

*Blanka Brzozowska*

## POCHWAŁA SZTUCZNOŚCI, CZYLI KIM JEST POSTTURYSTA?

Zwiedzanie, zbiorowe oglądanie (konsumowanie) pewnych widoków, które stanowi podstawę aktywności turystycznej, jest istotne głównie ze względu na stwarzanie idei pewnej społeczności. Jak zauważa Dean MacCannell

„pojedynczy akt zwiedzania sam w sobie nie ma ciężaru gatunkowego, pozostając równocześnie bezpośrednią przyczyną powstania uporządkowanej reprezentacji struktury społeczeństwa nowoczesnego, jaką jest system atrakcji turystycznych”<sup>1</sup>.

Tego typu aktywność pozwala scalić sfragmentaryzowane doświadczenie i umocować się w życiu zbiorowości przy wykorzystaniu cykli obrazów przypominających rodzinny album ze zdjęciami<sup>2</sup>. Istotna wydaje się tu przyjemność, jaką daje „odświeżenie” spojrzenia przez dostarczenie mu pożywki w postaci nowych widoków, oglądanie tego-co-odmienne od naszego codziennego środowiska. Spojrzenie turysty jest definiowane przez różnicę i przeciwieństwo.

„Nie istnieje spojrzenie turystyczne jako takie. Jest ono różnicowane przez społeczeństwo, grupę społeczną i okres historyczny (...) Każde odrębne spojrzenie turystyczne zależy od tego, z czym jest skontrastowane, od form nie-turystycznego doświadczenia”<sup>3</sup>.

Formy te, dodajmy, są najczęściej związane z czasem wypełnionym przez pracę i rozmaite obowiązki. Aktywność turysty zatem, odnosząca się do tego, co niezwykle i uduziwnione, może być analizowana analogicznie do praktyki społecznej definiowanej jako dewiacja (przy czym należy pamiętać, iż „norma” pozostaje charakterystyczna dla danego społeczeństwa)<sup>4</sup>. Turysta jest więc, w pewien sposób, zawieszony między „normalnym” trybem życiowym (praca/dom) a, jak nazywa to John Urry, „odjazdem”, chwilowym zawieszeniem normy. Agnieszka Ogonowska wspomina

---

<sup>1</sup> Por. D. MacCannell, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, przekł. E. Klekot, A. Wierzorkiewicz, Muza, Warszawa 2002, s. 22.

<sup>2</sup> Ibidem, s. 23.

<sup>3</sup> J. Urry, „Spojrzenie turystyczne”, *Kultura Popularna* 2005, nr 1, s. 57.

<sup>4</sup> Ibidem, s. 58.

w tym kontekście o stanie „bycia nie na swoim miejscu”, który umożliwia chwilowe wyłamania się z form zachowań. Pisze ona:

„(...) realna turystyka oferuje nie tylko doświadczenie konkretnych atrakcji, ale generuje swoisty stan zawieszenia ponad normalnym czasem pracy i wypełniania ról społecznych przez turystę oraz stwarza konieczny margines wolności i odpoczynku sprzyjających próżnowaniu; w ten sposób turystyczna atrakcja obejmuje nie tylko zwiedzanie konkretnego obiektu, ale równocześnie prawo do nic nie robienia oraz wynikającą z tego faktu przyjemność”<sup>5</sup>.

Tym bardziej warto zwrócić uwagę, że jedną z naczelných atrakcji turystycznych jest „praca na wystawie”, praca „odgrywana” na potrzeby turystycznego spektaklu. Innymi słowy – w ramach wolnego czasu turysta pragnie oglądać pracę innych, ponieważ jest ona odbierana jako egzotyczna<sup>6</sup>. Jednocześnie turyście zostaje zaoferowany dostęp do sfery „kulis” (na przykład odsłania się przed nim warsztat pracy rzemieślnika), co ma gwarantować „autentyczność” zwiedzanej atrakcji.

Na atrakcyjność tego stanu składa się również fakt bycia „gdzie indziej”, które to miejsce staje się obiektem spojrzenia, co ważne, traktowanego w sposób czysto rozrywkowy. Ekscytująca odmienność niecodziennego krajobrazu okazuje się najczęściej obiektem uprzedmiotowienia za sprawą pragnienia utrwalenia tego doświadczenia na fotografii, filmie wideo itd. Kolejne warstwy tej „zewnętrznej pamięci” poszerzają i utrwalają sferę znaków konstruujących spojrzenie turysty (romantyczne zdjęcie z ukochanym na tle wieży Eiffła wpisuje się w schemat „Paryż – miasto miłości”)<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> A. Ogonowska, „My, turyści”, *Kultura Popularna* 2005, nr 1, s. 72.

<sup>6</sup> Por. D. MacCannell, op. cit., s. 56. Autor zwraca uwagę, iż miejsca, w których można oglądać pracę, „łącząc gospodarzkę z estetyką, zaś typowe dla epoki przemysłowej zainteresowanie klasą społeczną i statusem zaczynają zastępować typowym dla nowoczesności zainteresowaniem ‘stylami życia’” (ibidem, s. 97). Należy tu zwrócić uwagę, iż tego typu zainteresowanie sferą „kulis” przejawiają też konsumenci w *mallu*, choć w tym przypadku względy estetyczne są drugorzędne wobec pragnienia kontroli i bezpieczeństwa. Zlikwidowanie bariery powoduje pozorne zbliżenie do procesu produkcji, zniwelowanie kolejnych etapów obrotu towarami, a przez to uwiarygodnienie (por. R. Sulima, *Antropologia codzienności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2000, s. 163).

<sup>7</sup> Por. J. Urry, op. cit., s. 59. Również Marc Augé zauważa, że związek między jednostką a przestrzenią nie-miejsca (o ile za taką przyjmijemy przestrzeń, w której funkcjonuje turysta) odbywa się na zasadzie mediacji poprzez teksty. Niektóre miejsca istnieją jedynie przez słowa, które je ewokują, i jako takie są nie-miejscami lub raczej miejscami wyobrażonymi, kliszami, utopiami, stwarzają obrazy mityczne. Wyjątkowość prawdziwego nie-miejsca opiera się na częściowym definiowaniu go przez teksty typu „instrukcja obsługi” („Palenie wzbromione”). Określa to warunki ruchu, w których jednostki wchodzi w interakcje jedynie z tekstami reprezentującymi porządek „moralny”, instytucje (policja, Ministerstwo Transportu, lotnisko). Objawia się tu specyfika nie-miejsca, które tworzy relacje umowne, „kontraktowe” (w przeciwieństwie do antropologicznego miejsca, które jest organicznie społeczne) – por.

Turysta jest kolekcjonerem znaków, który kieruje się przede wszystkim tym, co typowe, a mechaniczne rejestrowanie śladów jego bytności „gdzie indziej” pozwala mu lepiej usytuować się w roli konsumenta miejsc/widoków. Zewnętrzna pamięć pełni tu jeszcze jedną istotną funkcję, a mianowicie zaświadcza o autentyczności doświadczenia („byłem tam”, „znam Paryż”).

To jednak jest problematyczne, gdyż „prawdziwe życie” odwiedzanych miejsc okazuje się nieosiągalne dla turysty. Atrakcje są organizowane według modelu „bezstronnej obserwacji”, przypominającej badanie naukowe. Świat turysty wydaje się „skończony”, lecz także „stworzony na wzór światów ludzi, którzy są jedynie **przechodniami** i dobrze o tym wiedzą”<sup>8</sup> (podkr. B.B.). Dążenie do odszukania autentyczności jest tu więc związane z pragnieniem poskładania fragmentów w spójne całościowo doświadczenie. Turystykę rozumie się jako obrzęd celebrowany wobec zróżnicowania (choć jego przewyciężenie okazuje się niemożliwe)<sup>9</sup>. Jedną z metod docierania do owej (zainscenizowanej) autentyczności byłoby poszukiwanie atrakcji o charakterze negatywnym, takich jak slumsy, ścieki kanalizacyjne, miejsca morderstw, szalety publiczne, lecz również wspomniana już wcześniej „praca na pokaz”, fragmenty systemu komunikacji miejskiej<sup>10</sup>.

Tereniem poszukiwania autentyczności byłaby także obcość jako wyłamanie się z kultury konsumpcji. Zygmunt Bauman przeciwstawia turystyce postać włóczęgi. Autor pisze: „ponowoczesna strategia życiowa każe unikać jak ognia wszystkiego, co to raz na zawsze, na wieki wieków, aż śmierć nas nie rozdzieli. Postać turysty jest uosobieniem takiego uniku”<sup>11</sup>. Tak interpretowany turysta charakteryzuje się permanentnym stanem bycia „na zewnątrz”, utrzymywaniem postawy dystansu. Powoduje to efekt zawieszenia, turysta bowiem nie chce nigdzie dotrzeć, najważniejsze jest dla niego samo podróżowanie<sup>12</sup>. Wydaje się, że nie chodzi tu jednak o opisane wyżej dryfowanie, lecz raczej o specyficzny rodzaj konsump-

---

Marc Augé, *Non-places Introduction to an Anthropology of Supermodernity*, przekł. J. Howe, Verso, London–New York 1995, s. 94–96.

<sup>8</sup> D. MacCannell, op. cit., s. 79.

<sup>9</sup> Por. ibidem, s. 19.

<sup>10</sup> Por. ibidem, s. 84–85, 115–116. Szczególnie interesujące wydaje się zwiedzanie kanałów paryskich. Głównym czynnikiem powodującym fascynację w tym przypadku jest uświadomienie sobie podziemnych, a więc z założenia ukrytych dla oczu przechodnia, połączeń pomiędzy różnymi punktami miasta.

<sup>11</sup> Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpienia*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2000, s. 143.

<sup>12</sup> Ibidem, s. 144–145.

cji. Figura ta to turysta „odhaczający” – kolejne zabytki, miejsca, atrakcje – który, podobnie jak konsument *mallu*, nigdy nie osiągnie stanu zaspokojenia, stąd jego niemożność (bardziej niż niechęć) dotarcia do celu. Jego egzystencję charakteryzują: epizodyczność, brak „ciągu dalszego”, przerywanie opowieści, *jamais*.

„Świat turysty składa się z widoków, nie kształtów. To nie tyle właściwości oglądanych rzeczy, ile wędrujące zainteresowanie turysty, jego wieczne ruchliwa uwaga, zmienne punkty widzenia nadają światu formę – zawsze zresztą równie ulotną jak spojrzenie, które powołało ją do życia”<sup>13</sup>.

Głównymi motywami jego działania są nuda i pragnienie doświadczenia czegoś egzotycznego, innego, silniejszego. Jest on „kolekcjonerem wrażeń”, który „z wędrowki uczynił strategię życiową”, a wyjeżdża dlatego, że „woli tęsknić za domem, niż w nim być”<sup>14</sup>. Turysta nie włóczy się jednak bez celu, jego cel stanowi konsumowanie widoków/atrakcji. Tymczasem włóczęga, w którym Bauman widzi *alter ego* turysty, jest „ściekiem kanalizacyjnym, do którego wylewa się wszelkie brudy zanieczyszczające żywot turysty”<sup>15</sup>. Jego obecność niepokoi turystę (jest bowiem „oślizgła” i grozi „przyklepieniem się”). Z drugiej strony włóczęga wydaje się fascynujący jako atrakcja turystyczna, jako obcy łączący w sobie cechy niebezpieczne i fascynujące zarazem. Simmlowski obcy jest rozumiany jako nie-konsument i dzięki temu może stawać się atrakcyjny na zasadzie „egzotycznej ciekawostki”. Obszar zamieszkiwany przez niego i jego pobratymców, *no go street*, może stwarzać okazje do wewnętrznej turystyki (egzotyka w zasięgu ręki bez konieczności opuszczania swojego kraju) i „konsumowania” obcości (strategia antropofagiczna). Istotna jest przy tym ambiwalentna postawa – lęku i fascynacji – jaką wywołuje spotkanie z obcym (choć należy pamiętać, że w opisywanej sytuacji to „turysta” jest stroną dominującą, tym, który ma prawo wyboru – z kim, kiedy i na jak długo się spotka – w przeciwieństwie do „tubylców”, „unieruchomionych” w przeznaczonej dla nich strefie)<sup>16</sup>. *No go area* stwarza obietnicę egzotyki, podobną do tej, jaką przynosiła ze sobą instytucja jarmarku, i jako strefa „poza” („naszym” porządkiem, ładem, konsumpcją) staje się także dla turysty, pragnącego przerwać codzienną nudę, synonimem autentyczności.

Jeśli jednak przyjmiemy, za Johnem Urrym, iż podstawą organizacji turystyki nie jest poszukiwanie autentyczności, lecz tworzenie napięcia między otoczeniem „codziennym” a tym odmiennym, będącym obiektem

<sup>13</sup> Ibidem, s. 146.

<sup>14</sup> Ibidem, s. 148.

<sup>15</sup> Ibidem, s. 152.

<sup>16</sup> Por. ibidem.

spojrzenia, to przydatna okaże się, wykształcona w kontekście postfordyzmu, koncepcja postturyisty. To, co odróżniałoby go od poprzednika, to fakt, iż atrakcjami byłyby dla niego właśnie nieautentyczność „normalnego” turystycznego doświadczenia oraz wynikająca z tego możliwość prowadzenia rozlicznych turystycznych gier z wieloma tekstami<sup>17</sup>. Owa zabawa „resztkami” turystycznego doświadczenia byłaby możliwa dzięki permanentnemu stanowi bycia „pomiędzy”, czyniącemu z turysty jeden z modeli osobowości ponowoczesnej.

Warto tu zauważyć, że choć podróżowanie/turyistyka są przez większość badaczy rozpatrywane jako przynależne domenie wzroku, to można także ujmować je w szerszym kontekście. Krzysztof Podemski kładzie nacisk na „wielozmysłowość” tego typu doświadczenia, gdyż jego zdaniem pozwala ona określić specyfikę tego rodzaju aktywności na tle innych „wojeryzmów”. W ten sposób zostaje podważona możliwość określania zjawiska podróży jako analogicznego do chociażby przeglądania stron internetowych, co zdaniem autora powoduje zacieranie się jego wyjątkowości w obliczu szeregu innych problemów wizualnej konsumpcji<sup>18</sup>. Uniemożliwiłoby to również proste przeciwstawianie turystyce podróży, bez uwzględniania rozmaitych form tej ostatniej, określające postać turysty jedynie jako bezwolnego, biernego konsumenta poszukującego powierzchniowych, zastępczych doświadczeń, tych, jak nazywa je Daniel Boorstin, „pseudowydarzeń”<sup>19</sup>.

Byłoby to zgodne właśnie z ideą postturyisty. W interpretacji Chrisa Rojka turysta jako konsument nie jest bierny, a wręcz przeciwnie, nowe technologie umożliwiają aktywne uczestnictwo, grę, tworzenie turystycznych kolaży oraz własnych scenariuszy łączących fikcję i rzeczywistość. Innymi słowy, chodziłoby tu o „zabawowy, ironiczny, formalnie zindywidualizowany stosunek do zwiedzania”<sup>20</sup>. Aktywność tego rodzaju, wbrew teorii MacCannella i Baumana, bazowałaby na świadomości nieautentyczności i symulacyjnego charakteru turystycznego doświadczenia, powinna zatem być rozważana w perspektywie kultury konsumpcyjnej z uwzględnieniem „alternatywnych” modeli funkcjonowania w niej.

<sup>17</sup> Por. J. Urry, op. cit., s. 64.

<sup>18</sup> Por. K. Podemski, *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2004, s. 13. Nastawienie na wizualność podróży stanowi zresztą cechę stosunkowo nową; jak wskazuje, za Judith Adler, Podemski, podróże osiemnastowieczne były nastawione jeszcze raczej na słowo, dyskurs, ucho i język niż na obraz, patrzanie, zwiedzanie. Wtedy też, wraz ze wzrastającą rolą estetyki i smaku, zaczęto dopiero przełamywać scholastyczną wizję podróży jako dyskursu (por. ibidem, s. 16, 69).

<sup>19</sup> Por. ibidem, s. 21.

<sup>20</sup> Ch. Rojek, cyt. za: ibidem, s. 91.

Opisane przez George'a Ritzera magiczne środki konsumpcji same w sobie stałyby się atrakcjami turystycznymi i wprowadziłyby postturystyczną grę na nowe poziomy, choć uczynienie z symulacji podstawy atrakcji turystycznej (jak ma to miejsce w parkach tematycznych, lecz także we wszelkich turystycznych destynacjach, które podlegają „uautentycznianiu”) ograniczałoby znacznie takie możliwości. Konsumpcja, która od początku istnienia formy zorganizowanej turystyki była z nią ściśle związana, tu stawałaby się głównym celem i naczelnym motorem<sup>21</sup>. Postturystyczna gra musiałaby zakładać nie tylko możliwość wytyczania alternatywnych tras, ale także manipulowania towarzyszącym turystycznemu biznesowi komunikatami wizualnymi (takimi jak fotografia, „cudze wspomnienia”).

Przykładem tego typu postatrakcji byłby chociażby Disneyland jako realizacja świata w magiczny sposób sterylnego. „Czystość” nie tylko składa się tu na całościowy, idealny, pozbawiony jakichkolwiek „skaz” charakter miejsca, lecz także wpływa na usprawnienie jego działania, a poza tym jest nierozzerwalnie związana z charakterem wewnętrznego, zorganizowanego ruchu ludzkiego. Pozostawione przez tysiące odwiedzających śmieci nie tylko zniszczyłyby wizerunek krainy Disneya, lecz także zachwiałyby lub wręcz zahamowały ustalony rytm przemieszczania się w jej obrębie. Rozwiązaniem tego problemu jest „magiczna czystość” świata-bez-śmieci, będąca efektem zastosowania skomplikowanych technicznych systemów, które w sposób natychmiastowy przenoszą odpady w swoistą sferę „niebytu”. Proces ten wygląda następująco:

„Śmieci zebrane przez grupy sprzątaczy trafiają do skomplikowanego systemu podziemnych rur, którymi z prędkością dziesięciu kilometrów na godzinę są przesyłane do głównego punktu likwidacji, znajdującego się daleko poza zasięgiem wzroku zwiedzających. Sprawia to wrażenie, jak gdyby znikwały w jakiś magiczny sposób”<sup>22</sup>.

Owa zorganizowana „masowa zagłada” rzeczy, stanowiąca jeden z koniecznych warunków funkcjonowania utopijnego świata Disneya, staje się nie tyle jednym z elementów nęcącej wizji postępu, ile raczej ostrzeżeniem przed skutkami jego nadmiernego przyspieszenia, a co za tym idzie, przyspieszenia obiegu śmieci. Magia sterylnego Disneylandu opiera się bowiem na istnieniu jego podziemnego zaprzeczenia; można powiedzieć, iż granice prawdziwego świata-bez-śmieci są wyznaczone przez napisy końcowe kreskówki. Z drugiej strony cały park Disneya można opisać, za

<sup>21</sup> Por. G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, przekł. L. Stawowy, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa 2001, s. 31, 80, 208–211.

<sup>22</sup> Ibidem, s. 147.

Baudrillardem, w kategoriach gigantycznej maszyny do recyklingu odpadków kultury.

„Disneyland – przestrzeń regeneracji świata wyobraźni, przypominająca, obecne i tu, fabryki przerobu surowców wtórnych. Wszędzie przerabia się dziś odpadki, sny zaś, fantazmaty, historyczny, magiczny i legendarny świat wyobraźni dzieci i dorosłych jest odpadkiem, pierwszym wielkim zanieczyszczeniem środowiska cywilizacji hiperrealnej. Disneyland stanowi prototyp tej nowej funkcji na płaszczyźnie mentalnej”<sup>23</sup>.

Postturysta wykorzystywałby owe resztki/odpadki na potrzeby swojej gry.

Warto tu zauważyć, iż od „piętna konsumpcji” nie jest wolny żaden rodzaj turystyki, także ten, który wiąże się z przestrzeniami niemiejskimi, z „naturą”.

Wraz z pojawieniem się konstrukcji ze stali i szkła zimowe ogrody, podobnie jak hale wystawowe, stacje kolejowe, pasażerów, stworzyły bezzczasową (bo niezależną od pory roku) przestrzeń publiczną i przekształciły naturę w towar. Ich charakter, ściśle związany z rozwojem panoram i wystaw światowych, stał się podstawą nowego rozrywkowego przemysłu. Ukazane tu pragnienie zamknięcia tego, co zewnętrzne, wewnątrz znalazło swoją kontynuację w rozmaitych formach sztucznie aranżowanych przestrzeni – centrów handlowych, parków rozrywki itd<sup>24</sup>.

Catriona Sandilands przyrównuje współczesne parki i rezerwy do bulwarów oraz pasażerów, o jakich pisali Baudelaire i Benjamin. Na konkretnym przykładzie kanadyjskiego parku Point Pelee autorka pokazuje, w jaki sposób natura ulega komodyfikacji i jako taka jest włączona w praktykę wizualnej konsumpcji za pomocą konkretnych strategii. Przestrzeń parku została przekształcona z myślą o obserwatorach ptaków. Ścieżki i trasy prowadzą ściśle do kolejnych „widoków” bez możliwości odstępstw, poczynania odwiedzających są monitorowane i regulowane na każdym kroku – wszystko to tłumaczy się bezpieczeństwem naturalnego ekosystemu. Wszelka swoboda w przechadzce po lesie okazuje się fikcyjna, jako że „świadomość ekologiczna” wymaga od użytkownika parku podania się odgórnie narzuconym (dla bezpieczeństwa „przyrody”) regułom poruszania się. Wspólnota użytkowników parku zacieśnia więzy za

<sup>23</sup> J. Baudrillard, „Precesja symulaków” (w:) R. Nycz (red.), *Postmodernizm. Antologia przekładów*, Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków 1996, s. 189.

<sup>24</sup> Por. A. Friedberg, *Window Shopping. Cinema and the Postmodern*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London 1994, s. 63–64. Interesującym współczesnym przykładem „zimowego ogrodu” jest paryska stacja metra Gare de Lyon. Egzotyczne rośliny znajdują się tu nie tylko wewnątrz budynku, ale także pod ziemią, co potęguje efekt sztuczności.



sprawą dzielenia spojrzenia (ono bowiem również jest kształtowane przez punkty widokowe w konkretnych miejscach trasy) oraz wymiany obserwacji na temat konkretnych widoków podziwianych zbiorowo i jednocześnie. Skomplikowana umiejętność „polowania na wizualną atrakcję” (podparta niejednokrotnie gruntownym przygotowaniem teoretycznym, wspomagana specjalistycznym sprzętem itd.) ma niewiele wspólnego z „autentycznym doświadczeniem natury”. W tej sytuacji objawia się wyraźnie ambiwalencja postawy obserwatora/turysty: z jednej strony mamy pragnienie ujrzenia świata/widoku z perspektywy użytkownika/obserwatora ptaków, z drugiej – dystans umożliwiający krytyczne spojrzenie na skomodyfikowany charakter przestrzeni parku i samych ptaków, które są tu traktowane jako towary/fetysze<sup>25</sup>.

Interesujące w tym kontekście są także, wskazywane przez wielu badaczy, użyteczność metafory sceny i kulis oraz „dramaturgiczne” ujęcie relacji zachodzących w tym typie aktywności społecznej (u takich autorów jak Dean MacCannell, Theron Nuñez, Judith Adler, Tim Edensor). Wskazuje się tu na konieczność wstępnych zabiegów i „przygotowania się do roli” (foldery/scenariusze), na możliwości chwytów „reżyserskich”, na podział na strefy sceny i kulis oraz związany z tym podział czynności, wreszcie na rolę rekwizytów (przy czym wspomniane wcześniej dążenie do odnalezienia autentyczności przejawiałoby się w przechodzeniu od strefy sceny do strefy kulis)<sup>26</sup>. Inscenizacja stanowiłaby podstawę takich atrakcji turystycznych, jak przywołana wyżej „praca na wystawie”, lecz jednocześnie tworzyłaby problem w kontekście turystycznego poszukiwania autentyczności jako podstawowego czynnika motywującego (w rozumieniu MacCannella). Tim Edensor wyróżnia cztery podstawowe składniki turystycznej inscenizacji: spacerowanie, patrzeć, fotografowanie oraz pamiętanie, przy czym ruch/spacerowanie jest aktywnością zasadniczą, stąd użyteczność metafory choreografii w badaniach nad turystyką. Specjalne miejsce w jego typologii zajmuje rodzaj turystycznego spektaklu, który określa jako „non-konformistyczny”. Zawierałoby się w nim wszystko, co przekracza ramy tradycyjnego „zwiedzania”, w tym zwłaszcza to, co „ironiczne, cyniczne, posturystyczne”, co odwołuje się do kategorii dystansu i kwestionuje uznane sposoby patrzenia na turystyczne obiekty, co zawiera element przełamania turystycznej rutyny (w wyniku sprzeciwu wobec założonego wcześniej planu bądź niezamierzonych zdarzeń, co prowokuje do przera-

<sup>25</sup> Por. C. Sandilands, „A Flâneur in the Forest? Strolling Point Pelee with Walter Benjamin”, *Topia*, nr 3, wiosna 2000.

<sup>26</sup> Por. D. MacCannell, op. cit., s. 164; oraz K. Podemski, op. cit., s. 37.



biania „scenariuszy” na własną rękę)<sup>27</sup>. Wszelkie tego rodzaju odstępstwa nie zmieniałyby jednak statusu uczestnika jako turysty, tyle że posiadałby on wspomnianą wyżej świadomość „bycia przechodniem”. Wydaje się, iż w tego typu anomaliach można doszukiwać się właśnie charakterystyki postturyisty, pragnącego przyjmować rolę reżysera i widza zarazem, jednak niezdeteminowanego żadnym z góry określonym scenariuszem i, przede wszystkim, świadomego sztuczności całej sytuacji.

Należy również zwrócić uwagę na uzależnienie zjawiska turystyki od dużych ośrodków miejskich. Istotne są tu motyw ucieczki od miejskiej klaustrofobii oraz pragnienie „zobaczenia czegoś innego”, „autentycznej egzotyki” (przykładowo dla Louisa Turnera i Johna Asha będzie to oznaczało dążenie do eksplorowania peryferii<sup>28</sup>). Turystyka we współczesnym rozumieniu wykształca się jednocześnie z pojawieniem się wielkich nowoczesnych metropolii, wraz z kreowanymi przez nie nowymi typami percepcji, także tymi, które są związane z mechaniczną rejestracją fotograficzną i masowym powielaniem obrazów. Na uzależnienie turystyki od medium fotografii wskazuje wielu autorów zajmujących się tym tematem (na przykład Louis Turner i John Ash, Dean MacCannell, John Urry). Z jednej strony wiąże się to z postrzeganiem tej pierwszej w kategoriach wywodzącej się z koncepcji Thorsteina Veblena „konsumpcji na pokaz” jako symbolu statusu społecznego – fotografia jest w takim wypadku traktowana jako „rzeczowy dowód” bytności w określonym miejscu (i istnienia danego miejsca) oraz „skonsumowania” widoku. W ujęciu Deana MacCannella następuje odwrócenie Benjaminowskiej zależności między dziełem a jego reprodukcją (według Benjamin’a dzieło jest autentyczne jedynie wtedy, gdy powstanie pierwsza reprodukcja, ona stwarza aurę, a relacja między dziełem a społecznie tworzonym znaczeniem wtórnie kreuje obrzęd), dzięki czemu turystyczne atrakcje, a więc także ich reprezentacje, otacza aura<sup>29</sup>. Fotografia stanowi istotny element obrzędu „konsumpcji na pokaz”.

Z drugiej strony związek ów łączy się z pracą pamięci. Jak pisze John Urry:

„spacerujący *flâneur* był prekursorem dwudziestowiecznego turysty, zwłaszcza w tej dziedzinie, która z czasem stała się wyróżnikiem turysty: zdemokratyzowanego fotografowania – czyli bycia widzianym i utrwalanym (*recorded*), oraz widzenia i utrwalania obrazu innych”<sup>30</sup>.

<sup>27</sup> Za: K. Podemski, op. cit., s. 73–74.

<sup>28</sup> Za: ibidem, s. 40.

<sup>29</sup> Por. D. MacCannell, op. cit., s. 74.

<sup>30</sup> J. Urry, cyt. za: Podemski, op. cit., s. 80.

Relacja, która się w ten sposób kształtuje, znajduje się na pograniczu władzy i wiedzy, nie jest prostym odzwierciedleniem, lecz konstruowaniem rzeczywistości, rzeczywistości turystycznej.

„Fotografia nadaje kształt podróży; jest pretekstem do zatrzymania się, pstryknięcia zdjęcia i ruszenia dalej (...) podróż jest strategią akumulacji zdjęć, a zatem komercjalizacji oraz prywatyzacji indywidualnych lub zwłaszcza rodzinnych wspomnień”<sup>31</sup>.

Wizualność doświadczenia turystycznego jest dla Urry’ego podstawowa i stwarza napięcie: antycypacja–pamięć, będące motorem konsumowania miejsc (istotną rolę odgrywa tu zawłaszczanie cudzej zarejestrowanej pamięci widoków). Fotografia może jednak w turystycznym doświadczeniu pełnić funkcję narzędzia oporu, gdy wykorzystuje elementy ironii lub parodii<sup>32</sup>.

W ten sposób szeroko rozumiana turystyka staje się modelem dla kondycji współczesnego człowieka zmuszonego do nieustannego (re)konstruowania i potwierdzania swojej tożsamości. Zapoczątkowana przez MacCannella metafora daje się swobodnie przenosić także w dziedziny związane z artystyczną fikcją, gdzie postturystyczny spektakl zaczyna czerpać z tekstów literackich lub filmowych i w oparciu o nie tworzy nowe, własne narracje (zresztą, jak zauważa Podemski, tego typu wątki pojawiają się w badaniach nad turystyką; jako przykład podaje uwagi M.H. Reia na temat japońskich podróży do „krajiny dzieciństwa”, którą jest Wyspa Księcia Edwarda, miejsce akcji *Ani z Zielonego Wzgórza*<sup>33</sup>). Docieranie do miejsc znanych z literatury lub filmu byłoby równoznaczne docieraniu do duchowego centrum – jednak w przypadku opisanym przez Reia owo centrum ma charakter „zdziecinniały”.

Mike Featherstone wskazuje na związek współczesnych centrów handlowych, parków tematycznych i Disneylandów z ich nowoczesnymi poprzednikami – pasażami oraz wystawami światowymi. Wszystkie one znajdują się pod wpływem procesów estetyzacji i dominują w nich metaforyczny porządek znakowania, przewaga obrazu, podprogowość, żywość doznań charakterystyczna dla percepcji dzieci, rekonwalescentów oraz schizofreników<sup>34</sup>. Karnawałowe rozluźnienie emocji, o którym tu mowa, znajduje swoją kontynuację w formie parku tematycznego, „zdziecinniałego centrum”, Disneylandu. Tu jednak rozluźnienie ma charakter bardziej „kontrolowany”, jest pozorne, umożliwia dorosłym zawieszenie swojej

<sup>31</sup> Ibidem, s. 81.

<sup>32</sup> Por. K. Podemski, op. cit., s. 82.

<sup>33</sup> Por. ibidem, s. 57–58, 73.

<sup>34</sup> M. Featherstone, „Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego”, przekł. P. Czaplinski, J. Lang (w:) R. Nycz (red.), op. cit., s. 324.

dorobności, innymi słowy – chwilowe zdziecinnienie<sup>35</sup>. Baudrillard stwierdza, iż

„ten świat infantylny być musi, aby narzucić przekonanie, że dorośli są gdzie indziej, w ‘realnym’ świecie, i aby ukryć, że prawdziwa infantylność otacza nas zewsząd, i jest to w szczególności infantylność samych dorosłych, którzy przybywają tu bawić się w dzieci i podtrzymywać iluzję co do ich rzeczywistej infantylności”<sup>36</sup>.

Postturysta, wykorzystując „maszynę do przerobu odpadków wyobraźni”, jaką jest Disneyland, wynosiłby ową zabawę na zupełnie nowy poziom.

#### IN PRAISE OF ARTIFICIALITY, OR: WHO IS THE POST-TOURIST?

In this study the author presents figure of a post-tourist as a consumer who is not a direct participant in the world which gives him/her ‘out-of-place’ status and some ‘subversive’ potential. The paper takes into consideration different perspectives connected with the tourist practice. The main issue which is based on current sociological analyses of tourist experience is the question of ‘gaze’. More attention then is paid to those particular theories that focus on features of the tourist gaze and ‘subversive’ aspects of (post)tourist activity. A more detailed account is then given of John Urry’s concept of ‘tourist gaze’ and ‘post-touristic’ experience and of Chris Rojek concept of active tourist consumerism as a game.

The main example of discussed problems is Disneyland (and the other similar parks) as a post-tourist attraction.

<sup>35</sup> Ibidem, s. 329.

<sup>36</sup> J. Baudrillard, op. cit., s. 189.