszająca zimowa baśń, jaką Kraków wita Narodziny Pana w corocznym radosnym rytuale (on-line: www.sprzedajemy.pl, dostęp: 3.07.2017).

Sklep z Polską Sztuką Ludową prezentuje swoją ofertę wyrobów rękodzielniczych, wymieniając szopki obok rzeźb ludowych, takich jak różne postacie Chrystusa, m.in. Chrystusa Frasnoblwego, Madonny, figury świętych, zwierzęta, ptaszki itd. (on-line: 6.07.2017). Brak jest jednak informacji o tym, kto je wykonał. Sklep internetowy „Pamiątki z Krakowa” także oferuje szopki, a jego właściciel zachęca: „szopka może być pięknym prezentem na Święta Bożego Narodzenia dla każdego” (on-line: www.pamiatkiizkrakowa.pl, dostęp: 7.07.2017) i zapewnia, że każda z nich jest wykonana w sposób indywidualny. Tutaj również brakuje informacji o samym twórcy. Niektórzy szopkarze próbują sprzedawać swoje dzieła przez Internet i dzięki tej inicjatywie kupujący ma możliwość uzyskania podstawowych informacji o tradycji i twórcach (on-line: www.szopki.eu, dostęp: 8.07.2017). Faktem jest, że w grudniu wzrasta zainteresowanie rękodziełem i sami twórcy przyznają, że przygotowują wówczas specjalne szopki jako upominki. Mają one uproszczone formy, a ich funkcja jest zmniejszona do minimum, tym samym stając się charakterystyczną pamiątką-znakiem związaną z bożonarodzeniową tradycją (Wieczorkiewicz 2008: 44, 53).

Próby stworzenia „marki” szopki krakowskiej jako pamiątki z Krakowa czy Polski są podejmowane systematycznie. W 2009 roku Cepelia ogłosiła konkurs na pamiątkę z Polski, który miał na celu wybranie wzorów najlepiej promujących kraj. Wśród wielu propozycji wyróżniona została szopka Jana Kirsza. W 2011 roku taką propozycję zgłosił europoseł Bogusław Sonik, martwiąc się, że „piękno tych wyrobów (promujących miasto, jego architekturę, historię i legendy) nie udało się do tej pory przełożyć na większy sukces handlowy” (on-line: Szopka_pamiatka z_Krakowa www.Krakow.wyborcza.pl, dostęp: 9.07.2017). Natomiast w 2016 roku polski ambasador podarował brytyjskiej królowej Elżbiecie II szopkę krakowską wykonaną przez Jana Kirsza. Lucynę Paczyńską ucieszył fakt, że w 2005 roku jej szopka została podarowana żołnierzom w Iraku z okazji świąt przez polskiego premiera.

Zakończenie

Podjęta w artykule analiza ma na celu zwrócenie uwagi na dokonujące się przemiany tożsamościowe, m.in. na skutek złożonego wniosku o wpis szopkarstwa krakowskiego na listę reprezentatywną UNESCO. W procesach patrymonializacji uczestniczą zarówno depozytariusze, jak i interesariusze, którzy podejmują próby stworzenia „marki” szopki krakowskiej jako pamiątki z Krakowa czy Polski. Nastąpiło więc poszerzenie kręgu zaangażowania w formowanie dziedzictwa – z poziomu lokalnego/krakowskiego na państwowy. Prace nad przygotowaniem wniosku o wpis szopkarstwa krakowskiego na listę UNESCO ukazało społeczny wymiar zjawiska, jakim jest budowanie i wzmacnianie lokalnego poczucia tożsamości. Twórcy szopek otwarcie wyrażali swoje opinie, obawy i nadzieje poprzez słowa: „my i tak będziemy robić swoje” jako przejaw silnego utożsamiania się z tradycją i zarazem dystansowania się od wystąpienia potencjalnych okoliczności wytwarzania „podróbek”. W związku z corocznym grudniowym wydarzeniem na Rynku Głównym w Krakowie jeden z twórców powiedział z przekonaniem, że „nawet bez konkursu pod pomnik przyjdą”. Inne osoby sugerowały, aby stworzyć własną definicję, czym jest szopka krakowska, która miałaby służyć utrzymaniu w ich opinii kanonu rękodzieła.

Uczestnicy i obserwatorzy procesów patrymonializacji wyrażają obawy, że wzrost popularności wytwarzanego rękodzieła może być potencjalnym zagrożeniem dla tego, co definiowane jest jako dziedzictwo. W wyjątkowych sytuacjach popularność ta może doprowadzić do zaniku oryginalnych elementów. Dziedzictwo staje się więc produktem turystycznym, który pod wpływem zewnętrznych czynników ulega procesom przemian i wpływa na kształtowanie dziedzictwa miasta. Słusznie więc zauważa Krzysztof Kowalski, że dziedzictwo coraz częściej staje się produktem i z założenia ma trafiać do jak największej liczby odbiorców, że – przytaczając słowa Jacka Purchli – przestało być *sacrum*, a stało się towarem (Kowalski 2013: 119, 121).

Bibliografia

Anczyc W.,

1862 *Obrazy krakowskie. Szopka czyli jasełka i gwiazdka w Krakowie*, „Tygodnik Ilustrowany”, t. 5, nr 135, s. 166.

Bendix R.,

2009 *Heritage between Economy and Politics: An Assessment from the Perspective of Cultural Anthropology*, [w:] *Intangible Heritage*, eds. L. Smith, N. Akagawa, London–New York, s. 253–269.

- Cohen S.,
2010 *Searching for Escape, Authenticity and Identity: Experiences of „Lifestyle Travelers”*, [w:] *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*, ed. M. Morgan, P. Lugosi, J.R.B Ritchie, Bristol, s. 27–42.
- Ivanovic M.,
2008 *Cultural Tourism*, Cape Town.
- Kazmierczak M.,
2009 *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży. Recenzja*, „Horyzonty Nowoczesności: Teoria-Literatura-Kultura”, t. 66, nr 7, s. 32–39.
- Kirshenblatt-Gimblett B.,
2011 *Od etnologii do dziedzictwa. Rola muzeum*, „Etnografia Nowa/The New Ethnography”, nr 2, s. 125–136.
- Klekot E.,
2015 *Ikony zografskie i klasztory Fruškej Góry a serbskie imaginarium narodowe*, „Lud”, t. 99, s. 139–159.
- Kolberg O.,
1976 *Dzieła wszystkie. Krakowskie*, t. 5, cz. 1, Wrocław–Poznań.
- Kowalski K.,
2013 *O istocie dziedzictwa europejskiego – rozważania*, Kraków.
- Kruczek Z.,
2011 *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*, Kraków.
- Krupski J.,
1904 *Szopka krakowska*, Kraków.
- Kwiecińska M.,
2016 *Szopkarstwo krakowskie – tradycja pokoleń. Działania Muzeum Historycznego Miasta Krakowa na rzecz ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego miasta*, [w:] *Narracja, obyczaj, wiedza... O zachowaniu niematerialnego dziedzictwa kulturowego*, red. A. Przybyła-Dumin, Chorzów–Lublin–Warszawa, s. 169–182.
- Ludwikowski L., Wroński T.,
1978 *Tradycyjna szopka krakowska*, Kraków.
- MacCannell D.,
2002 *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, przeł. E. Klekot, A. Wieczorkiewicz, Warszawa.
- Majchrowski J.,
2015 *Symbol naszego miasta*, [w:] *Wokół szopki. Spacerem po Krakowie*, „Dodatek do Gazety Wyborczej”, 17 XIII, s. 2.
- Murzyn M.,
2016 *Zarządzanie dziedzictwem kulturowym na podstawie wartości*, „Zarządzanie w Kulturze”, t. 17, z. 3, s. 195–213.
- Płatek P.,
1971 *Szopka krakowska. Okolędowania*, Kraków.
- Reinfuss R.,
1958 *Szopki krakowskie*, Kraków.
- Schreiber H.,
2014 *Konwencja UNESCO w sprawie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego sporządzona w Paryżu dnia 17 października 2003*, [w:] *Konwencje UNESCO w dziedzinie kultury. Komentarz*, red. K. Zalasieńska, Warszawa, s. 392–463.

- 2016 *Niematerialne dziedzictwo kulturowe jako element soft power państw*, „e-Politikon”, nr 18, s. 54–78.
- Seweryn T.,
1961 *Tradycje i zwyczaje krakowskie*, Kraków.
- Silverman H.,
2015 *Heritage and Authenticity*, [w:] *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research*, red. E. Waterton, S. Watson, London, s. 69–88.
- Sjöholm J.,
2016 *Heritagisation, Re-Heritagisation and De-Heritagisation of Built Environments The Urban Transformation of Kiruna*, Kiruna (praca doktorska).
- Szałapak A.,
2008 *Szopki krakowskie. Cracovian Christmas Cribs*, Olszanica.
- Urošević N.,
2015 *Urban Identity, Heritage Management and Sustainable Development: The Case of Pula*, [w:] *The Limits of Heritage*, red. K. Jagodzińska, J. Purchla, Kraków, s. 504–519.
- Urry J.,
2007 *Spojrzenie turysty*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa.
- Wieczorkiewicz A.,
2008 *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Kraków.
- Winiarczyk K.,
2014 *Przepis na Kraków Jerzego Dobrzyckiego*, Kraków.
- Wroński T.,
1973 *Konkursy szopek krakowskich*, Kraków.
- Zdrodowska M.,
2013 *Telewizja na pograniczach*, Kraków.

Dokumenty archiwalne

Jerzy Dobrzycki, Program przybliżony „Dni Krakowa” w 1935 r. Ze zbiorów Archiwum Nauki PAN i PAU w Krakowie. Spuścizna Jerzego Dobrzyckiego, sygn. K III 226, II/9, archiwum Muzeum Historycznego Miasta Krakowa.

- 1937 *Konkurs na szopki krakowskie*, „Ilustrowany Kurier Codzienny”, nr 352, s. 8.
- 1945 *Najpiękniejsze tradycje Krakowa*, „Dziennik Polski”, nr 321, s. 14.
- 1955 Tarnowski bezkonkurencyjny, „Dziennik Polski”, nr 302, s. 6.
- 1956 *Krakowskie Szopki*, „Dziennik Polski”, nr 301, s. 3.
- 1963 „Echa Krakowa”, nr 294.

Materiały internetowe

Jak chronimy dziedzictwo kulturowe? Słuchowisko Radiowej Dwójki, Konwencja UNESCO, <http://www.polskieradio.pl/8/3664/Artykul/1754923>, Konwencja-UNESCO-Jak-chronimy-dziedzictwo-kulturowe (dostęp: 21.04.2017).

Krajowa lista niematerialnego dziedzictwa kulturowego – szopkarstwo krakowskie, http://niematerialne.nid.pl/Dziedzictwo_niematerialne/Krajowa_inwentaryzacja/Krajowa_lista_NDK/ (dostęp: 20.04.2017).

MKiDN: szopkarstwo krakowskie z szansą na wpis na listę UNESCO (komunikat), [http://centrumprasowe.pap.pl/cp/pl/news/info/71070,25,mkidn-szopkarstwo-krakowskie-z-szansa-na-wpis-na-liste-unesco-\(komunikat\)](http://centrumprasowe.pap.pl/cp/pl/news/info/71070,25,mkidn-szopkarstwo-krakowskie-z-szansa-na-wpis-na-liste-unesco-(komunikat)) (dostęp: 20.04.2017).

NID, Czym jest niematerialne dziedzictwo kulturowe?, http://niematerialne.nid.pl/Dziedzictwo_niematerialne/ (dostęp: 19.04.2017).

Pierwszy polski wniosek o wpis na Listę reprezentatywną UNESCO, <http://www.mkidn.gov.pl/pages/posts/pierwszy-polski-wniosek-o-wpis-na-liste-niematerialnego-dziedzictwa-zlozony-w-unesco-7231.php> (dostęp: 20.04.2017).

Portal internetowy Kraków Zaprasza, http://www.krakow.zaprasza.net/tradycje/Default.php?article_id=3 (dostęp: 20.04.2017).

Wokół szopki – Spacerem po Krakowie, http://www.biurofestiwalowe.pl/imprezy/wokol-szopki-spacerem-po-krakowie_40.html (dostęp: 21.04.2017).

<http://epolart.pl/pl/> (dostęp: 6.07.2017).

http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,35798,10813308,Szopka_pamiatka_z_Krakowa__Ale_nie_jak_ciupaga.html (dostęp: 9.07.2017).

<https://sprzedajemy.pl/szopki-krakowskie-7897fb-nr1054801> (dostęp: 3.07.2017).

<http://www.pamiatkizkrakowa.pl/index.php?p515,szopka-krakowska-mala> (dostęp: 7.07.2017).

<http://www.szopki.eu/index.php/pl/kup-szopke> (dostęp: 8.07.2017).