

Urszula Jarecka - dr hab., socjolog kultury, pracuje w IFiS PAN, współpracuje z Ośrodkiem Studiów Amerykańskich UW. Zajmuje się przede wszystkim problematyką kultury popularnej w jej rozmaitych formach i aspektach. Autorka m.in. książek *Propaganda wizualna słusznej wojny* (2008), *Nikczemny wojownik na słusznej wojnie* (2009).

URSZULA JARECKA

## GROZA WOJNY JAKO ATRAKCJA TURYSTYCZNA

Groza wojny jako atrakcja turystyczna to zagadnienie na skrzyżowaniu wielu dziedzin: historii (w tym historii wojen i wojskowości), badań turystyki uwzględniającej dziedzictwo kulturowe<sup>1</sup>, ale też turystyki przeżyć ekstremalnych, studiów nad pamięcią zbiorową (*collective memory*)<sup>2</sup>, a także

- 1 Por. S. Fisch, *National Approaches to the Administration of Historical Heritage: A Comparative Report*, [w:] *National Approaches to the Governance of Historical Heritage over Time: A Comparative Report*, „Cahier d'Historire de (Administration" 2008 nr 9, s. 1-13; J. Urry, *Spojrzenie turysty*, przeł. A. Szulżycka, PWN, Warszawa 2007, s. 154-198.
- 2 Np. część druga, *Memory*, w *pracy Globalization, Violence, and the Visual Culture of Cities*, red. Ch. Lindner, Routledge, London-New York 2010.

europistyki<sup>3</sup>, badań tradycji itd. W latach dziewięćdziesiątych w literaturze przedmiotu pojawiło się pojęcie *dark tourism* („mroczna turystyka”), które odnosi się między innymi do wycieczek do miejsc zagłady<sup>4</sup>. Wyprawy spod znaku „mrocznej turystyki” obejmują zarówno miejsca takie jak Auschwitz, jak i wybrzeże Indonezji po przejściu tsunami<sup>5</sup>. Należy dokonać podstawowego rozróżnienia - oglądanie ofiar różnych mordów i katastrof ma zdecydowanie inny charakter niż turystyka wojenna. Inne są tu cele i motywacje turystów. Doświadczenie *stricte* turystyczne z wojną jako tematem głównym także będzie zróżnicowane: przypadkowa zaduma przy Pomniku Małego Powstańca, na który turysta może natrafić na Starym Mieście w Warszawie, celowe i zaplanowane zwiedzanie twierdzy Modlin czy parku maszynowego na lotnisku pod Berlinem, wyprawa do muzeum czołgów w Poznaniu (gdzie trzeba się umawiać na wizytę) czy muzeum samolotów w Krakowie, wjazd na platformę widokową ocalałej wieży kościoła św. Mikołaja w Hamburgu, korzystanie z interaktywnych wystaw opowiadających o zmaganiach drugiej wojny w Imperial War Museum w Londynie czy w Muzeum Powstania Warszawskiego - wszystkie wymienione przeżycia będą się różnić od tych związanych ze zwiedzaniem obozów zagłady. Należy jednak zaznaczyć, że tematycznie mają wspólny mianownik - drugą wojnę światową - wiążą się też z podobnym rejestrem emocjonalnym pamięci zbiorowej. Poza tym, wraz ze zwiedzaniem obozów zagłady, należą do odmiennej jakościowo grupy niż podążanie szlakiem naturalnych kataklizmów czy odwiedzanie Ground Zero w Nowym Jorku<sup>6</sup>. Ujmowanie grozy wojny w ramy „mrocznego turystyki” czy „tanatoturystyki” uważam zatem za nieuzasadnione.

Zależności między wspomnianymi dziedzinami badań w dużym uproszczeniu można ująć następująco: miejsca historyczne i ważne kulturowo są przedmiotem turystyki historycznej czy turystyki dziedzictwa (*heritage tourism*). W tej formie zwiedzania jednym z ważniejszych obszarów jest turystyka obejmująca miejsca pamięci<sup>7</sup> i obiekty istotne dla danego narodu (turystyka patriotyczna), a wśród nich - także miejsca związane z wojną (turystyka wojenna). Z kolei częścią turystyki, której przedmiotem jest groza wojny, w tym drugiej wojny światowej, jest zwiedzanie obozów zagłady, co jak już wspominałam, stanowi jeden z typów „mrocznej turystyki”. Poniższy schemat oddaje te powiązania.

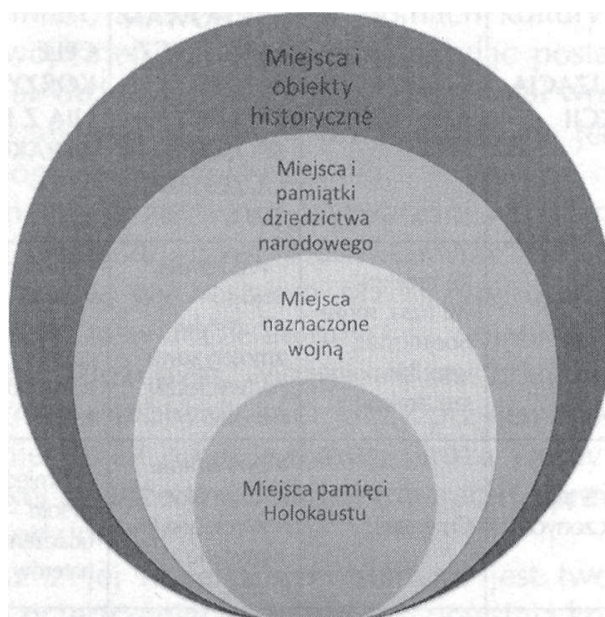
3 G.J. Ashworth, P.J. Larkham, *Building a New Heritage: Tourism, Culture and Identity in the New Europe*, Routledge, London-New York 1994.

4 Por. J. Lennon, M. Foley, *Dark Tourism: The Attraction on Death and Disaster*, Continuum, London-New York 2000.

5 *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*, red. R. Sharpley, P.R. Stone, Channel View Publications, New York 2009.

6 Tamże.

7 „Miejsca pamięci narodowej” to określenie w czasach PRL-u nieodmiennie kojarzyło się z hitlerowskim terrorem czasów drugiej wojny światowej. Por. Cz. Czubyryt-Borkowski, J. Michasiewicz, *Przewodnik po upamiętnionych miejscach walk i męczeństwa, lata wojny 1939-1945*, Wydawnictwo „Sport i Turystyka”, Warszawa 1988; *Na szlakach walki. Harcerski alert zwycięstwa*, oprac. A. Kozera, W. Wiśniewski, Wydawnictwo Harcerskie, Warszawa 1965. Jednak w sensie dosłownym, jeśli mówimy o „pamięci narodowej”, odwołujemy się do historii i do tego, co jest narodowo-patriotycznym spoiwem zbiorowej świadomości.



Wybrane motywy związane z drugą wojną światową w kontekście turystycznym zostały już opracowane, na przykład na temat wycieczek do miejsc pamięci Holokaustu jest spora literatura, także fenomen atrakcyjności poniemieckich budowli i obiektów wojskowych, takich jak „Wilczy szaniec” czy jednostka doświadczalna w Peenemünde, został wstępnie przeanalizowany<sup>8</sup>, nawet późniejsza epoka - zimnowojenne inspiracje turystyczne - doczekała się odrębnego omówienia<sup>9</sup>. W badaniach, których częścią jest ten artykuł, zajmuję się tematem zranionych miast, które także są ciekawymi turystycznie przestrzeniami (mam na myśli miasta poddawane systematycznym i celowym bombardowaniom podczas drugiej wojny światowej<sup>10</sup>).

### **Retoryka doświadczenia wojennego - klasyfikacja atrakcji**

Patrząc na niezliczone pomniki i tablice, cmentarze i muzea rozsiane po całej Europie, trudno oprzeć się wrażeniu, że druga wojna światowa nadal jest żywa w świadomości zbiorowej, także w świadomości najmłodszego pokolenia - dzięki grom komputerowym, internetowym serwisom tematycznym, filmom fabularnym i dokumentalnym. Czy jednak oznacza to, że pamięć wojny

8 U. Dittrich, *Pieces from the Past: Souvenirs from Nazi Sites - The Example of Peenemünde*, [w:] *Memorialization in Germany since 1945*, red. B. Niven, C. Paver, Palgrave Macmillan, New York 2010, s. 114-123.

9 N. Hodge, S. Weinberger, *A Nuclear Family Vacation: Travels in the World of Atomic Weaponry*, Bloomsbury, New York 2008.

10 W Europie było ich wiele. Kontynuacja tego szkicu pokazuje, jak groza wojny służy konstruowaniu sensu miejsca; szczegółowo analizowałam miasta obu stron wojny takie jak: Hamburg, Coventry, stolice Europy (Warszawa, Londyn, Berlin) oraz miejsca takie jak np. Westerplatte. Celem pracy jest identyfikacja strategii włączania doświadczenia grozy wojny, zwłaszcza drugiej wojny światowej w turystykę.

TABELA 1.  
Klasyfikacja atrakcji turystycznych związanych z działaniami wojennymi

LOKALIZACJA ATRAKCJI	CHARAKTER ATRAKCJI	WZORCE ZACHOWAŃ TURYSTYCZNYCH <sup>12</sup> / TYPOWY SPOSÓB UCZESTNICTWA	CELE KORZYSTANIA Z DANEJ ATRAKCJI	WARTOŚCI
Przestrzeń (pola bitew, szlak walki itp.)	Kompleksowa trasa, może obejmować wszelkie poniższe atrakcje.	- Wędrówka (rajdy) - Turystyka zmotoryzowana (wycieczki i obozy)	- Rekreacja - Edukacja - Uczczenie czynów i pamięci bohaterów	- Przyjemność - Tradycja - Kształtowanie świadomości historycznej - Patriotyzm
Miejsce w pobliżu toczonych walk	Cmentarz	- Zwiedzanie okazjonalne - Wycieczki tematyczne i patriotyczne	- Pamięć. - Hołd - uczczenie bohaterów	- Tradycja - Poczucie więzi rodzinnej - Patriotyzm
- Miejsce walk (autentyczne) - Miejsce upamiętnienia (dyslokacja wobec miejsca walki)	Monumenty (ocalałe budynki, pomniki, tablice pamiątkowe)	- Zwiedzanie okazjonalne (często grupowe) - Składanie kwiatów i wieńców	- Pamięć - Hołd - uczczenie bohaterów - Edukacja	- Tradycja - Patriotyzm - Poczucie więzi społecznej i narodowej - Poczucie więzi lokalnej społeczności
Symboliczne miejsca pamięci	- Muzeum - Wystawa - Galeria	- Zwiedzanie okazjonalne	- Edukacja. - Rozrywka	- Rozwój poznawczy - Rozwój duchowy - Tradycja - Patriotyzm - Przyjemność
Obiekty w miejscach nie powiązanych z walką (dyslokacja)	Przykład: pojazdy militarne umieszczone na osiedlach mieszkaniowych	- Rekreacja - Zabawa	- Rozrywka - Pamięć wojny	- Przyjemność - Kształtowanie świadomości historycznej

jest żywa, czy też wręcz przeciwnie, że ta wojna stała się przezroczysta? Druga wojna światowa była elementem peerelowskiego krajobrazu, zarówno realnego, jak i ideologicznego; przezroczystość zatem może być też efektem przesyty. W każdym mieście i każdej niemal wiosce istniały pomniki poległych<sup>11</sup>, potrzebne bowiem były miejsca, w których organizowano apele na cześć

11 Por. Cz. Czubryt-Borkowski, J. Michasiewicz, *Przewodnik po upamiętnionych miejscach...*; A. Polski, *Między Warszawą a Lwowem. Pomniki i miejsca pamięci narodowej od Ryk do Hrebennego w województwie lubelskim*, Towarzystwo Przyjaciół Fajstawic, Lublin-Fajstawice 2009.

12 Stephen Williams przypomina, że istnieją zachowania typowe dla turystów, jest też zestaw oczekiwań, że w pewnych miejscach będziemy się zachowywać nie „jak tu-

zwycięstwa nad faszyzmem itd. Izby Pamięci Narodowej istniały w szkołach, urzędach gmin i miast, sale wystaw w domach kultury i galeriach czasów PRL-u mówiły o wojennej przeszłości, polaryzując postawy wobec agresora i „sojuszników”. Tak dużo było tych miejsc, że niemal wrosły w krajobraz, nie były szczególnie zauważane; pamięć przeszłości była jednak niepełna - nie wszystkie ofiary mogły mieć swoje pomniki.

Atrakcje turystyczne służą zarówno „wytwarzaniu przestrzeni”, jak i są przez przestrzeń ukształtowaną kulturowo modyfikowane. Henri Lefebvre podkreślał ważność mechanizmów wytwarzania przestrzeni oraz relacji społecznych w nią wplecionych<sup>13</sup>. Doświadczenie turystyki wojennej jest doświadczeniem wielopoziomowym i złożonym. Można się zastanawiać, czy nie jest wewnętrznie sprzeczne - ambiwalentne: łączy przyjemność i edukację, honor i rozrywkę, oddanie czci i dobrą zabawę. Groza wojny usensawia miejsca, przestrzenie, obiekty i gadżety w kilku wymiarach - przyjemności, edukacji, nostalgii, tradycji rodzinnych itd.

Groza wojny wraz z jej materialnymi śladami jest tworzywem, z którego w poszczególnych przestrzeniach i miejscach powstają konkretne atrakcje; ich wymowa wcale nie musi być jednoznacznie potępiająca wojnę. Jak widać także z powyższego zestawienia - doświadczenie wojny czy jej grozy nie musi być patetyczne, choć takie bywa. W turystycznej codzienności, jeśli groza wojny jest lokowana wśród innych turystycznych atrakcji danego regionu czy miasta, najczęściej ma także aspekt rozrywkowy. Na przykład na ocalałej wieży kościoła św. Mikołaja w Hamburgu ulokowano taras widokowy. Atrakcją jest między innymi wjazd windą i podziwianie panoramy miasta z wysokości 75 metrów nad poziomem chodnika. Warto pamiętać, że poza hołdami składanymi na cmentarzach nie ma „czystych” doświadczeń w miejscach turystycznych z grozą wojny w roli głównej (choć i te mogą być wykorzystywane w celach politycznych).

Warto zwrócić uwagę na dyslokacje, które oznaczają tu upamiętnienie wydarzeń i walk drugiej wojny czy też straceń w miejscach z nimi niepowiązanych. Jeśli żołnierze australijscy polegli w Europie, a rodziny w Australii zapragnęły uczcić ich pamięć pomnikiem we własnym kraju - mamy przykład dyslokacji. Stojący w Sydney pomnik może głosić cześć „poległym pod Ruen” itd. Bardziej oczywista jest ta kategoria w odniesieniu do marynarzy, ofiar wojny, którym wznosi się pomniki siłą rzeczy poza miejscem bitwy, w jej okolicy lub w okolicy stacjonowania jednostki, z której wyruszyli na wojnę. Muzea

ryści” (S. Williams, *Tourism Geography: A New Synthesis*, Routledge, London-New York 2009, s. 189). Np. okręt USS *Arizona* to także cmentarz, miejsce śmierci („Okręt jest wyraźnie widoczny pod wodą [...] a Shrine Room ukazuje nazwiska 1117 poległych na okręcie”), a zatem John Lennon i Malcolm Foley, omawiając muzeum USS *Arizona* w Honolulu, zaznaczają, że „...plażowe ubrania nie są dozwolone w Memoriale” (J. Lennon, M. Foley, *Dark Tourism...*, s. 105).

13 Cyt. za: S. Ward, *Globalization and the Remembrance of Violence: Visual Culture, Space, and Time in Berlin*, [w:] *Globalization, Violence, and the Visual Culture of Cities...*, s. 90.

i pomniki powstają tam, gdzie istnieje potrzeba społeczna i zainteresowanie odpowiednich władz. Przykładem może być pomnik ofiar Holokaustu (Holocaust Mahmal) w Berlinie - artystyczny projekt Petera Eisenmana *Monument to the Murdered Jews of Europe*<sup>14</sup> czy Museum of Jewish Heritage w Nowym Jorku<sup>15</sup>. Obiekty te stają się częścią światowego, a nie tylko lokalnego dziedzictwa<sup>16</sup>. Inne dyslokacje wynikają z przebudowy miast, np. w Warszawie pomnik Nike, stojący na Placu Teatralnym, został przeniesiony, a tym samym - zdekontekstualizowany. W Londynie podobny los spotkał pomnik poświęcony roli kobiet w drugiej wojnie światowej. Pierwotnie miał być częścią deptaku, a znalazł się na środku jezdni, tracąc siłę oddziaływania, powodując zmianę znaczenia i odczytanie inne niż projektowane<sup>17</sup>.

Wojna jest dziedzictwem bardzo „intymnie” narodowym. Pomniki wojenne mówią: „to są nasi bohaterowie”, „to nasi żołnierze”, „walczyli o nasz kraj”. Ashworth i Larkham wyjaśniają, że dzieje się tak „częściowo dlatego, że relikty i pomniki przeszłości zawsze miały główne, i prawdopodobnie nieproporcjonalne znaczenie dla tego, co można nazwać «publiczna historia»”<sup>18</sup>. Badacze są przekonani, że „publiczne historie są tylko jednym ze składników historii prywatnych, które kształtują dziedzictwo jednostkowe. Podobnie dziedzictwo publiczne, jakkolwiek konstruowane, jest tylko jednym z aspektów tożsamości miejsca [podkr. - UJ.], która jest komponowana ze znacznie szerszych pól obejmujących także indywidualne zadowolenie ze stylu i jakości życia”<sup>19</sup>. Chodzi tu zatem o sprzężenie zwrotne między prywatnie kształtowaną „historią” a „historią” w wymiarze bardziej zobiektywizowanym w dyskursie publicznym.

Nie wszystkie miejsca pamięci mają jednoznaczną wymowę. Na przykład USS *Arizona* dla Amerykanów jest miejscem tragicznej śmierci poległych na skutek „zdradzieckiego ataku” japońskich bombowców, natomiast dla Japończyków może mieć zupełnie inną - triumfalną wymowę<sup>20</sup>. Interesująca jest aranżacja miejsca pamięci w Pearl Harbor: USS *Arizona* Memorial. Muzeum jest ulokowane w czynnej bazie wojskowej, wizyta w muzeum jest darmowa, ale zwiedzanie jest starannie zaplanowane: turysia najpierw musi obejrzeć filmową interpretację wydarzeń z 7 grudnia 1941 roku (kilkakrotnie zmieniano wersje oficjalne prezentowanego filmu), a następnie może zostać dowieziony niewielką łodzią w miejsce, z którego poprzez przejrzyste wody oceanu widać wrak. Turystów zachęca się do zadumy i rzucania kwiatów do wody;

14 Por. S. Ward, *Globalization and the Remembrance...*, s. 99-100.

15 Por. J. Lennon, M. Foley, *Dark Tourism...*, s. 145-162.

16 Stefan Fisch zauważa, że pierwszy wspólny dla wielu narodów Europy pomnik mówi o klęsce Napoleona pod Waterloo (obecnie Belgia). S. Fisch, *National Approaches to the Administration...*, s. 4.

17 Por. U. Jarecka, *Nikczemy wojownik na słusznej wojnie. Wybrane aspekty obrazu wojny w mediach wizualnych*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2009, s. 148-149.

18 C.J. Ashworth, P. J. Larkham, *Building a New Heritage...*, s.2.

19 Tamże.

20 Por. J.Lennon, M. Foley, *Dark Tourism...*, s. 103-107.

wrak jest bowiem miejscem śmierci całej załogi<sup>21</sup>. A zatem - bez historyczno-ideologicznego przygotowania turysta nie ma prawa zwiedzać tego miejsca. John Lennon i Malcolm Foley przywołują sytuacje, w których po projekcjach jednej z wersji filmowych interpretacji wydarzeń, przedstawiającej żołnierzy japońskich jako dobrze zorganizowanych i odważnych, zwiedzający z Japonii bili brawo po zakończeniu. Film ten wycofano w latach osiemdziesiątych. Kontrowersje, zrozumiałe z racji dość świeżych jeszcze wydarzeń, mogą się pojawiać przy zwiedzaniu pomnika na Westerplatte, które dla Polaków jest miejscem klęski, ale też symbolem niezłomności ducha<sup>22</sup>. Niemieckim turystom może przypominać poległych żołnierzy, których było znacznie więcej niż poległych obrońców.

### **Jak groza wojny nadaje sens miejscom?**

Stephen Williams przypomina, że to miejsca i ich wyobrażenia mają podstawowe znaczenie w praktykach turystycznych:

*Turystyka „ob-mapia” świat w wysoce zróżnicowany i subiektywny sposób. [...] Kulturowe zróżnicowanie miejsc turystycznych uwidacznia się na wiele sposobów [...]. Pierwszy to funkcje (roles) jakie pełnią miejsca turystyczne dla odbiorców. Jednak żadna z tych atrybucji nie istnieje w izolacji, są one konstruktami kulturowymi, które odzwierciedlają wartości, przekonania, obyczaje i zachowania dzięki którym definiujemy się jako jednostki i członkowie społeczeństwa<sup>23</sup>.*

Niektóre doświadczenia turystyki wojennej trudno jednoznacznie ująć, to też nie jest spójna kategoria: oddawanie hołdu poległym poprzez przemierzenie ich szlaku w warunkach pokojowych (np. rajd szlakiem partyzanckim majora Hubala) nie ma nic wspólnego z napięciem, jakie wywołują pokazy lotnicze (które także są częścią doświadczenia historyczno-wojennego; np. w RAF Museum London we wrześniu 2010 odbędą się pokazy maszyn z drugiej wojny światowej). Czy można uznać, że oglądanie wraku USS *Arizona*, odwiedzanie cmentarza powstańców na wojskowych Powązkach, zapalenie tam lampki za dusze poległych i złożenie kwiatów na grobach są jakościowo podobne do zwiedzania obozu w Auschwitz czy Majdanku? Niektóre osoby odwiedzające muzeum w Auschwitz czy cmentarze poległych uznałyby nazywanie ich turystami za niegodne, nawet jeśli korzystają z wyznaczonych szlaków, z pomocy przewodników (książkowych i ludzkich), z infrastruktury turystycznej.

Miejsca turystyczne są konstruowane kulturowo na zasadzie sprzężenia zwrotnego między charakterem i wyobrażeniem miejsca a zachowaniem turystów, którzy wzmacniają wymowę i charakter miejsca właśnie poprzez swoje odpowiednie działania. Nie chodzi zatem o własności fizyczne danego miejsca - mają one w istocie drugorzędne znaczenie<sup>24</sup>. Miejsca turystyczne nie są więc

21 Tamże, s. 104-105.

22 Por. Z. Flisowski, *Tu na Westerplatte*, Książka i Wiedza, Warszawa 1974; S. Górkiewicz-Kurowska, *Westerplatte*, Marpress, Gdańsk 2000.

23 S. Williams, *Tourism Geography...*, s. 183.

24 Tamże, s. 183-185. Współczesne rozumienie pojęcia „miejsce” kładzie większy nacisk

lokalizacjami, są udyskursowane poprzez relacje społeczne i znaczenia nadawane im współcześnie<sup>25</sup>. *Sense of place* odwołuje się do kluczowych właściwości, jakie przypisują miejscu ludzie w swoich wyobrażeniach. Formowanie się takiego znaczenia jest złożone, częściowo będąc wytworem fizycznych właściwości danej okolicy, które naznaczają jakieś miejsce jako odrębne i niezwykle. Poza tym - jest wytworem osobistego przywiązania do miejsca, które wynika z rozwoju relacji z nim - nadawania mu subtelnej symboliki<sup>26</sup>. Charakter obiektu determinuje niekiedy ogólną wymowę, np. pacyfistyczną lub militarystyczną. Ruiny takie jak kościół św. Mikołaja w Hamburgu mogą nam pomóc w kształtowaniu postaw antywojennych.

We wspomnianych wyżej atrakcjach turystycznych można, moim zdaniem, wyróżnić trzy grupy.

**W pierwszej grupie** będą te obiekty czy miejsca, kompleksy atrakcji, które - nawet jeśli w deklaracjach czy misji zakładają wymowę jedynie edukacyjną czy typowo dokumentacyjną - poprzez przywoływane sensory i zakodowane znaczenia głoszą pochwałę walk, wskazują na wielkość armii i pomysłowość konstruktorów sprzętu wojskowego. Wspaniałość konstruktorów głoszą np. muzea sprzętu wojskowego, które podają także dokładne dane techniczne militariów.

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot. 1. RAF Museum w Londynie, 2010.  
Fragment ekspozycji wewnątrz hangaru.  
Fot. Jerzy Giebułtowski.

Przykładem takich praktyk mogą być ekspozycje profesjonalnie aranżujące sprzęt wojskowy - samoloty, czołgi lub drobniejsze eksponaty. Są one zazwyczaj dobrze opisane, ale słabo oświetlone. Niekiedy w takich muzeach występuje autentyczny sprzęt, który przetrwał zmagania wojenne i zniszczenia wywołane przez upływ czasu, niekiedy zaś są tu wystawiane kopie tych obiektów. Takich muzeów w Europie jest sporo, jednym z największych muzeów sprzętu lotniczego jest RAF Museum London (w Polsce najbogatsze zbiory

na społeczną konstrukcję miejsca niż na jego fizyczne właściwości. Miejsca są udyskursowane i nasycone społecznymi czynnikami (instytucje, relacje społeczne, zwyczaje, władza).

25 Tamże, s. 185.

26 Tamże.



ma podobne muzeum w Krakowie). Każde z tych specjalistycznych muzeów składa się najczęściej z ekspozycji wewnętrznych i zewnętrznych. Jeśli chodzi o sprzęt pływający, to największe zbiory w Europie ma prawdopodobnie muzeum Maritiman w Göteborgu w Szwecji. Nie jest to muzeum wyłącznie sprzętu wojskowego, ale wśród obiektów ekspozycji jest kilka okrętów wojennych, w tym jeden „zimnowojenny” - z typową aparaturą szpiegowską, a także z multimedialną prezentacją dla zwiedzających (bardzo realistyczne są manekiny w jednej z sal, do tego odgłosy nasłuchu wojskowego, komunikaty itp.).

Muzea i wystawy militarne podkreślają piękno wojny. Groza wojny jest waloryzowana pozytywnie, jako coś, co wyzwala w uczestnikach cechy takie jak odwaga czy solidarność. Ekspozycje pokazują na przykład, jak interesujące było życie na okręcie wojennym. Także w muzeach poświęconych typom broni wrażenie autentyczności może być potęgowane przez odtwarzane nagrania rozmów, typowych dla pomieszczenia radiowego dźwięków z nasłuchu czy też poruszający się radar, zapachy - smar i drewno, zaduch... (jak np. we wspomnianym muzeum sprzętu morskiego w Göteborgu). Czy taka wojna jest jednak rozrywkowa i zabawna? Może to być efekt niezamierzony. Na przykład Muzeum Powstania Warszawskiego wywołuje mieszane uczucia. Wystawa umożliwia obejrzenie filmów bardzo wyraźnie pokazujących, co się działo wówczas w mieście, jakiego rodzaju zniszczeń dokonała wojna. Ale wystawa zawiera też wiele interaktywnych obiektów, można też dotknąć sprzętu wojskowego, chłopcy mogą „pobawić się” karabinem, nacisnąć spust i robią to z uśmiechem; trafiają się komentarze typu „ale fajny!”.

Broszury informacyjne są wizytówkami takich muzeów; czasami jest to okręt, samolot, postać historyczna - coś ważnego dla danego miejsca. W materiale wizualnym częste są zdjęcia nie tylko interesujących obiektów w ich majestacie czy ujętych z ciekawej perspektywy. Fotografie zawierają także „czynnik ludzki”: ukazują zwiedzających, także w wersji rodzinnej: całe rodziny, uśmiechnięte dzieci. Mimo trudnego tematu zwiedzający wydają się zadowoleni. Turyści są też aktywni, co wynika z koniecznych w takich miejscach aranżacji zachęcających nie tylko do wzbogacania wiedzy, ale i do zmysłowego doświadczenia.

W muzeach dominuje bowiem multimedialność ekspozycji i wielozmysłowość doświadczenia turystycznego. Stephen Williams i inni autorzy krytykują znaczącą w socjologii turystyki koncepcję Johna Urry'ego<sup>27</sup>, przede wszystkim dlatego właśnie, że „spojrzenie” nie jest jedynym sposobem doświadczenia świata przez turystę, a jak zauważa Adrian Franklin - jest jednym z wielu rodzajów relacji turysty z obiektami<sup>28</sup>. Podobnie ujmuje sprawę Williams: turysta nie jest już tylko zbieraczem obrazów, widoków, a zwiedzanie nie stanowi, jak chce Urry<sup>29</sup>, podstawowego turystycznego *modus operandi*: „Narastające

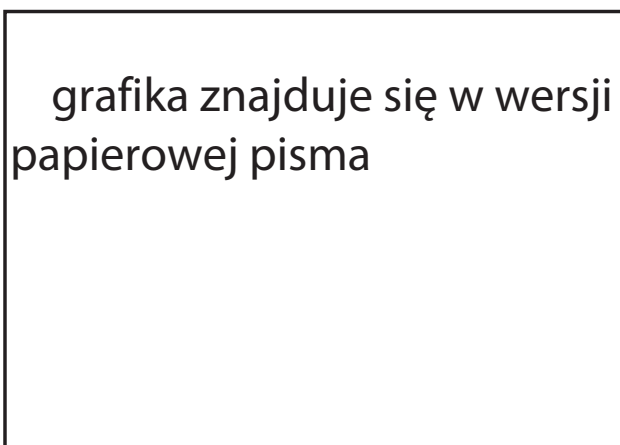
27 Tamże, s. 188-189.

28 A. Franklin, *Tourism. An Introduction*, Sage, London 2004, s. 106.

29 J. Urry, *Spojrzenie turysty...*

zróźnicowanie natury współczesnej turystyki obejmuje wiele aktywności, wśród których spojrzenie (gaze) jest marginalne czy nawet nieistotne<sup>30</sup>. Spojrzenie turysty wciąż będzie dominowało w przypadku rekonstrukcji historycznych. Natomiast przykładem wielozmysłowości jest ekspozycja katyńska w Muzeum Powstania Warszawskiego. Pierwsza salka wystawy jest wyściełana sosnowym igliwem: „jak tu pięknie pachnie!” zwracają głośno uwagę zwiedzający. W tle zaś słychać szum drzew poruszanych wiatrem, odgłosy ptaków i... przytłumione odgłosy wystrzałów - piękno jest tu tylko bardzo silnym kontrastem.

Wielozmysłowe doświadczenie to także kilkudniowa wyprawa turystyczna, śledząca trasę walk - rajd, wycieczka itd.



Fot. 2. Szlakiem partyzanckim Hubala. Pocztówka z lat dziewięćdziesiątych XX wieku.

Jak pokazuje umieszczona wyżej ilustracja, turyści indywidualni oraz osoby korzystające ze zorganizowanego rajdu czczą pamięć walk „zbuntowanego” majora, osoby kontrowersyjnej i nieugiętej, bohatera tych ziem, ikony oporu - i jednocześnie zażywają odpoczynku na łonie natury. Szlakiem walk prowadzone były też wycieczki po Normandii (8 tras według lądowań w trakcie D-Day)<sup>31</sup>. Przechodząc trud takiego szlaku - nieporównywalny ze zmaganiem wojennymi, ale zawsze odbiegający od komfortu codzienności - można również, poprzez identyfikację z bohaterami, podziw dla ich odwagi itd., doceniać samą wojnę...

**Druga grupa atrakcji** związanych z wojną jest najbardziej wykorzeniona z pierwotnego kontekstu i prowadzi do uabstrakcyjnienia wojny, do traktowania jej z dystansem, a może nawet obojętnością.

Pomniki mówiące o wojnach towarzyszą człowiekowi od bardzo dawna, np. stelle ze starożytnego Egiptu nadal informują, gdzie i kiedy rozegrała się ważna bitwa, w różnych miastach świata podziwiamy pomniki wielkich dowódców, także tych z czasów drugiej wojny światowej. Są one elementami typowego doświadczenia turystycznego, gdyż rozmaite bitwy (zmieniające

30 Por. S. Williams, *Tourism Geography...*, s. 189.

31 J. Lennon, M. Foley, *Dark Tourism...*, s. 124-125.

niekiedy bieg historii) i ich bohaterowie stają się częścią wspólnego dziedzictwa. Ale stają się też tak powszednie, tak codzienne, że niemal przezroczyste i niezauważalne, jak fragmenty chodnika - niedostrzegalne na ulicach w Hamburgu<sup>32</sup>. Podobna „zdeptana pamięć” charakteryzuje także ślady po granicach getta, których zarys pozostawiono w Warszawie.

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot. 3-4. Kostka chodnikowa upamiętniająca jedną z ofiar wojny - mieszkańca kamienicy wywiezionego w czasie wojny do obozu w Mauthausen, Hamburg 2010. Fot. U. Jarecka.

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Ciekawe obiekty wspomnianej grupy to np. stary czołg czy samolot (niekoniecznie ten, który rzeczywiście brał udział w walce) ulokowany jako atrakcja osiedlowa. Takich obiektów w Polsce jest sporo, ich rola jest jednak głównie rozrywkowa<sup>33</sup>. Często są umieszczane w miejscach niezwiązanych z walkami, znajdują się w prywatnych rękach i stoją na prywatnych działkach. Niekiedy są to też filmowe rekwizyty, np. czołg z serialu *Czterej pancerni i pies*, który jest szczególną atrakcją Kołobrzegu, oferowane są nawet przejażdżki nim

32 W przewodniku po Hamburgu dla tych turystów, którzy odcinają się od masowego doświadczenia, Duncan J.D. Smith wyróżnia te kostki chodnikowe jako jedną z osobliwości miasta (por. D.J.D. Smith, *Only in Hamburg: A Guide to Hidden Corners, Little-Known Places and Unusual Objects*, Christian Brandstätter Verlag, Vienna 2010, s. 41-42).

33 Spis takich atrakcji podaje strona internetowa: <http://militarnepodroze.net/t34.html>.

(z zastrzeżeniem, że jedynie „w charakterze pasażera”<sup>34</sup>). Można tu mówić o turystyce rekreacyjnej, gdzie przedmiot kojarzony jest z wojną, ale traktowany jak każdy inny dowolny obiekt. W grę może tu wchodzić groza wojny, ale przede wszystkim zabawa i przygoda.

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot. 5. Czołg z demobilu na osiedlu w Kutnie, 2007. Obecnie, po renowacji, trafił do Łodzi. Fot. U. Jarecka.

Niektóre miejsca tworzą znaczenia historyczne i społeczne spontanicznie. Dolores Hayden pisała, że „moc miejsca” (*the power of place*) to zdolność zwykłego miejskiego krajobrazu do tworzenia pamięci zbiorowej oraz naznaczania wspólnego terytorium<sup>35</sup>. W Warszawie wiele tablic upamiętnienia bohaterów i śmierć powstańców; znajdują się tam jakieś kwiaty, ale nie zawsze się zastanawiamy, po co to jest, co i dlaczego wspominamy. Ta przestrzeń nabiera cech historycznych, ale nie staje się przestrzenią świeżych wspomnień, bieżącego - świeżego jeszcze przeżywania. „Znaczenie obywatelskiej tożsamości połączonej z poczuciem wspólnoty historycznej zatracą się. I nawet gorzkie doświadczenia i walki, które zostały przegrane, powinny być pamiętane - by nie umniejszać ich znaczenia”<sup>36</sup>. Czasami jednak tablice i pomniki umieszczone są w miejscach, które sprawia-

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot. 6. Warszawa 1 sierpnia 2007, harcerze przygotowują się do uczczenia rocznicy powstania warszawskiego pod tablicą zamontowaną na budynku Hali Mirowskiej. Fot. U. Jarecka.

34 Por. *Polska niezwykła*, red. A. Wędrychowska i in., Demart, Warszawa 2007, s. 17.

35 D. Hayden, *The Power of Place: Urban Landscapes as Public History*, The MIT Press, Cambridge-London 1995, s. 9.

36 Tamże, s. 9-11.

ją, że ich moc jest minimalna, ale okazjonalnie może się zdarzyć, że miejsce ożywa - jak w przedstawionym przykładzie.

Fotografia ta (fot. 6) może być świadectwem przywracania miejscu jego historycznego znaczenia. Pamięć o poległych w codziennej gonitwie trwa niezauważana, wśród pospiesznego tłumu. W trakcie zakupów ludzie nie myślą o oddawaniu hołdu. A jednak przedstawienie, rozbijając konsumpcyjny rytuał i gromadząc przypadkowych widzów, wykrada codzienności należną daninę. Przypomina: tu działa się historia, tu ginęli młodzi ludzie w najkrwawszej warszawskiej bitwie.

W efekcie obecności pomników i tablic w przestrzeni różnych miast groza wojny jest także naszym codziennym doświadczeniem, choć niekoniecznie uświadamianym. Może to być problemem dla kształtowania pamięci historycznej czy postaw narodowych, postaw pokojowych, ale sama obecność i podkreślanie wojny coś już znaczy. Część tych pamiątek wojennych zdążyła przejść proces wyabstrahowania z pierwotnego kontekstu, proces „odcięcia pępownicy” od zjawisk, które je wywołały. Odseparowane - wyobcowane z ram pierwotnych znaczeń - teraz służą zabawie czy ozdobie, stają się niedostrzegalne. Wymienione tu obiekty i konteksty mogą służyć nie tyle pamięci, co zapomnieniu o wojnie.

**Trzecia grupa atrakcji** obejmuje obiekty, miejsca i kompleksy turystyczne, które starannie opracowują całość doświadczenia turysty, starając się wypełnić misję antywojenną. Przykładem mogą być ruiny kościoła św. Mikołaja w Hamburgu, które zostały zaadaptowane dla turystyki. Przypadkowy turysta ma kilka możliwości: może od razu odnaleźć windę z platformą widokową, może przyrzeć się rzeźbom stojącym na placu. Rzeźby miejscowej artystki, Edith Breckwoldt, wzmacniają pacyfistyczną wymowę miejsca.

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot. 7. Hamburg, kościół św. Mikołaja.  
*Prüfung*. Rzeźba Edith Breckwoldt upamiętniająca jeńców - ofiary wojny.  
Fot. U. Jarecka.

W centrum informacyjnym zorganizowano kilka wystaw, ukazana jest historia stopniowych zniszczeń kościoła, Hamburga i innych europejskich miast zrujnowanych przez drugą wojnę. Na wieży kościelnej zamontowano dzwony, które odzywają się w każdą sobotę o godz. 17. Półgodzinny koncert składa się z miniatur muzyki klasycznej; może być zatem wzbogacającym, nostalg-

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot. 8. Hamburg, kościół św. Mikołaja.  
Centrum informacyjne z wejściem do  
podziemnej wystawy, czerwiec 2010.  
Fot. U. Jarecka.

gicznym akcentem w zwiedzaniu tego miejsca. Wspaniałość dawnej budowli reprezentuje wieża kościelna stanowiąca relikw, ale też osobliwość - gdyby odbudowano kościół, nie byłaby zapewne tak imponująca. Atrakcją jest wjazd na platformę widokową, a przez szklane ściany windy można „podziwiać” także zniszczenia wieży (i tu ujawnia się złożony charakter doświadczenia turystycznego: dawka pamięci, a zarazem „adrenaliny”).

grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot 9. Hamburg, kościół św. Mikołaja.  
Wystawa na platformie widokowej -  
zrujnowany Hamburg, turyści oglądają  
zniszczenia miasta na wysokości  
75 metrów, ale też obserwują piękną  
panoramę; czerwiec 2010,  
Fot. U. Jarecka.

W przewidzianej do zwiedzania części platformy widokowej zorganizowana została kolejna skromna wystawa z fotografiami obrazującymi ruinę miasta w 1943 roku. Część turystów ogląda z takim samym zaciekawieniem i plan-sze historyczne, i kolorowy, odbudowany Hamburg. Takie kompleksy atrakcji wymagają różnych sposobów uczestnictwa, które łączą odmienne wrażenia - od przyjemności po głęboką zadumę.

#### **Turystyczny potencjał atrakcji historyczno-wojennych**

W literaturze przedmiotu doświadczenie turystyczne traktowane bywa jako wyznacznik różnicowania społecznego, kształtowania tożsamości indywidualnej, źródło nabywania i legitymizacji „kapitału kulturowego”, budowania

poczucia lokalności czy „podstawowy kontekst zaangażowania człowieka w płynną rzeczywistość nowoczesności”<sup>37</sup>. W przypadku wojny jako źródła atrakcji turystycznych zróżnicowanie to nie jest do końca zbadane, a do wspomnianych kontekstów i motywacji warto dodać wzmacnianie poczucia tożsamości narodowej, kształtowanie postaw patriotycznych oraz indywidualne doświadczenie.

Nowym, bardziej eksponowanym wymiarem prezentacji drugiej wojny światowej w różnych miejscach pamięci jest codzienność. Codzienne wyrzeczenia mieszkańców miast można śledzić na wielu ekspozycjach w muzeach europejskich: przykładem może być wystawa *The Children's War* w Imperial War Museum w Londynie<sup>38</sup>. Kwestia ta dotyczy także żołnierzy; codzienność i zwykłość ich doświadczenia jest podkreślana przez ekspozyty, takie jak przedmioty codziennego użytku czy manekiny, np. pilotów, którzy naprawiają swoje samoloty lub przy nich siedzą, popijając herbatę (RAF Museum, Londyn); marynarzy w kajutach piszących coś w książkach pokładowych, obok nich wśród rekwizytów są niedopałki w popielniczce, pączki, trunki itd. (Maritiman w Göteborgu).

Co zatem daje przyjemność w turystyce „karmiącej się” grozą wojny? Po pierwsze, poczucie unikatowości konkretnego obiektu, ale też aktywności i wydarzenia. Obiektem może być jedyny taki czołg w okolicy, ostatni samolot, który pozostał po nalotach itd. Miejsce - wprawdzie odbudowane - ukazuje też fragmenty dawnych murów, które ocalały po bombardowaniach itd. Dzięki takim miejscom i przedmiotom historia otwiera przed widzami swoje sekrety. Historia dzieli się z nami wielkimi i drobnymi tajemnicami, ukazuje brawurę przodków poprzez fotografie i materialne ślady, takie jak sprzęt, który jeszcze jest sprawny. Muzeum czołgów w Poznaniu jest trudno dostępne (zlokalizowane na terenie jednostki wojskowej, by je zwiedzić trzeba się specjalnie umawiać), wejście tam wymaga pewnego wysiłku. Z kolei w przypadku kołobrzesckiej przejażdżki czołgiem z *Czterech pancernych* uczestnik może mieć poczucie identyfikacji z bohaterami fikcji filmowej, która opowiadała o wydarzeniach wojennych. Sytuacja jest tu bardziej złożona, w grę wchodzi nie tylko zapośredniczenie medialne historii, ale też dodatkowe konteksty, które taki „wyczyn” może uruchamiać, jak spełnione marzenia dzieciństwa lub nostalgia.

Po drugie - możliwość obcowania z historią, która dla hobbyistów korzystających z wycieczek tematycznych czy organizujących samodzielne wyprawy jest wyjątkowo ważnym motywem, ale może też sprawiać przyjemność tym, którzy na co dzień nie zastanawiają się ani nad przeszłością, ani nad jej śladami w miejscach turystycznie często odwiedzanych. W takich regionach i miastach każdy obiekt może być uważany za wart wyboru z wielorakiej oferty turystycznej.

37 Por. S. Williams, *Tourism Geography...*, s. 4; A. Franklin, *Tourism...*

38 Por. U. Jarecka, *Nikczemy wojownik...*, s. 234.

Kolejny punkt należy do dyskusyjnych - chodzi o szczególny rodzaj przyjemności wynikającej z poczucia dobrze spełnionego obowiązku. Wiąże się ona z możliwością uczczenia pamięci tych, którzy poświęcili dla nas życie.

Czwartym źródłem przyjemności w turystyce wojennej jest radość twórczości. Warto pamiętać, że doświadczenie zwiedzania muzeów czy miast z obiektami historycznymi ma także wymiar osobisty. Zazwyczaj w miejscach tych robi się zdjęcia, kompletuje się własny wizualny przewodnik, tworzy się zatem własną historię zwiedzanego obiektu, jego samodzielną dokumentację. Ostatnie, piąte źródło przyjemności jest powiązane z konsumpcją. W każdym takim miejscu istnieje odpowiednia infrastruktura zapewniająca zaspokojenie potrzeb kolekcjonerskich, zbieranie pamiątek do kupienia w muzealnych sklepikach (do których często prowadzi wyjście z wystawy), oferujących cały wachlarz gadżetów: od drobnych rozmiarami pocztówek i magnesów na lodówkę, przez pozycje książkowe (przewodniki, powieści, komiksy itd.), zabawki i typowe akcesoria biurowe (notesy, długopisy, gumki, pojemniki i puszki na przedmioty codziennego użytku z odpowiednimi nadrukami i symbolami, obrazami), po chorągiewki, koszulki, chusty oraz sporych gabarytów plakaty, mapy itp. Potrzebę przyjemności kulinarnych mogą z kolei zaspokoić kawiarenki, bary czy restauracje często zaaranżowane w stylu epoki. Np. w kawiarni w Muzeum Powstania Warszawskiego drewniane stoliki przykryte są serwetkami typowymi dla epoki, półki sklepowe, kasy itd. nie pozwalają zapomnieć, że „jesteśmy” w latach czterdziestych. Wizyta w takich miejscach także jest elementem doświadczenia muzealnego. Kawiarnia w RAF Museum London została zorganizowana w hangarze, którego część wydzielono na konsumpcję; między stolikami prezentowane są silniki i inne części samolotów, a na ścianach hangaru - plakaty.

Turystyka grozy wojny nie należy do nurtu masowego. Z perspektywy moich badań interesujące są te obiekty, które znajdują się w głównym nurcie typowej turystyki, mieszczą się w praktykach zwiedzania niezwiązanych z samą wojną. Pamiątkami z tego właśnie kontekstu są np. widokówki (zob fot. 10). Kartki z obrazami wojennych zniszczeń można znaleźć obok innych, zwyczajnych kartek także w Warszawie i Berlinie. Trudno jednak z całą pewnością określić przyczyny popularności tych fotografii. Wpływa na nią zapewne fala nostalgii i moda na stare pocztówki i reprintsy fotografii sprzed stu lat i starszych. Takich wątpliwości już nie wyzwała typowa „pamiątka” z Warszawy: przycisk na biurko czy po prostu figurka - kopia Pomnika Małego Powstańca.

Cechy doświadczenia turystycznego w XXI wieku to hedonizm, multimedialność, pośpiech. Walory poznawcze miejsc i obiektów też są istotne, ale nie tak ważne jak możliwość doświadczenia. Turystyka grozy wojny także jest w podobny sposób kontekstualizowana i aranżowana. I nawet jeśli „życie jest przeżywane w dużej mierze w stylu turystycznym”<sup>39</sup>, ten rodzaj turystyki może stanowić alternatywę dla typowości doświadczenia znudzonego (nie)turysty.

39 S. Williams, *Tourism Geography...*, s. 6; por. J. Urry, *Spojrzenie turysty...*, s. 199.



grafika znajduje się w wersji  
papierowej pisma

Fot. 10. Kartki ukazujące zniszczenia wojenne są umieszczone (wraz z widokówkami „nostalgicznymi”, celebrującymi przeszłość miasta) obok widoków współczesnych i kart okolicznościowych czy żartobliwych. Stojak usytuowany jest na placu przed ratuszem w Hamburgu, czerwiec 2010. Fot. U. Jarecka.

#### **POMPOUS TOURISM? THE TERROR OF WAR AS AN ATTRACTION IN TOURIST EXPERIENCE**

The article is devoted to conceptualisation of "war" tourist attractions. Having characterised the field of study, the author presents classifications and characteristics of these attractions for which the common ground is the terror of war. She also discusses some interesting examples of arranging these attractions and the potential of "historical and war" tourism and sources of pleasure in the tourist experience of this kind. The author analyses such materials as: guide books, brochures and leaflets from museums and tourist information, city plans and maps of regions, official websites of chosen cities and sites of memory, souvenirs including magnets, mouse pads, pencils, postcards, etc.