

Dr hab. Anna Ziębińska-Witek

UMCS Lublin

Turystyka śmierci jako zjawisko kulturowe¹

Definicja zjawiska

Turystyka oparta jest na idei „odejścia”, zmiany, ograniczonego zerwania z ustaloną rutyną i codziennymi obowiązkami oraz pozwolenia sobie na coś, co kontrastuje z codziennością i przyziemnością. Bycie turystą jest częścią bycia „nowoczesnym”². Turysta dociera w różne miejsca, czyli przemieszcza się w przestrzeni, odbywa podróż oraz przebywa przez jakiś czas w nowym miejscu lub miejscach. Celem podróży są lokalizacje inne niż miejsca zamieszkania i pracy. Taki pobyt z reguły trwa krótko i towarzyszy mu intencja „powrotu do domu”³. Kryteria wyboru miejsc do oglądania – jak pisze John Urry – to zwykle spodziewane, intensywne przyjemne doznania angażujące inne zmysły niż wrażenia, jakich dostarcza codzienność⁴. Najogólniej turystykę definiuje się zatem w kategoriach przyjemnego spędzania czasu wolnego, w opozycji do pracy i rutyny życia codziennego. Definicja taka niekoniecznie jednak przystaje do coraz bardziej popularnych wśród turystów odwiedzin miejsc makabrycznych i tragicznych, jak na przykład były nazistowskie obozy koncentracyjne, czy miejsca wypadków, dlatego wielu badaczy pod koniec wieku XX zauważyło potrzebę wyodrębnienia z szerokiego zakresu pojęcia turystyki zjawiska określonego mianem „turystyki śmierci” i podjęło próbę konceptualizacji tego fenomenu.

Termin „turystyka śmierci” (*dark tourism*) najczęściej wiązany jest z nazwiskami Malcolma Foleya i Johna Lennona, którzy zdefiniowali go pod koniec lat dziewięćdziesiątych jako zjawisko obejmujące prezentację rzeczywistych oraz

¹ Artykuł został po raz pierwszy opublikowany w „Tekstach Drugich” 2012, nr 3. Przedruk za zgodą redakcji.

² K. Walsh, *The Representation of the Past. Museums and heritage in the post-modern world*, Routledge, London and New York 1992, s. 118.

³ J. Urry, *Spojrzenie turysty*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2007, s. 16.

⁴ Ibidem.

odpowiednio przygotowanych („utowarowionych”) miejsc śmierci i katastrof oraz ich „konsumpcję” przez odwiedzających⁵. W tym samym okresie Anthony V. Seaton wprowadził pojęcie „tanatoturystyki” (*thanatotourism*), czyli podróży motywowanej chęcią rzeczywistego lub symbolicznego kontaktu ze śmiercią, szczególnie (choć nie wyłącznie) gwałtowną śmiercią. Pragnienie to może być (w różnym stopniu) uwarunkowane cechami osobowościowymi⁶. Badacz wyróżnił słaby tanatoturizm (kiedy zainteresowanie śmiercią jest związane z konkretnymi osobami i funkcjonuje wraz z innymi motywacjami; osoby zmarłe są znane turystycznie lub wartościowane przez niego pozytywnie) i mocny tanatoturizm (kiedy zainteresowanie śmiercią jest jedyną motywacją i odnosi się do śmierci w ogóle, a fascynacja ta pozostaje niezwiązana z konkretnymi osobami)⁷. Seaton wyróżnił pięć podstawowych typów/kategorii podróży, które można określić wspólnym mianem tanatoturystyki: 1) podróż w celu obserwacji śmierci na żywo, np. publicznych egzekucji; 2) podróż do miejsc indywidualnej lub masowej śmierci (np. do byłych obozów koncentracyjnych); 3) podróż do miejsc pochówków oraz pomników; 4) podróż do miejsc odtwarzania scen związanych ze śmiercią; 5) podróż do tzw. miejsc „syntetycznych”, w których prezentowane są dowody dotyczące śmierci (np. do muzeów)⁸. Definicja Seaton’a wydaje się zbyt wąska, gdyż nie obejmuje wielu innych motywacji towarzyszących zjawisku „turystyki śmierci”. Badania przeprowadzane w różnych ośrodkach wskazują, że chęć „kontaktu ze śmiercią” często w ogóle nie występuje jako bodziec do podjęcia podróży lub odwiedzin określonego miejsca. Do tego zagadnienia powrócę w dalszej części artykułu, w tym momencie jednak chcę zaznaczyć, iż definicja Foleya i Lennona zdaje się lepiej pasować do omawianego zjawiska, gdyż zamiast koncentrować się na konkretnych motywacjach turystów, obejmuje swym zasięgiem ogólne ramy fenomenu „turystyki śmierci”.

Badacze zajmujący się tematyką tanatoturystyki wskazują z reguły na konieczność wyodrębnienia miejsc mniej i bardziej „ciemnych”, czyli tych związanych ze śmiercią i cierpieniem oraz tych, które śmierć i cierpienie uosabiają. Na tej zasadzie można odróżnić na przykład były nazistowski obóz Auschwitz-Birkenau od Muzeum Holokaustu w Waszyngtonie. Miejsca „najciemniejsze” (*darkest*) ulegają silnym wpływom politycznym i ideologicznym, są zorientowane na edukację

⁵ M. Foley, J. Lennon, *JFK and Dark Tourism – a fascination with assassination*, „International Journal of Heritage Studies” 1996, vol. 2, No 4, s. 198.

⁶ A.V. Seaton, *From Thanatopsis to Thanatotourism: Guided by the Dark*, „International Journal of Heritage Studies” 1996, vol. 2, nr 4, s. 240. Por. S. Tanaś, *Przestrzeń turystyczna cmentarzy. Wstęp do tanatoturystyki*, Łódź 2008.

⁷ *Ibidem*, s. 240.

⁸ Idem, *War and Thanatotourism: Waterloo 1815–1914*, „Annales of Tourism Research” 1999, 26, s. 131.

oraz mocno akcentują (i dbają o) autentyczność. Miejsca „najjaśniejsze” (*lightest*) są nastawione na rozrywkę, posiadają wysoki stopień infrastruktury turystycznej i są celowe (czyli od początku przeznaczone dla turystów). Można też ogólnie stwierdzić, że im silniejsza fascynacja śmiercią u turystów i dążenie (ze strony danego miejsca) do zaspokojenia tej fascynacji, tym miejsce jest „mniej ciemne”⁹. Za „najciemniejsze” uchodzą miejsca związane z Holocaustem, powstało nawet odrębne określenie „turystyka Holocaustu”. Głównie dzięki mediom stały się one uniwersalnymi symbolami zła i kiedy mówimy o „turystyce śmierci”, to najczęściej właśnie je mamy na myśli.

Należy podkreślić, że sama fascynacja śmiercią nie jest fenomenem przynależącym jedynie do współczesności. Skłonność człowieka do oglądania śmierci czy fascynacja przemocą to zjawiska znane już w starożytności i średniowieczu, z biegiem czasu te zainteresowania zostały po prostu zracjonalizowane i dodano do nich elementy edukacyjne. Za innowację związaną z nowoczesnością można uznać ewentualnie pojawienie się symulacji i doświadczeń wirtualnych, ale nie zmienia to zasadniczo samego interesującego nas tu fenomenu. W przypadku współczesnej „turystyki śmierci” ważne wydaje mi się jednak pewne przesunięcie, które jest zauważalne w porównaniu z istniejącą od wieków „tradycyjną” fascynacją śmiercią. Otóż współcześnie śmierć oferowana jest jako produkt czy towar do konsumpcji. Mimo elementów edukacyjnych, obecnych w podobnych miejscach, poprzez turystyczne wizyty akceptujemy (*implicite* lub *explicite*) fakt, że stają się one (celowo lub nieświadomie) okazją i przyczyną do udoskonalania tego produktu¹⁰.

Motywy odwiedzin

Wśród czynników mających wpływ na rozkwit turystyki śmierci najczęściej wymienia się, kojarzoną zwykle z postmodernizmem, transformację miejsc odwiedzanych kiedyś z szacunkiem w miejsca turystyczne (np. cmentarze), industrializację, marketing, rozwój komunikacji, czy pojawienie się tzw. post-turyzmu, który akcentuje spektakl i sensację¹¹.

Nie sądzę jednak, aby to postmodernizm był odpowiedzialny za przemianę miejsc otaczanych kiedyś szacunkiem w miejsca turystyczne, a już na pewno

⁹ W.F.S. Miles, *Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism*, “Annals of Tourism Research” 2002, 29(4), podaję za: P.R. Stone, *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions*, “Tourism: An Interdisciplinary International Journal” 2006, vol. 54, No 2, s. 150–151.

¹⁰ J. Lennon, M. Foley, *Dark Tourism. The Attraction of Death and Disaster*, Continuum, London and New York 2000, s. 3–5.

¹¹ Zob. na przykład: C. Rojek, *Ways of Seeing. Modern Transformation in Leisure and Travel*, London Macmillan 1993.

omentarze, które spełniały wiele funkcji na przestrzeni dziejów (i nie zawsze były otaczane szacunkiem), nie są tu najlepszym przykładem¹². W sytuacji, kiedy każda aktywność stała się możliwym sposobem spędzania czasu wolnego, wzrosła liczba możliwych miejsc i wydarzeń potencjalnie turystycznych, co nie oznacza, że inne motywy nie wchodzą już w grę.

Lennon i Foley kładą nacisk na rozwój mediów (głównie telewizji i mediów informacyjnych), które sprawiają, że wydarzenia globalne wydają się lokalne, a obrazy są wielokrotnie reprodukowane i rozpowszechniane przez kolejne media (np. filmy)¹³. Badacze zwracają również uwagę na pojawienie się symulacji, kopii, doświadczeń wirtualnych oraz wszechobecnego „utowarowienia”, które zastępują rzeczywistość i powodują zachwianie relacji pomiędzy wydarzeniem a jego reprezentacją. W związku z tym, że – jak twierdzą – relacja ta jest ciągle „w stanie negocjacji” – każde zjawisko (w tym wszystkie przykłady zbrodni i okrucieństw) może zostać przeniesione daleko poza miejsce, w którym się wydarzyło¹⁴. Lennon i Foley uważają, że materialny obiekt, trwałość ruin, autentyczne (fizyczne) przestrzenie przyciągają publiczność, której już nie satysfakcjonuje ciągła symulacja i kultura medialna¹⁵. Z tą tezą można się spierać, gdyż nie wyjaśnia ona wzrostu popularności miejsc, w których szeroko stosowane są nowe media, symulacje i wszelkiego rodzaju rekonstrukcje. To właśnie tego typu ekspozycje (czy lepiej: wydarzenia medialne) przyciągają tłumy publiczności i osiągają ekonomiczny sukces.

Możliwe motywacje turystów można generalnie podzielić na tzw. *push and pull factors*, czyli czynniki/bodźce wewnętrzne i zewnętrzne. Czynniki wewnętrzne (*push factors*) odnoszą się do turysty jako podmiotu i związane są z wewnętrzną motywacją skłaniającą go do podróży. Czynniki zewnętrzne (*pull factors*) związane są z celem podróży, to tzw. motywatory, które tkwią w samym miejscu¹⁶. Do czynników wewnętrznych zaliczyć można: chęć edukacji, pragnienie upamiętnienia ofiar, powody natury osobistej, czyli np. bycie ocalonym lub pozostawanie w bliskiej relacji z ocalonym, zainteresowanie śmiercią i umieraniem, upamiętnienie rodziny lub przyjaciół, kwestie poszukiwania lub potwierdzania tożsamości, poczucie winy, zainteresowanie dziedzictwem i/lub historią (np. w przypadku pól bitewnych), poszukiwanie nowości, ciekawość (szczególnie w przypadku muzeów

¹² Por. P. Aries, *Człowiek i śmierć*, Warszawa 1992; S. Tanaś, op. cit.; J. Lennon, M. Foley, *Interpretation of the Unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington, D.C., and "Dark Tourism"*, "Journal of Travel Research" 1999, vol. 38, s. 26–50.

¹³ Ibidem, s. 46.

¹⁴ Idem, *Dark Tourism...*, op. cit., s. 78 i 166.

¹⁵ Idem, *Interpretation of the Unimaginable...*, op. cit., s. 47.

¹⁶ G. Dann, *Anomie. Ego-enhancement and Tourism*, "Annales of Tourism Research" 1977, 4, podają za: S.M. Yuill, *Dark Tourism: Understanding Visitor Motivation at Sites of Death and Disaster*, (Master of Science), Texas A&M University 2003, s. 47.

i miejsc Holokaustu wystawiających „ciekawe” artefakty), ucieczka od rutyny i nudy, poszukiwanie ekscytacji, emocji.

Gregory Ashworth i Rudi Hartmann wymieniają trzy główne powody, dla których okrucieństwo i śmierć stają się dla wielu osób pociągające. Po pierwsze, w grę wchodzi tu zwykła ciekawość, bo interesujące jest każde wydarzenie niezwykle, czyli odbiegające od codziennych doświadczeń; po drugie – empatia z ofiarami lub sprawcami; po trzecie – fascynacja horrorem, zarówno w sensie czerpania przyjemności z cierpienia innych i *voyeryzmu*, jak i w sensie powszechnie akceptowanego horroru – rozrywki¹⁷.

Podróż do autentycznych miejsc zbrodni może być również swoistą pielgrzymką, „świeckim rytuałem”, jak pisze Jack Kugelmass, mającym na celu potwierdzenie tożsamości, jak często bywa w przypadku byłych nazistowskich obozów zagłady. Pielgrzymki amerykańskich Żydów do byłych obozów nie mają nic wspólnego z utrwalonym żydowskim światopoglądem, są węższe w wymiarze (niezwiązane z rozwiniętą kosmologią) i w przeciwieństwie do tradycyjnych, osobistych, są zbiorowe. Sama podróż często nazywana jest misją, uczestników zachęca się do mówienia o swoich uczuciach. W efekcie, jak pisze Kugelmass, nawet ci, których nie dotknęły bezpośrednio nazistowskie prześladowania, czują się ofiarami Holokaustu¹⁸.

Motywatory zewnętrzne to głównie sakralizacja miejsca i/lub obiektów oraz interesujące artefakty¹⁹. Media mogą wystąpić w roli obu czynników. Przede wszystkim wprowadzają miejsca do publicznej świadomości i sprawiają, że stają się one celami wypraw turystycznych. Mogą być też wykorzystywane w formie popularnych obecnie wystaw multimedialnych używanych do interpretacji miejsca. Mechanizm ten działa również w przeciwną stronę, bowiem kiedy media „milczą”, dane miejsce nie zaistnieje w zbiorowej świadomości. O tym, czy miejsce stanie się atrakcją turystyczną, decydują ostatecznie wartości kulturowe (głównie polityczne, społeczne i ekonomiczne). Niejasne pozostaje jednak, czy wzrost popularności „turystyki śmierci” wiąże się z oczekiwaniami turystów, czy też odwrotnie – z coraz bogatszą ofertą turystyczną.

Niektórzy badacze opowiadają się za hipotezą, że jednym z głównych czynników w rozwoju tanatoturystyki jest usunięcie śmierci z życia współczesnego społeczeństwa. Powraca ona w kulturze popularnej i przybiera formę rozrywki,

¹⁷ G. Ashworth, R. Hartmann, *Introduction: Managing Atrocity for Tourism*, [w:] *Horror and Human Tragedy Revisited. The Management of Sites of Atrocities for Tourism*, ed. G. Ashworth, R. Hartmann, Cognizant Communication Corporation, New York 2005, s. 7–10.

¹⁸ J. Kugelmass, *Why We Go to Poland. Holocaust Tourism as Secular Ritual*, [w:] *The Art of Memory. Holocaust Memorials in History*, ed. J.E. Young, Prestel-Verlag, Munich – New York 1994, s. 175.

¹⁹ S.M. Yuill, op. cit., s. 51–52, 74, 76–78.

co ma być jednym ze sposobów na jej powtórne niejako zaistnienie w społecznej świadomości. „Turystyka śmierci” może zatem spełniać funkcję osvajania własnej śmiertelności i radzenia sobie z nią, pozwala bowiem na rekonceptualizację śmierci w formie innej niż pierwotna groza i przerażenie²⁰. Wbrew jednak temu, co twierdzą różni badacze, o tym, że śmierć jest „odosobniona” (A. Giddens), „ukryta” (P. Aries), „zabroniona” (G. Gorer), współcześnie istnieje wiele „kanałów”, poprzez które zmarli „spotykają się” z żywymi. Tony Walter wymienia tu cmentarze, domy, słowa, obrazy, sny, rytuały, monumenty, czy literaturę²¹. Na śmierć patrzymy poprzez „filtry”, jakich dostarcza nam historia, archeologia, religia, medycyna, mass media oraz właśnie turystyka, nie sposób więc twierdzić, że została usunięta ze współczesności.

Kontrowersyjna wydaje mi się również teza Philipa Stone’a, mówiąca, że rozwój „turystyki śmierci” może wynikać z poszukiwania „ontologicznego bezpieczeństwa”. Tanatoturystyka jako nowa instytucja społeczna ma ułatwiać rekonstrukcję systemu znaczeń dla jednostek zagubionych w obliczu refleksyjności, desakralizacji i instytucjonalnego odosobnienia²².

Bezpieczeństwo ontologiczne, jak pisze Giddens, „odnosi się do ufności, z jaką większość istot ludzkich traktuje ciągłość własnej tożsamości oraz stałość otaczającego je środowiska społecznego i materialnego. Przekonanie o wiarygodności osób i rzeczy, tak istotne dla pojęcia zaufania, jest podstawą poczucia ontologicznego bezpieczeństwa – obie rzeczy są zatem ze sobą ściśle związane z psychologicznego punktu widzenia”²³. Refleksyjność nowoczesnego życia społecznego polega zaś na ciągłych zmianach i reformach praktyk społecznych, spowodowanych napływającymi informacjami o tych właśnie praktykach, co zmienia ich charakter w sposób konstytutywny, przy czym pełna refleksyjność obejmuje także refleksję nad samą naturą refleksji²⁴. Nie jest dla mnie jasne, w jaki sposób „turystyka śmierci” mogłaby być źródłem bezpieczeństwa ontologicznego, skoro, co wynika z dwóch powyższych definicji, fałszywą jest hipoteza, że większa wiedza o życiu społecznym (nawet jeżeli wiedza ta ma jak najlepsze empiryczne oparcie) oznacza automatycznie większą kontrolę nad naszym losem. „Jest to – twierdzi Giddens – prawda (choć dyskusyjna) w odniesieniu do świata fizycznego, ale nie w stosunku do świata wydarzeń społecznych”²⁵. Zakładając nawet, że chce-

²⁰ P.R. Stone, *Making Absent Death Present: Consuming Dark Tourism in Contemporary Society* [w:] *The Darker Side of Travel. The Theory and Practice of Dark Tourism*, red. R. Sharpley, Philip R. Stone, Channel View Publications, Bristol 2009, s. 33.

²¹ T. Walter, *Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living*, [w:] *The Darker Side of Travel*, op. cit., s. 39–40.

²² P.R. Stone, *Making Absent Death Present...*, op. cit., s. 37.

²³ A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, przeł. E. Klekot, Kraków 2008, s. 66.

²⁴ Ibidem, s. 28, 31.

²⁵ Ibidem, s. 31.

my się „jedynie” czegoś dowiedzieć o śmierci, to przecież w miejscach takich, jak były nazistowskie obozy koncentracyjne, czy nawet lochy i sale tortur, nie mamy do czynienia ze „zwykłą” śmiercią (z powodu raka, udaru, nadciśnienia, chorób krążenia, czyli najpowszechniejszych przyczyn śmierci w XXI wieku), nie można więc mówić o konfrontacji współczesnego turysty z problemami śmiertelności i cierpienia (chyba że identyfikuje się on w jakiś sposób z ofiarami). W przypadku „turystyki śmierci”, szczególnie w jej „najciemniejszym” wydaniu, mamy do czynienia z zupełnie innym rodzajem śmierci, która stanowi wyzwanie nie tyle dla jednostek, co dla całej kultury²⁶. Raczej należałoby w tym przypadku mówić o „niebezpieczeństwie ontologicznym” i poczuciu braku stabilności. W tej sytuacji trudno mi sobie wyobrazić, że podobne miejsca mogłyby w jakikolwiek sposób ułatwiać poszukiwanie znaczenia zagubionym w postnowoczesnej współczesności jednostkom.

Powyższe teoretyczne rozważania nad motywacjami osób uprawiających „turystykę śmierci” warto skonfrontować z badaniami empirycznymi. Stephanie Marie Yuill przeprowadziła badania ankietowe wśród odwiedzających muzeum Holokaustu w Houston i okazało się, że muzeum nie stanowiło dla publiczności celu samego w sobie, odwiedzający decydowali się na wizytę niejako przy okazji. Najczęściej przebywali w Houston z wizytą u krewnych lub przyjaciół, lub po prostu na wakacjach. Nie odczuwali też związku z wydarzeniami tam przedstawionymi (ten motyw Yuill określiła jako „poczucie dziedzictwa”). Podobne odczucia przejawiały jedynie osoby posiadające krewnych wśród ofiar lub wśród wyzwolicieli obozów. Niewiele osób podało jako przyczynę odwiedzin zainteresowanie historią Holokaustu, częściej (ale też rzadko) wskazywano na historię II wojny światowej. Poczucie winy lub jakakolwiek forma nostalgii nie były również w ocenie respondentów motywami dla wizyty w muzeum. Większość badanych była poniżej 40. roku życia i nie była Żydami, dlatego podobne wyniki nie powinny zaskakiwać. 100% publiczności określiło swoją tożsamość jako „amerykańską” i uznało Holokaust za wydarzenie europejskie. Na pytanie, czy muzeum stanowi sposób radzenia sobie ze śmiercią i umieraniem, niewielka grupa odpowiedziała, że muzea mogą spełniać taką rolę, ale większość wskazała na rodzinę, duchowość, religię i przyjaciół jako czynniki, które mają znaczenie w radzeniu sobie z własną śmiercią (przy czym duchowość i kościół wskazało aż 75% respondentów). Najwięcej osób jako główny motyw odwiedzin podało edukację nastawioną przede wszystkim na zapobieganie podobnym wydarzeniom w przyszłości. Połowa respondentów za główny powód podała „ciekawość”, ale również uzasadniła ją celami edukacyjnymi i zainteresowaniem historią (przy czym nie historią Holokaustu, ale historią „w ogóle”). Artefakty i ekspozycja same w sobie nie stanowiły

²⁶ T. Walter, op. cit., s. 52–53.

silnego czynnika motywującego, gdyż były oceniane tylko poprzez ich wartość edukacyjną. Drugi najsilniejszy motyw stanowiła pamięć. Chęć upamiętnienia nie dotyczyła jednak Żydów jako grupy najbardziej dotkniętej Zagładą, lecz ofiar wszystkich ludobójstw²⁷.

Thomas P. Thurnell-Read badał z kolei motywacje odwiedzających były nazistowski obóz Auschwitz-Birkenau. Chodziło mu jednak nie o Żydów, Polaków, czy Niemców, czyli osoby w mniej lub bardziej bezpośredni sposób związane z wydarzeniami, ale o osoby bez żadnych osobistych relacji z tym fragmentem przeszłości²⁸. Uczestnicy badania pochodzili z Kanady, Australii i Stanów Zjednoczonych. Generalnie wizyta w Auschwitz nie była dla nikogo jedynym powodem przyjazdu do Polski, wiedza o Auschwitz funkcjonowała jako jeden z czynników motywujących do podjęcia podróży. Wśród innych przyczyn respondenci wymieniali nawet tanie loty oraz bezproblemową i szybką podróż (szczególnie w przypadku przelotów z Londynu do Krakowa). Za podstawową motywację uznali chęć przyjazdu do Europy Wschodniej oraz zwiedzenie Krakowa, Budapesztu, Pragi i Dubrownika. Kolejne, dalsze powody, to rekomendacja przyjaciół (czasem żydowskiego pochodzenia, ale niekoniecznie) oraz bliskość Auschwitz od Krakowa (w tym przypadku w grę wchodziło poczucie pewnego obowiązku natury moralnej: „nie wypada być tak blisko i nie zobaczyć”)²⁹.

Sam były nazistowski obóz Auschwitz-Birkenau postrzegany był jako główny symbol pamięci o Holokauście i najbardziej znaczące miejsce w turystyce Holokaustu. Doświadczenie fizycznej obecności obozu miało, według badanych, pozwolić na lepsze zrozumienie wydarzeń Holokaustu (szczególnie w porównaniu z reprezentacjami książkowymi i doświadczeniami pedagogicznymi). Jednak za główną przyczynę wzrostu świadomości Zagłady i pojawienia się idei zwiedzenia obozu respondenci podawali wizualne reprezentacje Holokaustu, a szczególnie film *Lista Schindlera* Stevena Spielberga. Co ciekawe, złe doświadczenia związane z nauczaniem o Holokauście też stały się dla niektórych inspiracją do odwiedzin rzeczywistego miejsca. Wyjaśnienia uznane za zbyt powierzchowne, zbyt abstrakcyjne czy niezrozumiałe obudziły chęć poznania wydarzeń poprzez bezpośredni kontakt z miejscem³⁰.

Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na fakt, że funkcja dydaktyczna (czy edukacyjna) z reguły uzasadnia powstawanie miejsc pamięci związanych ze zbrodniami lub innymi okrucieństwami. Nie wszyscy badacze uznają ją jednak za wystarczającą legitymację. G. Ashworth uważa, że ostatecznym dowodem prze-

²⁷ S.M. Yuill, op. cit., s. 187–200.

²⁸ T.P. Thurnell-Read, *Engaging Auschwitz: an analysis of young travellers' experiences of Holocaust Tourism*, „Journal of Tourism Consumption and Practise” 2009, vol. 1, No 1, s. 26.

²⁹ Ibidem, s. 31–34.

³⁰ Ibidem, s. 41–42.

ciwko tej „humanitarnej propagandzie” powinien być fakt, że podobne lekcje nie działają. Na świecie nie zmniejsza się liczba okrucieństw, a skutek powstawania kolejnych miejsc pamięci może być wręcz odwrotny, gdyż istnieje groźba naśladownictwa³¹. Dodatkowym problemem są prowadzone przez podobne miejsca działania mające na celu popularyzowanie, czy promowanie ekspozycji i wiążące się z szeroko rozumianą akcją marketingową. „Wykorzystywanie Holokaustu dla celów komercyjnych budzi odrazę, ale muzea już dawno temu straciły niewinność jeśli chodzi o motywy swych działań” – pisze S. Bardgett. „Po [...] latach pracy z dowodami prześladowań i masowych zbrodni każdy wzdraga się przed używaniem takich określeń, jak »slogan reklamowy«, »grupa docelowa« czy »kontrola wydajności«. Z drugiej strony muzeum [Muzeum Wojny w Londynie – A. Z.-W.] ma wyznaczoną misję edukacyjną [...], a plany marketingowe są konieczną konsekwencją. Nie ma sensu wydawanie milionów na wartościowy projekt, a następnie cofanie się przed decyzją o jego promocji”³². Zatem jeśli muzea i miejsca pamięci są instytucjami służącymi upowszechnianiu wiedzy, to muszą być z tym związane czynności określane ogólnie jako *public relations* i chociaż nie zawsze jest to związane ze sprzedażą biletów, to jednak ma cechy marketingowe (gdyż bez publiczności tracą rację bytu).

Spójrzmy przez chwilę (dla dobra dyskusji) na podobne miejsca jak na „zwykłe” miejsca turystyczne. Podobnie jak w przypadku „zwyczajnej” turystyki i tutaj w grę może wchodzić motywacja związana z poszukiwaniem „autentyczności”, pragnienie głębokiego kontaktu z przeszłością lub po prostu kolekcjonowanie doświadczeń i wplatanie ich w swoją tożsamość. Wśród młodych ludzi podróże (wszystkie) postrzegane są jako inwestycja w rozwój i doświadczenia te uchodzą za pomocne w dalszej karierze. Miejsca będące celem „turystyki śmierci” można również uznać za formę dziedzictwa (do tego problemu jeszcze powrócę), które dostarcza rzadkich doświadczeń (innych niż miejsca bardziej prozaiczne), co sprawia, że człowiek staje się bardziej dojrzały.

Oczywiście możliwe są motywacje patologiczne, *voyeryzm*, czy np. czerpanie przyjemności z cudzego nieszczęścia (zakładam jednak, że nie dotyczy to większości odwiedzających) lub silne fascynacje śmiercią, ale niekoniecznie muszą to być czynniki decydujące, może warto zatem „turystykę śmierci” rozpatrywać z innej perspektywy. Współcześnie poszukujemy nowych rodzajów kontaktów/komunikacji z przeszłością i turystyka staje się tu jedną z możliwości. „Turystyka śmierci” może się różnić od masowej turystyki (choć niekoniecznie, bo też

³¹ G. Ashworth, *Holocaust Tourism. The Experience of Kraków–Kazimierz*, “International Research in Geographical and Environmental Education” 2002, vol. 11, No 4, s. 364.

³² S. Bardgett, *Exhibiting Hatred*, “History Today” 2000, vol. 50, issue 6, s. 20.

staje się masowa) tym, że kreuje inny, bardziej emocjonalny i autentyczny rodzaj doświadczenia wydarzeń minionych.

Problemy i metody badawcze

„Turystyka śmierci” jest zjawiskiem społecznym i kulturowym i jak każde takie zjawisko powinna być poddana analizie (pamiętać przy tym należy, że zgodnie z Giddensowską definicją refleksyjności wiedza o zjawisku wpływa na samo zjawisko). Podobne miejsca przyciągają turystów (i pieniądze), ważne są zatem z ekonomicznego punktu widzenia. Pozostają archiwami publicznej pamięci i stanowią szczególnego rodzaju dziedzictwo, które – choćby ze względu na to, że łatwo wywołuje konflikty – warto poddać refleksji.

Konfliktowe/niespójne dziedzictwo (*dissonant heritage*), według Ashwortha, oznacza, ogólnie rzecz biorąc, brak harmonii w czasie i przestrzeni pomiędzy ludźmi i ich dziedzictwem. Dziedzictwo związane z okrucieństwem jest szczególnie narażone na wszelkiego rodzaju dysharmonie i konflikty. Dysonanse kreowane przez podobne wydarzenia są nie tylko intensywne, ostre i długotrwałe, ale powodują również pojawienie się złożonych kwestii interpretacyjnych, będących zarzewiem problemów szczególnie dla osób pozostających w relacjach z ofiarami, prześladowcami, czy świadkami³³.

Wydawałoby się oczywiste, że ludzie chętniej zapomnieliby o „niemilej” przeszłości, niż świadomie upamiętniali okrucieństwo. Muszą mieć zatem ku temu przekonujące powody³⁴. Ofiary mogą chcieć wykorzystać podobne dziedzictwo dla podtrzymania spójności grupy (lub stworzenia pewnego rodzaju zastępczej tożsamości), czy legitymizacji politycznej. Upamiętnienie okrucieństwa staje się dla nich potężnym instrumentem. Wiktyimizacja może służyć za mit, na fundamencie którego buduje się państwo. Istnieją oczywiście niebezpieczeństwa związane z kultywaniem przeszłych niesprawiedliwości, co prawdopodobnie nie jest idealnym modelem dla działań podejmowanych w przyszłości.

Trudniej zrozumieć sprawców upamiętniających swoje okrucieństwa. Teoretycznie powinno się unikać kreowania dziedzictwa, które może prowadzić do

³³ G. Ashworth, op. cit., s. 363–364.

³⁴ Inne możliwości dla miejsc, w których wydarzyły się tragiczne wydarzenia, to: uświęcenie (*sanctification*), desygnowanie/mianowanie (*designation*), naprawienie/wyprostowanie (*rectification*), unicestwienie (*obliteration*). Typowym przykładem uświęcenia jest uhonorowanie bohaterów/męczenników, liderów, uczczenie straty dla wspólnoty. Proces zawiera kreację miejsca uświęconego, oznaczenie go poprzez monument/pomnik. Desygnowanie może być procesem przejściowym (miejsce może zostać uświęcone lub wymazane), wydarzenia, które się tam odbyły, są uznane za ważne, ale brakuje im elementu sakralności (*sacrificial qualities*). K. Foote, *Shadowed Ground: America's Landscapes of Violence and Tragedy*, Austin, University of Texas Press 1997, podają za: S. Yuill, op. cit., s. 28–29.

powstania konfliktów wewnętrznych lub zewnętrznych. Jednak wiele okrucieństw (i nie są to tylko akty terrorystyczne) zostało popełnionych z myślą o ich późniejszym upamiętnieniu czy upublicznieniu, przynajmniej krótkoterminowo, lub o strategicznych i militarnych korzyściach płynących z ostrzeżenia innych przed podjęciem pewnych niekorzystnych – z punktu widzenia sprawców – działań. Z reguły jednak zamiast upamiętniania bardziej powszechne jest wyparcie, „kolektywna amnezja” (często związana z demonizacją ofiar). Ci, którzy nie są związani ani z ofiarami, ani ze sprawcami, mogą chcieć upamiętnić okrucieństwa, by zapobiec ich powtórzeniu. Chodzi tu o dobrze znaną tezę, że można uniknąć okrucieństwa dzięki lekcji wyciągniętej z przeszłych wydarzeń³⁵.

Mamy tu zatem zespół problemów, które w każdym indywidualnym przypadku mogą stać się przedmiotem analizy. W cytowanych wyżej badaniach Thurnella-Reada uderzające jest to, że część badanych stwierdziła, iż Holokaust doświadczany z perspektywy autentycznego miejsca był mniej realny i mniej dramatyczny niż ten pokazywany np. na ekranie. To dość typowy dysonans, który powstaje, kiedy oczekiwania turystów wykreowane przez media zderzają się z rzeczywistością doświadczenia turystycznego. Co ciekawe, respondenci zdawali sobie sprawę z tego, że historia, której doświadczają, jest zapośredniczona i w takiej czy innej formie im przekazywana z udziałem różnych mediów, ale akceptowali to. Zadaje to kłam dość popularnej tezie, że turyści chłoną informacje bezrefleksyjnie i myślą obecne miejsca z samym wydarzeniem. Thurnell-Read uważa jednak, że większość z tego, co mówili respondenci (np. o zaangażowaniu i związku z miejscem), brzmiało dosyć standardowo, jakby było zasłyszane z wielu obecnych w przestrzeni publicznej narracji o Holokauście i pamięci zbiorowej. Oznaczałoby to, że niebezpieczeństwo kryje się w narracjach dominujących i coraz mniejszych szansach na pojawienie się alternatywnych interpretacji³⁶. Warto byłoby zatem w kontekście „turystyki śmierci” zastanowić się nad tym, w jaki sposób dominujące w dyskursie publicznym meta-narracje i standardowe hasła o edukacji wpływają na doświadczanie takich miejsc.

Wśród filozoficznych postaw wobec zagadnień turystyki śmierci dominują postmodernistyczne rozważania na temat autentyczności miejsc, konstrukcji narracji pozwalającej przybliżyć daną historię widzom w sposób dla nich atrakcyjny, użycia najnowocześniejszych, multimedialnych i interdyscyplinarnych technologii i kreowania coraz bardziej angażujących interpretacji. Często podnosi się argument, że w miejscach tych konstruowane są narracje, poprzez które manipuluje się publicznością oraz osiąga cele polityczne i ideologiczne. W konsekwencji podobnych zabiegów, często mających na celu dostarczenie publiczności absorbującego

³⁵ G. Ashworth, op. cit., s. 363–364.

³⁶ T.P. Thurnell-Read, op. cit., s. 43, 45, 48.

„doświadczenia”, zdarza się, że miejsca te zadają kłam wydarzeniom, które się w nich rozegrały³⁷.

Sama interpretacja w kontekście miejsc dziedzictwa może być zdefiniowana jako zespół technik komunikacyjnych o różnym stopniu efektywności, których można użyć, by przekazać określoną wiadomość określonej grupie ludzi³⁸.

Metodologie najczęściej stosowane przy badaniu miejsc dziedzictwa to badania jakościowe, polegające na zbieraniu danych (w postaci ankiet czy kwestionariuszy) w celu zrozumienia motywacji odwiedzających (np. cytowana tu praca S. Yuill), analiza dyskursu, analiza semiotyczna lub jakościowa analiza przypadku (*case study*)³⁹.

Ze względu na eklektyczny charakter podobnych miejsc (reprezentacjom wizualnym, czyli obiektom materialnym i obrazom, towarzyszą materiały tekstowe przedstawiane w różnych formach graficznych oraz – coraz częściej – nowoczesne technologie interaktywne) uważam, że najbardziej efektywną metodą ich interpretacji jest analiza dyskursu. Według Michela Foucaulta, twórcy terminu, na dyskurs składają się „[...] stosunki między wypowiedziami (nawet jeśli wymykają się świadomości autora, nawet jeśli mamy do czynienia z wypowiedziami różnych autorów, nawet jeśli autorzy się nie znali); dalej stosunki między utworzonymi tą drogą grupami wypowiedzi (nawet jeśli te grupy nie dotyczą tej samej dziedziny lub dziedzin sąsiednich, nawet jeśli nie mieszczą się na tym samym poziomie formalnym, nawet jeśli nie stanowią obszaru dających się oznaczyć kontaktów); wreszcie stosunki pomiędzy wypowiedziami lub grupami wypowiedzi a zdarzeniami zupełnie innej natury (technicznej, ekonomicznej, społecznej, politycznej)”⁴⁰. Gillian Rose definiuje dyskurs jako określoną wiedzę o świecie, która kształtuje sposób, w jaki go rozumiemy⁴¹. Pisząc o analizie dyskursu jako metodzie badań, badaczka dzieli ją na dwa odmienne warianty: pierwszy zwraca uwagę na to, jak dyskurs wyraża się poprzez różnego rodzaju przedstawienia wizualne i teksty werbalne, a drugi analizuje praktyki poszczególnych instytucji⁴². Można zatem badać sposoby konstruowania opowieści o wydarzeniach historycznych w wybranych miejscach, analizować strategie perswazji, sprawiające, że miejsca te są lub mają

³⁷ A.C. Wight, *Philosophical and methodological praxes in dark tourism: controversy, contention and the evolving paradigm*, “Journal of Vacation Marketing” 2005, vol 12, No 2, s. 122–123.

³⁸ D.L. Uzzell, *Heritage Interpretation: The Visitor Experience*, London – New York Belhaven Press 1992, podaję za: ibidem, s. 123.

³⁹ Ibidem, s. 121.

⁴⁰ M. Foucault, *Archeologia wiedzy*, przeł. i oprac. A. Siemek, Warszawa 2002, s. 32–33.

⁴¹ Formacja dyskursywna to według badaczki sposób łączenia znaczeń w konkretnym dyskursie. Zob. G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2010, s. 174–175.

⁴² Ibidem, s. 178–179.

być odbierane jako rzeczywiste/autentyczne, prawdziwe i naturalne, oraz status obiektów i ich powiązania z tekstem i obrazem (jeśli są dodane do reprezentacji). Istotne są również społeczne skutki wytwarzania dyskursu podobnych miejsc oraz ich potencjalne oddziaływanie na publiczność.

Summary

The death tourism as a cultural phenomenon

Even though contemporary tourism is based on the idea of a pleasurable change, a leave from routine and everyday activities, the expectations of visitors to the sites of catastrophes and death are shaped according to different rules. These trips have named by scholars of the phenomenon as another kind of tourism “dark tourism” or “thanatourism”. The fascination with death seems to be nothing exceptional nor new in our culture, however treating death as a commodity designed for consumption seems to be a totally new aspect of it. The article conceptualises this more and more common phenomenon. the author addresses some key problems of the visitors’ motivation and points to research problems and methods of the death tourism as a new social and cultural phenomenon.