

Witold Warcholik, Konrad Leja

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Gry miejskie jako innowacyjne produkty turystyczne

Gra, jako odmiana zabawy, jest jedną z trzech podstawowych form działalności ludzkiej, obok pracy i uczenia się, wykonywaną dla przyjemności (Okoń 1996). Dorośli zajmują się grami w kontekście zabaw w czasie wolnym od nauki i pracy. Równolegle z powszechnym rozwojem technologicznym, komputeryzacją różnych dziedzin życia, połączoną z coraz tańszym dostępem do Internetu i rosnącą popularnością gier komputerowych, zauważalny jest także proces „ludyzacji”. Zdaniem Polskiego Towarzystwa Badania Gier, obok wizji młodszego pokolenia, beztrudnie bawiącego się na każdym kroku pod wpływem zachęty mediów i trendów popkultury, pragnienie zabawy może stanowić dość zrozumiałe wyjście naprzeciw potrzebom społeczeństwa. Jednocześnie może stanowić dowód na znaczne poprawienie się standardów życia i rosnąca zamożność Polaków.

W poniższym opracowaniu po zdefiniowaniu zjawiska gry jako innowacyjnej formy zwiedzania przestrzeni miejskiej, podjęto próbę oceny popularności takiego produktu turystycznego na terenie Polski.

Gra miejska to forma zabawy realizowana w czasie rzeczywistym w przestrzeni miejskiej, stanowiącej planszę rozgrywki, w której gracze (pionki) rozwiązują określone w scenariuszu zadania według własnych wariantów rozwiązań. O zwycięstwie decyduje czas i liczba lub waga rozwiązanych zadań. Grę miejską charakteryzują wybrane cechy gier fabularnych (*RPG*, ang. *role-playing game*), w których gracze wcielają się w role fikcyjnych postaci, a rozgrywka toczy się w fikcyjnym świecie według zaplanowanego scenariusza, z zachowaniem wybranego zestawu reguł (zwanego mechaniką gry). Łączy ona w sobie także elementy happeningów ulicznych, harcerskich podchodów, gier komputerowych, wreszcie *flash mobów* (ang. błyskawiczny tłum), czyli inicjatyw spontanicznie, niespodziewanie gromadzących tłumy ludzi w miejscu publicznym w celu przeprowadzenia krótkotrwałego zdarzenia, zwykle zaskakującego dla przypadkowych świadków. Gra miejska wpisuje się więc zarówno w grupę gier dydaktycznych, które wymagają wysiłku myślowego, gier ruchowych i sportowych – opartych na wysiłku fizycznym oraz gier terenowych, które wymagają specjalnego przygotowania, gier harcerskich i wojskowych.

Według W. Okonia (1992) gra jest odmianą zabawy, polegającą na respektowaniu ustalonych ściśle reguł. Do czynników różnicujących zabawy i gry zalicza

znaczenie wysiłku, znacznie większe w grze niż w zabawie, wartość reguł – ukrytych w zabawie, a jawnych i sformalizowanych w grze, brak walki, współzawodnictwa i hazardu w zabawie i z reguły ich obecność w grze oraz spotęgowanie iluzji w zabawie. S. Turnau i H. Pieprzyk (1975) uważają, iż gra to czynności (posunięcia) wykonywane przez grające osoby (lub zespoły) w liczbie co najmniej dwu, zgodnie ustalonymi naprzód regułami, których celem jest wygrana jednej z grających osób (jednego z zespołów). Posunięcia graczy na ogół nie są jednoznacznie zdeterminowane przez reguły gry, ale kierowane bądź przypadkiem, bądź świadomym wyborem grającego. W tym drugim wypadku o wygranej decyduje przede wszystkim wysiłek intelektualny i pomysłowość grającego, prowadzące do wyboru właściwej strategii. Według R. Więckowskiego (1979) zabawa jest grą wtedy i tylko wtedy, kiedy sprawia osobie działającej przyjemność i zadowolenie, posiada określone reguły, przewiduje obowiązek świadczeń na rzecz wygrywającego i zawsze kończy się wygraną lub przegraną.

Gra miejska jako produkt turystyczny

Ośrodki miejskie należą do głównych celów przemieszczeń turystycznych, a duże miasta są najważniejszymi miejscami, w ujęciu globalnym, odwiedzanymi przez turystów (Law 1993). W szeroko definiowanej „turystyce na obszarach miejskich” mieszczą się zarówno wszystkie jej formy mające miejsce na terenach miejskich, związane z walorami i zagospodarowaniem turystycznym, jak również turystyka, której celem jest odwiedzanie i poznawanie miasta traktowanego jako dziedzictwo kulturowe i uznawanego za niepodzielny element przestrzeni turystycznej (Kowalczyk 2005).

Początkowo uważano, iż o atrakcyjności turystycznej miasta decydują głównie jego walory turystyczne, a dodatkowo atrakcyjna infrastruktura turystyczna. Obecnie przyjmuje się, że ważnym elementem jest sposób organizacji ruchu turystycznego, a zwłaszcza promocja i obsługa turystów (Kowalczyk 2005). Na temat atrakcyjności turystycznej miasta i jego obrazu w materiałach promocyjnych pisali m. in.: A. Spack (1975), G. Wall i J. Sinnott (1980), A. Lew (1991), C. Corkery i A. Bailey (1994) i H. Hughes (2003).

Gra miejska w kontekście produktu turystycznego może być rozumiana jako pojedyncza usługa o charakterze zbliżonym do przewodnickiej lub wydarzenie cechujące się spójnością i określoną tematyką, organizowane w ustalonym miejscu i czasie, a w wersji rozbudowanej nawet jako impreza, czyli co najmniej dwie usługi oferowane przez organizatorów. Istotą takiego produktu są potrzeby nabywcy, decydujące o jego wyborze, na czele z potrzebą wypoczynku i spędzenia czasu w aktywny sposób w przestrzeni miejskiej.

W miejsce folderów promocyjnych i profesjonalnej usługi przewodnika turystycznego, poruszającego się z grupą turystów według własnej koncepcji lub po wyznaczonych szlakach tematycznych, pojawiają się nieoznakowane trasy, którymi gracze wędrują, rozwiązując zagadki zawarte na mapach, zdjęciach, w wierszowanych wskazówkach itp. Gracz staje się czynnym uczestnikiem wyreżyserowanej przez organizatorów przygody, rozwiązuje jednak zadania na bazie swoich pomysłów, według własnych wariantów tras, jest odkrywcą tajemnic związanych z konkretnymi lokalizacjami. Przy opracowaniu jednorazowej gry miejskiej zwykle

zaangażowane są pojedyncze osoby lub większa grupa organizatorów rozmieszczonych na trasie, z kolei raz przygotowany quest funkcjonuje już sam i do jego obsługi nie jest wymagany organizator.

Warianty gier miejskich na terenie Polski

Trudnych do sprecyzowania początków gier miejskich można dopatrywać się w latach dwudziestych XX wieku w Stanach Zjednoczonych, w krajach Europy Zachodniej w latach siedemdziesiątych tego stulecia, natomiast w przypadku Polski na przełomie XX i XXI wieku. Na polskich planszach miejskich pojawiły się m. in. gry: Inwazja Mocy (RMF FM), warszawski cykl Urban Playground, imprezy organizowane przez śląski kolektyw Partyzants, łódzkie Stowarzyszenie Topografie i Exploring Wrocław. Trudno jednak nie dostrzec pokrewieństw gier miejskich ze znanymi znacznie wcześniej harcerskimi podchodami organizowanymi w miastach, mającymi na celu naukę orientacji w terenie. Jak zauważają M. Grelewski i V. Radojčić (2010), ich uczestnicy okazali się później miejskimi ekspertami w czasie Powstania Warszawskiego. Wzrost liczby organizatorów, festiwali i samych graczy dowodzi rosnącej popularności tego typu terenowych inicjatyw na świecie. Pośrednio zmniejszają się też nakłady finansowe i czas potrzebny na zorganizowanie gry (Grzybowski 2011), m.in. przez dostarczenie narzędzi, np. multimedialnych smartfonów umożliwiających wzbogacenie rzeczywistej przestrzeni o wirtualne elementy oraz przeprowadzenie jej w większej liczbie miejsc.

Sięgając po nieliczne, pionierskie polskojęzyczne prace na temat gier miejskich, warto zwrócić uwagę na próbę ich usystematyzowania przeprowadzoną przez O. Nowakowską (2011). W klasyfikacji tej wyróżniono gry pasjonackie, komercyjne i edukacyjne.

Grupy pasjonackie organizowane są dla gry samej w sobie, z oddolnej, prywatnej inicjatywy jednej osoby lub grupy osób, które działają niekomercyjnie, przede wszystkim z pasji. Szczególnie wokół tych gier tworzą się społeczności, czy to w rzeczywistości fizycznej, czy to w internetowej (Nowakowska 2011). Przykłady takich gier zrealizowanych przez Zespół ds. Gier Miejskich na terenie Krakowa zestawiono w tabeli 1.

Tab. 1. Gry miejskie w Krakowie organizowane przez Zespół ds. Gier Miejskich w Krakowie

Termin	Nazwa imprezy	Przybliżona tematyka, cele gry	Organizator
23.09.2007	LEGENDA STANISŁAWA WYSPIAŃSKIEGO	Odnalezienie zagubionej tablicy pamiątkowej, bez której nie odbyłoby się odsłonięcie okolicznościowego pomnika S. Wyspiańskiego	Rada Dzielnicy I, Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”, SCKM, ZPiT „KraKowiaczy”, WyspArt
01.06.2008	LEGENDY Z JAJEM	Znalezienie zaginionego jaja wawelskiego smoka i wychowanie gada na człowieka	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”
13.09.2008	OPERACJA V.I.C.T.O.R.I.A.	Przechytrzenie Turków i pomoc polskiemu królowi w ich pokonaniu bez użycia siły	Dzielnica I, Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”
24.05.2009	NA ŁEB, NA SZYJĘ	Znalezienie zaginionej Smoczycy	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”

13.11.2008	AKCJA STANCJA	Fabula oparta na przeżyciach śmiałków, którzy próbowali wynająć w Krakowie mieszkanie	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”
18.10.2009	HUTA WOLNA Z NATURY	W 60-lecie Nowej Huty odnalezienie tajemniczego Inwestora z Katarrem (i walizką pieniędzy), szans na jej świetlaną przyszłość	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”, Łaźnia Nowa
13.03.2010	BYĆ JAK KAZIMIERZ P.	Spotkanie z Kazimierzem Podgórskim, najnowszym krakowskim mieszczaninem – postacią fikcyjną, ale prawdopodobną	„Gazeta Wyborcza”, Teatr Groteska, Bonarka City Center
12.06.2010	ZŁOTY KRAKÓW	Znalezienie dowodów rzymskości dawnego Krakowa	„Gazeta Wyborcza”, Wydawnictwo Literackie
16.04.2010	TOTALNY KOSMOS	Znalezienie gniazda obcych w cichym spokojnym miasteczku gdzieś na obrzeżach Tesco	„Gazeta Wyborcza”, Teatr Groteska
28.05.2010	OPERACJA LUTY	Przygotowanie odbicia komendanta krakowskiego obwodu AK, płk. Józefa Sychalskiego (Luty)	Muzeum Historyczne Miasta Krakowa, „Gazeta Wyborcza”
02.07.2011	GOŁĄBKI EUROPY	Na powitanie polskiej prezydencji w UE, wskazanie jak wiele jest Unii w Krakowie	Urząd Miasta Krakowa, „Gazeta Wyborcza”, Teatr Groteska
04.09.2011	POSZUKIWACZE ZNAKÓW	Poznanie pierwszych plemion Europy	Teatr Groteska

Gry komercyjne organizowane są głównie przez przedsiębiorstwa turystyczne, agencje reklamowe, eventowe, public relations i biura podróży dla osiągnięcia określonego zysku finansowego. Gry komercyjne wykorzystuje się do zwiedzania miast przy okazji wyjazdów integracyjnych i motywacyjnych bądź też tworzone są na specjalne zamówienie. Kierowane są także do indywidualnych turystów, np. osób chcących w ten sposób zorganizować swój jubileusz czy wieczór kawalerski. Oferty polskich firm tworzących komercyjne gry miejskie oparte są bardzo często na założeniach tzw. team buildingu, czyli tworzeniu dobrze zorganizowanej i współpracującej grupy pracowników. Przedsiębiorstwa kreujące komercyjne gry miejskie proponują firmom zaangażowanie swoich pracowników, argumentując, iż wzięcie udziału w grze miejskiej może przynieść liczne korzyści dla pracodawcy, takie jak zbudowanie zespołu czy też lepsze poznanie pracowników z kadrą kierowniczą, większe związanie pracowników z marką oraz zapoznanie ich z kodeksem etycznym przedsiębiorstwa. Wyjazdy tego typu można zaliczać do turystyki biznesowej, ze względu na brak sztywnych definicji, utożsamiane bywają również z turystyką motywacyjną.

Edukacyjny charakter gier miejskich

Gry miejskie mogą odgrywać istotną rolę w turystyce edukacyjnej, być źródłem wiedzy osobiście doświadczonej przez turystę, a także szerzej – w procesie kształcenia. W tym drugim kontekście słuszne wydaje się wiązanie gier miejskich z problemowymi metodami nauczania. To taki sposób nauczania i uczenia się, którego

osnowę stanowi rozwiązywanie przez uczniów zagadnień praktycznych i teoretycznych (Okoń 1987). Termin ludologia jest neologizmem powstałym z połączenia łacińskiego *ludus* – gra, zabawa i greckiego *logos*, współcześnie służącego do nazywania różnych dziedzin dostępnej wiedzy. Główny człon terminu ludologia – *ludus* – poza odniesieniami do gry i zabawy, związany jest również ze szkołą, co mogłoby wskazywać na starożytne związki nauki z ludycznością, w myśl zasady „uczyć się bawiąc” (Surdyk 2009).

Formuła gry miejskiej łączy umiejętności praktyczne z wiedzą teoretyczną uczestników zabawy. Gry miejskie to okazja, by zdobyć nowe wiadomości (Czetwertyńska 2009). Mogą stanowić istotne narzędzie pobudzania aktywności intelektualnej, lokując się w grupie szeroko wykorzystywanych przez współczesną dydaktykę gier i zabaw dydaktycznych, których definicję słownikową podaje m.in. K. Kruszewski (1993). S. Turnau i H. Pieprzyk (1975) uważają, iż gra dydaktyczna charakteryzuje się takim wyborem reguł, że wykonanie posunięcia zgodnego z regułami gry wymaga wykonania operacji, których opanowanie stanowi cel nauczania.

Problematyką gier i zabaw dla dzieci i młodzieży, w tym gier ruchowych, zajmowali się m.in. R. Mańkowski, A. Martynkin (1983), M. Bondarowicz (1995), I. Flemming (1998), D. Chauvel, V. Michel (1999), R. Patermann (1999), T. Staniszewski (1999), M. Bondarowicz, T. Staniszewski (2000), R. Portmann (2001), U. Vohland, I. Scherf (1997), H. Nawara, U. Nawara (2003).

Gra miejska łączy w sobie cechy różnych odmian gier i zabaw dydaktycznych, podzielonych przez Cz. Kupisiewicza (1980) na: gry symulacyjne, wymagające aktywnego odtworzenia ról, sytuacyjne, służące wyrabianiu umiejętności odpowiedniego zachowania się w sytuacjach trudnych, a odnoszące się zazwyczaj do sytuacji fikcyjnych, choć prawdopodobnych, inscenizacje i giełdy pomysłów.

Wśród licznej grupy etnografów panuje przekonanie, że powodem powstania wielu gier była właśnie funkcja edukacyjna. Przekazywanie wiedzy oraz przygotowanie do właściwego funkcjonowania w danej społeczności może bowiem odbywać się poprzez odtwarzanie społecznych i naturalnych warunków życia człowieka. Popularna gra w szachy już dwa tysiące lat temu była używana jako typowa gra symulacyjna, by przygotować żołnierzy do właściwego rozgrywania bitew. Techniki, jakimi nauczał łaciny i greki św. Augustyn, to m.in. odgrywanie ról na podstawie dialogów. Czeski humanista Jan Amos Komeński, twórca nowożytnej pedagogiki, w swym dziele *Didactica Magna* z 1657 roku wyjaśniał, że metoda nauczania powinna umniejszać trud uczenia się tak, aby uczniów nic nie zrażało i nie odstraszało od dalszej nauki (Siek-Piskozub 1995).

Zastosowanie na szerszą skalę (być może nawet wpisanie na stałe do programów nauczania na różnych poziomach kształcenia) opracowanych przez specjalistów technik ludycznych w nauczaniu przedmiotów lub dodatkowo wykorzystanie gier rozwijających logiczne, samodzielne i kreatywne myślenie, mogłoby się okazać szczególnie przydatne w obliczu mieszanych opinii na temat formy i wymogów nowych egzaminów maturalnych i gimnazjalnych (Surdyk 2008). Sceptycyzm, a niekiedy nawet krytyka i niechęć ze strony nauczycieli wobec technik ludycznych, wynika najczęściej z ich niedokształcenia i nieuzasadnionego uprzedzenia. Najczęstsze nauczycielskie uwagi w zakresie technik ludycznych to ich rzekoma niska skuteczność w nauczaniu, obniżanie dyscypliny w grupie, przeznaczenie wyłącznie dla dzieci i infantylny charakter.

Podstawowe czynności organizatora warunkujące prawidłowy przebieg gry miejskiej to: ściśle określenie odbiorcy, dobranie w stosunku do grupy docelowej odpowiedniej długości trasy i stopnia trudności zadań, zapewnienie bezpieczeństwa uczestników oraz sprecyzowanie mechaniki gry. Zespół reguł to m.in. określenie, czy gracz jest rozliczany na podstawie czasu na mecie, czy w oparciu o rozwiązane zadania w określonym czasie rozgrywki, z jakich środków transportu może korzystać i czy grupa może się rozdzielać. Przykładowe sposoby urozmaicania zadań to zastosowanie szyfrów, atramentu sympatycznego, zamrażanie wskazówek, elementy języka migowego, archiwalia, np. plany miast, wykorzystanie określonych wersji ze wskazanych pozycji książkowych, skrzynki kontaktowe, krzyżówki, napisy w obcych językach itp. Gry miejskie często poprzedzone są etapem wprowadzającym, np. rozgrywanym w Internecie. Istotne jest także konstruowanie scenariusza, by przy powszechności telefonów komórkowych i mobilnego Internetu rozwiązania zadań nie były możliwe poprzez błyskawiczne ich odnalezienie na stronach www.

Klasyczny model tworzenia gry, zdaniem J. Juula (2003), nie zmienił się od kilku tysięcy lat i bazują na nim współcześni twórcy rozrywki, np. w formie elektronicznej. Definiuje on grę jako system formalny, w obrębie którego wyróżnić można sześć skorelowanych ze sobą elementów:

- reguły, czyli zasady ustalane przed startem gry, obowiązujące wszystkich uczestników,
- zmienny wynik, czyli rezultaty uzależnione od kompetencji graczy, ich sposobu działania i zaangażowania,
- wartość wyniku, czyli pozytywne lub negatywne znaczenie, jakie uczestnicy przypisują potencjalnym результатам gry,
- działania gracza, czyli miara i rodzaj aktywności uczestnika podejmującego wyzwanie,
- relacja gracz-wynik, czyli wpływ, jaki wywiera na uczestnika gry ostateczny wynik,
- uzgadniane konsekwencje, czyli efekty gry.

Przeświadczenie o infantylności technik ludycznych znajduje źródło w błędnie stosowanym uogólnieniu, iż techniki te nadają się wyłącznie do nauczania dzieci. Jednym z głównych założeń wielu tzw. metod alternatywnych, w które z reguły w dużej mierze wpisują się techniki ludyczne, nie jest ich infantylność, lecz naturalna potrzeba człowieka (*homo ludens*) do zabawy i wolnego postępowania, jak też otwartość i ciekawość wobec tego, co nowe – typowa przede wszystkim dla dzieci, lecz nie wyłącznie (Surdyk 2008).

Gry miejskie mogą stanowić skuteczne narzędzie edukacji regionalnej, która w programach nauczania jest marginalizowana. W szkołach nauczyciele realizują edukację regionalną najczęściej w postaci zajęć pozalekcyjnych – jako koła zainteresowań, wycieczki i rajdy terenowe, konkursy wiedzy o regionie (Grelewski, Radojičić 2010).

Sam akt grania, który jest nierozzerwalnie połączony z zabawą, odsłania raczej pozytywne cechy społecznej natury człowieka, swobodę i naturalność – bardzo potrzebne w codziennych, niezobowiązujących kontaktach z innymi ludźmi. J. Huizinga (1985) twierdził, że społeczność graczy przejawia na ogół skłonność do trwałości, nawet po zakończeniu gry. Obserwacja gier miejskich pozwala wnioskować, iż skład graczy w obrębie drużyn bardzo często jest stały. Dzięki komunikacji przez Internet

zawodnicy tworzą wspólnoty, wchodzą ze sobą w relacje podczas fizycznego uczestnictwa w grze w przestrzeni miasta oraz po jej zakończeniu, poprzez fora, umieszczanie i oglądanie zdjęć z gier, wysyłanie wiadomości, umieszczanie filmów z gier w serwisie internetowych. Spotykają się także na imprezach integracyjnych.

Zainteresowanie grami miejskimi w Polsce

Gry miejskie w Polsce są od niedawna wykorzystywane w turystyce, dlatego aby ocenić ich aktualną i prognozowaną popularność, dobrano grupę respondentów charakteryzującą się dużą aktywnością, dynamiką, składającą się z osób młodych, a więc potencjalnie zainteresowanych tego typu ofertą. Ankiety przeprowadzono wśród pięciuset studentów, którzy, biorąc pod uwagę kryterium wieku, zaliczają się do osób najczęściej korzystających z usług turystycznych (Alejski 1999). W skład badanej grupy weszły osoby studiujące różne kierunki, m.in. geografię, turystykę i rekreację, pedagogikę, filologię angielską i romańską oraz stosunki międzynarodowe.

Wyniki badań ankietowych wskazują, że gry miejskie mogą stać się istotną alternatywą dla tradycyjnego zwiedzania przestrzeni miejskiej z przewodnikiem (97% ankietowanych osób). W teoretycznej sytuacji wyboru usług przewodnika i możliwości wzięcia udziału w grze miejskiej, 25% badanych opowiedziało się za grą miejską, a ponad połowa zaznaczyła, że raczej skorzystałaby z takiego sposobu zwiedzania. Z ankiety wynika, iż uzasadnienia takiego wyboru można upatrywać w interesującym sposobie zwiedzania miasta, aspektach zabawy i aktywności fizycznej, lepszym zapamiętaniu informacji, uniezależnieniu się od preferencji przewodnika czy też pilota, własnej aktywności oraz poruszaniu się nie tylko utartymi przez turystów ścieżkami. Jako grupę docelową, dla której powinno się organizować ten typ zwiedzania, respondenci wskazali ludzi młodych.

Z coraz większą liczbą gier miejskich realizowanych w Polsce nie idzie w parze wzrost świadomości turystów o możliwości skorzystania z takiej formy poznawania przestrzeni miejskiej. Dwie trzecie respondentów po raz pierwszy o grach miejskich dowiedziało się podczas wypełniania ankiet na potrzeby niniejszego opracowania. Spośród wszystkich ankietowanych zaledwie 14% kiedykolwiek uczestniczyło w grze miejskiej. Źródłem wiedzy o organizowanych grach miejskich są przede wszystkim informacje przekazane od innych osób oraz przez Internet.

Na tle wykazanego wyżej znacznego zainteresowania tematem wśród respondentów, aktualna krajowa oferta gier miejskich na rynku turystycznym jest bardzo ograniczona. Przykłady takiej formy zwiedzania zostały odnotowane głównie w największych polskich miastach. Śledząc dostępność poszczególnych imprez, zauważyć można jednak ich stałe przeobrażanie i dostosowywanie do gustów klientów. Stopniowo zwiększa się także ich liczba.

Podsumowanie

Gry miejskie i inne formy zabaw terenowych, jak przykładowo *questing*, to innowacyjne pomysły na prezentację, udostępnienie oraz interpretację dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Dobrze przygotowana gra miejska wpisuje się w trend turystyki bazujący na zabawie, emocjach, edukacji i zaangażowaniu turysty (*4xe = entertainment, emotion, education, engage*).

Istotną kwestią przy realizacji gier miejskich wydaje się być eliminacja infantylnych form i zadań, a także narzędzi promocji tego typu form spędzania czasu, które wręcz obrażają inteligentnego odbiorcę. W szerszym, wykraczającym poza ramy gier miejskich ujęciu zabaw w mediach coraz częściej pojawiają się bowiem, zwłaszcza w funkcji chwytów marketingowych i w samych nazwach produktów, terminy „gra” i „zabawa” odmieniane przez wszystkie przypadki, często również w językach obcych (np. *play, fun, joy, enjoy, game, party*), choć same produkty nie mają nic wspólnego z jakimikolwiek czynnościami ludycznymi (Surdyk 2008).

Gry miejskie stymulują potrzebę działania, skłaniają często uczestników do poszukiwań i funkcjonowania w nieznanym obszarach, ich scenariusze przełamują rutynę wprowadzając graczy z szerokiego spektrum wiekowego w kulturę uczestnictwa, w której kluczową rolę odgrywa miasto. Każda gra jest zabawą, przyzwyczajającą uczestnika do określonych reguł. Spełnia, oprócz kształcących, ważne funkcje wychowawcze, m.in. uczy poszanowania przyjętych norm, umożliwia współdziałanie, sprzyja uspołecznieniu. Gry miejskie są inicjatywami na tyle wszechstronnymi w przekazywaniu treści interdyscyplinarnych, że mogą je wykorzystywać zarówno nauczyciele i muzealnicy, jak i organizacje pozarządowe oraz samorządy do promocji miejscowości lub regionu, a dodatkowo w wymiarze komercyjnym przedsiębiorstwa turystyczne, agencje reklamowe, eventowe, public relations, biura podróży itp.

Autorzy opracowania, organizujący cyklicznie w Krakowie gry miejskie, takie jak Krakowska Gra Miejska (fot. 1) i Geoinfotropia (fot. 2), są zdania iż, podobnie jak przykłady dynamicznego rozwoju questingu (np. 160 amerykańskich questów obejmujących 50 miast w dolinie rzeki Connecticut), imprezy te na stałe zagoszczą na turystycznej mapie Polski.



Fot. 1. Krakowska Gra Miejska, scenariusz Konrad Leja (fot. SKNG UP)



Fot. 2. Geoinfotropy (www.warwitek.pl/gramiejska.html), scenariusz Witold Warcholik (fot. Piotr Markowski)

Literatura

- Aleziak W., 1999, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wyd. Albis, Kraków
- Bondarowicz M., 1995, *Zabawy i gry ruchowe na cztery pory roku*, Wyd. Bellona, Warszawa
- Bondarowicz M., Staniszewski T., 2000, *Podstawy teorii i metodyki zabaw i gier ruchowych*, Wyd. AWF, Warszawa
- Corkery C. K., Bailey A. J., 1994, *Lobster is big in Boston: postcards, place commodification, and tourism*, *GeoJournal*, 34, 4
- Czterwertyńska A., Grubek K., 2009, *Warszawskie gry literackie*, Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej, Warszawa
- Chauvel D., Michel V., 1999, *Gry i zabawy w przedszkolu*, Wyd. Cyklady, Warszawa
- Flemming I., 1998, *Gry i zabawy na wycieczkę szkolną*, Wyd. Jedność, Kielce
- Grelewski M., Radojičić V., 2010, *Gry miejskie jako narzędzie edukacji regionalnej na przykładzie gry ŁódźBój*, *Geografia w Szkole*, nr 4
- Grzybowski K., 2011, *Geogames – system do tworzenia i rozgrywania gier miejskich*, maszynopis pracy dyplomowej, Uniwersytet Warszawski, Wydział Matematyki, Informatyki i Mechaniki
- Hughes H., 2003, *Arts, entertainment and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford-Burlington
- Huizinga J., 1985, *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, Czytelnik, Warszawa
- Juul J., 2003, *The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness*, Digital Games Research Conference Proceedings, Utrecht University

- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, Prace i Studia Geograficzne, t. 35, Warszawa
- Kruszewski K., 1993, *Gry dydaktyczne*, [w:] *Encyklopedia pedagogiczna*, red. W. Pomykało, Warszawa
- Kupisiewicz Cz., 1980, *Podstawy dydaktyki ogólnej*, PWN, Warszawa
- Law Ch. M., 1993, *Urban tourism: attracting visitors to large cities*. Mansell, London
- Lew A., 1991, *Place representation in tourist guidebooks: an example from Singapore*, Singapore Journal of Tropical Geography, 12, 2
- Mańkowski R., Martynkin A., 1983, *Gry i ćwiczenia terenowe*, Wyd. MAW, Warszawa
- Nawara H., Nawara U., 2003, *Gry i zabawy integracyjne*. Wyd. AWF, Wrocław
- Nowakowska O., 2011, *Wszystko gra! Gry miejskie w przestrzeni Warszawy*, Homo Ludens, nr 1 (3)
- Okoń W., 1987, *Zabawa a rzeczywistość*, WSiP, Warszawa
- Okoń W., 1992, *Słownik pedagogiczny*, PWN, Warszawa
- Okoń W., 1996, *Nowy słownik pedagogiczny*, Wyd. Żak, Warszawa
- Patermann R., 1999, *Zabawy w naturze na każdą porę roku*, Wyd. Jedność, Kielce
- Portmann R., 2001, *Gry i zabawy kształtujące pewność siebie*, Wyd. Jedność, Kielce
- Siek-Piskozub T., 1995, *Gry, zabawy i symulacje w procesie glottodydaktycznym*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań
- Spack A., 1975, *Aspects et problemes touristiques en milieux urbains et périurbains: l'exemple de la ville de Metz et du pays messin*. Mosella, 4, 1/2
- Surdyk A., 2008, *Edukacyjna funkcja gier w dobie „cywilizacji zabawy”*, Homo Communicativus, nr 3(5)
- Surdyk A., 2009, *Status naukowy ludologii. Przyczynek do dyskusji*, Homo Ludens, nr 1
- Staniszewski T., 1999, *Zabawy i gry ruchowe – teoria i metodyka*, Wyd. AWF, Warszawa
- Turnau S., Pieprzyk H., 1975, *Gry w nauczaniu arytmetyki*, Oświata i Wychowanie, nr 5
- Wall G., Sinnott J., 1980, *Urban recreational and cultural facilities as tourist attractions*, The Canadian Geographer, 24, 1
- Więckowski R., 1979, *Elementy systemu nauczania początkowego*, WSiP, Warszawa
- Vohland U., Scherf I., 1997, *Gry i zabawy dla całej rodziny*. Marba Crown LTD, Warszawa

Urban game: an innovative tourism product

Abstract

Urban games and other forms of field games, such as Questing, are innovative ideas for presentation, disclosure and interpretation of natural and cultural heritage. The results of the survey presented in the study show that soon urban games can become an alternative to a traditional guided sightseeing of an urban area. There may be several reasons for such a choice: an interesting way of exploring a city, aspects of play and physical activity, better memorization of information, as well as the possibility of being independent from guide's preferences, self-activity and taking the paths other than the ones which are popular among tourists.

A well-prepared urban game is a part of the particular trend in tourism based on entertainment, emotions, education and engagement (4×e). Players become active participants in the

adventure directed by the organizers, however, they solve the tasks using their own ideas and variants of routes.

In Poland, urban games are used mainly in cognitive and business tourism based on integration parties and team building activities. The current offer of urban games on the tourism market in our country is limited. Examples of this particular form of sightseeing have been observed mostly in the biggest Polish cities. By monitoring the availability of individual events, their constant changing and adjusting to customers' preferences can be noticed. The growing number of urban games introduced in Poland is not followed by the increase in tourists' awareness that it is possible to use this form of city sightseeing. The source of knowledge about urban games is mainly the information provided by other people, as well as the Internet.

dr Witold Warcholik
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e-mail: witek.maciej@gmail.com

Konrad Leja
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Studenckie Koło Naukowe Geografów
e-mail: konrad.boz@op.pl