



Wojciech Sternak

Uniwersytet Warszawski

OKNO Z WIDOKIEM NA DZIKOŚĆ. O GLAMOURZE PODRÓŻY

The window overlooking Wildness. On *Glamour* of Travel

Abstract

Travel is an integral part of human life. However, it is most often an ambivalent matter – on the one hand it allows to gain something, on the other – as it is associated with leaving your *comfort-zone*, it exposes you to potential danger, or at least inconvenience, of contact with material reality.

Travelers used to acquire the status of odd, yet *glamorous* people. The experience of *orient*, *exoticism* and contact with *the Other* made historic voyagers image float between magic and real realms.

What travel patterns can we observe in the early twenty-first century? How does *glamour* of travel boost our status (especially in social media)? What are contemporary uses of travel selfies. Is glamping a new tool in „aestheticization of everyday life”?

The essay analyses these relations between auto-creation in social media and travel. It also seeks for answers to above questions.

Podróż towarzyszy od zawsze naszemu życiu. Co więcej: często jest z nim metaforycznie zrównywana. Gdy mówimy o niej (w szerokim rozumieniu, nie ograniczając się do przemysłów turystyki), szybko dostrzegamy pewną ambiwalencję. Z jednej strony stanowi okazję do zyskania czegoś: otwarcia się na nowe widoki, zadzierzgnięcia nowych znajomości, nawiązania kontaktów handlowych, okrycia się sławą jako zdobywca/odkrywca nowych lądów, szczytów, mórz. Któż z nas nie przeżył w dzieciństwie fascynacji dalekimi ekspedycjami? Z drugiej zaś strony jest nierozzerwalnie związana z opuszczeniem bezpiecznej, swojskiej sfery „tu i teraz”. Dlatego wielu z nas traktuje konieczność wyjazdu jako ten moment, który wywołuje dreszcz niepokoju (*Reisefieber*). W każdym razie jedno pozostaje pewne: podróż kształci. Jak zauważa Michel de Montaigne, „[d]usza ma w niej nieustanne ćwiczenia, aby rozważać rzeczy nieznanne i nowe. Ciało nie jest przy tym beczynne ani utrudzone; ten umiarkowany ruch utrzymuje je w zbawiennej trzeźwości”¹.

Możemy myśleć o podróżach w kategoriach leniwych (też w pozytywnym sensie!) turnusów *all inclusive* z polskim animatorem dla naszych dzieci, lub o wyprawach w nieznanne, gdzie jedynym pewnym elementem jest punkt wyjścia. Pomiedzy tymi dwoma biegunami „rozciągnięte” będzie całe spektrum postaw. Fryderyk Nietzsche w *Wędrowcu i jego cieniu* wyróżnił pięć kategorii:

Między podróżnymi rozróżnia się pięć stopni: podróżni pierwszego, najniższego stopnia, są ci, którzy podróżują i których przytem się widzi – ci właściwie są p r z e n o s z e n i i niejako ślepi; następni rzeczywiście patrzą sami na świat; trzeci stopień przeżywa coś wskutek tego, że widzi; czwarty żyje rzeczą przeżywą i unosi ją z sobą; wreszcie istnieje pewna ilość ludzi, obdarzonych siłą najwyższą, którzy wszystko, co widzieli, przeżywszy i wcieliwszy w siebie, w końcu także ko-

¹ M. de Montaigne, *Próby*, przeł. T. Żeleński (Boy), t. 3, Warszawa 1957, s. 249, cyt. za: T. Gadacz, *Filozofia podróży*, <http://www.podkowianskimagazyn.pl/nr54/gadacz54.htm>, [dostęp: 1.11.2015].

niecznie muszą wydać na świat, skoro do domu powrócą. Równoległe z tymi pięciu rodzajami podróży odbywają całą drogę życia wszyscy ludzie wogóle, najniżsi jako bezwzględnie bierni, najwyżsi jako ludzie czynni i przeżywający wszystkie bez wyjątku przygody wewnętrzne².

Pomijając wartościowanie i hierarchizowanie niemieckiego filozofa, warto zwrócić uwagę na kilka takich aspektów opisu, które można odnieść do współczesnego turystyki. Skoncentrujemy się na postawach skrajnych w powyższym fragmencie. Pierwszy stopień pasuje wizualnie do obrazu zorganizowanych wycieczek, podążających zwartą grupą za swym przewodnikiem, trzymającym wysoko nad tłumem kolorowy parasol, kijek trekkingowy bądź nawet balonik z logo tour-operatora. „Widzimy” ich, ponieważ w żaden sposób nie wtapiają się w otaczający koloryt³. Zdają się być „ślepi”, gdyż kierują wzrok tylko tam, gdzie podpowie im to ich przewodnik. Na drugim krańcu zdają się być podróżnicy, obdarzający świat bardziej pogłębioną refleksją, którzy nawet podczas wakacji „wytwarzają”⁴. Jak można sądzić z wypowiedzi Nietzschego, ich celem jest obdarzenie świata owocem swojego wyjazdu: zatem nie przywożą z niego prostej re-prezentacji⁵ świata, lecz wizję przekształconą przez własne doświadczenie. Podróżnicy tacy, by zdobyć to „nowe”, muszą wyzbyć się poczucia pełni kontroli nad swym bezpieczeństwem, opuścić swą *comfort-zone*, a przynajmniej: silnie przesunąć jej granice.

Dobrą ilustracją takich pionierskich przedsięwzięć w obszarze fotografii jest twórczość Johna Thomsona. Wykonane przez niego zdjęcia Chin z podróży w latach 70. XIX wieku stanowiły właśnie objawienie realiów dalekiego wschodu dla kultury zachodniej. Fotografie przedstawiające m.in. grobowce dynastii Ming stanowią również dla

² F. Nietzsche, *Wędrowiec i jego cień*, przeł. K. Drzewiecki, Warszawa 1909, s. 145-146.

³ Chyba, że za „tło” uznamy inne tego typu grupy sezonowo zapelniające po brzezi place i ulice atrakcji turystycznych.

⁴ Por. R. Barthes, *Pisarz na wakacjach*, [w:] tegoż, *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Warszawa 2008, s. 50. Uwaga ta dotyczy, rzecz jasna, również fotografów, antropologów czy kulturoznawców. Wszyscy oni bywają „na wakacjach, ale ich Muza czuwa i nieustannie płodzi” (tamże, s. 50).

⁵ Por. M. Michałowska, *Niepewność przedstawienia*, Kraków 2004, s. 21 i nast.

nas bezcenne historyczne źródło, zwłaszcza w porównaniu ze współczesnym widokiem zapośredniczonym przez Google Street View. Często zapominamy, że zdobycie takiego materiału najczęściej wiązało się przecieraniem zupełnie nowych szlaków, ale również potrzebą ciągłej „walki”, jeśli chodzi o samą technikę (zdobycie i skuteczne przechowywanie odczynników chemicznych, w tym związków srebra niezbędnych do otrzymania obrazu fotograficznego, zabezpieczenie kolodionowych negatywów przed warunkami atmosferycznymi itd.)⁶. Warto również zauważyć fakt, o którym często zapominamy: zdjęcia z dalekich podróży przywozili nam tylko ci, którzy dali radę stamtąd powrócić i to ze swoim foto-trofeum, po których słuch nie zaginął. Ci Argonauci, przywożąc z daleka swoje „srebrne runo”, często stawali się celebrytami XIX-wiecznej Europy, spowitymi swoistym czarem orientu, *glamour*.

Podobną strategię zdobycia sławy i chwały, stania się *glamorous* odnajdujemy w takich projektach jak w rajdzie na dziki zachód Edwarda Curtisa na początku XX wieku, czy też wyprawie Thora Heyerdahla, który postanowił potwierdzić hipotezę o możliwości przedostania się z brzegów Ameryki Południowej na wyspy Oceanii tratwą z balsy⁷. Zwłaszcza ten ostatni, ruszając w rejs, nie miał żadnej pewności, że osiągnie swój cel, a w razie katastrofy, że pomoc przyjdzie na czas. Nie przeszkodziło mu to jednak w wykonaniu dokumentacji filmowej, która została nagrodzona Oscarem w 1950 roku.

Wspomniane wyżej podróże to przykłady opuszczania własnej strefy komfortu, metaforyczne oddalanie się od słupa Kaua Aua ludu Achilpa, przejście ze sfery znajomego „kosmosu” do groźnego „chaosu”. O wiele częstszą jednak postawą będzie podróż, której istotny „ekwipunek” to „całość” kultury, z jakiej turysta się wywodzi. „Niezależnie od tego, do jakiego porządku należy przestrzeń, w której człowiek [...] czuje się u siebie – do kraju, miasta, wioski czy domu – zawsze pragnie on żyć w świecie całkowitym, uporządkowanym”⁸ – pisze Mircea Eliade

⁶ Por. *John Thomson and Photography*, <http://digital.nls.uk/thomson/china.html>, [dostęp: 1.11.2015].

⁷ Udowadniając tym samym możliwość zasiedlenia wysp Pacyfiku ze wschodu, a nie zachodu, jak utrzymuje się do tej pory. Por. T. Heyerdahl, *Wyprawa Kon-tiki*, przeł. J. Pański, Warszawa 1972.

w 1957 roku, nie dostrzegając, że archetyp ten odradza się na jego oczach w zjawisku turystyki masowej. Zmieniając położenie swojej wioski, lud Achilpa przeniósł na plecach swój święty pał, zmaterializowaną *axis mundi* i wbił ją go pośrodku nowej osady. Czy taka wędrówka była więc jakąkolwiek podróżą? Plemię wciąż pozostawało w centrum „kosmosu”, nawet jeśli geograficznie pokonało ogromny dystans. Podobną sytuację obserwujemy dziś w obszarze turystyki masowej. Mimo zmiany miejsca pobytu – nierzadko o kilka tysięcy kilometrów – większość z nas nie opuszcza przytulnej cywilizacyjnej bańki, do której przywykliśmy. Słusznie pyta Leszek Kołakowski:

Czy do podróży zaliczyć można ten rodzaj masowej turystyki, gdzie, na przykład mieszkańcom krajów chłodnych, jak Anglia, chodzi o kawałek ciepłego morza w Hiszpanii, a na miejscu już tam mają przygotowane angielskie bary, angielskie jedzenie (pożał się Boże), Hiszpania sama zaś ich nic nie obchodzi?⁹

Wtórzuje mu Martin Parr, wizualnie opisując zjawisko w swoim cyklu *Small World*, gdzie przedstawia nas podróżujących po coraz mniejszym świecie. Okazuje się, że zdobywając dziewicze górskie szlaki robimy to idąc gęsiego za setkami podobnych nam indywidualistów; że bezpieczniej jest wysłuchać audioprzewodnika niż narazić się na niedostrzeżenie czegoś ważnego, lub co gorsza: zachwycenie się czymś spoza kanonu *must-see*. Wreszcie, jeśli rejony podzwrotnikowe są dla nas zbyt odległe, być może zbyt duszne – możemy dojechać podmiejskim pociągiem do wymarzonych *Tropical Islands*¹⁰ i zrobić sobie *selfie* na plaży basenu z egzotycznym foto-tłem na odległej ścianie. Przetworzony przez automatyczny cyfrowy filtr, *glamourowy* autoportret, który zostanie wrzucony w media społecznościowe, zacznie się niebawem multiplikować, obrastać *lajkami* i komentarzami.

Autokreacja w wirtualnym świecie zastąpiła dawniejsze formy zaświadczenia o podróży. Choć i one stopniowo coraz mniej skupiały się na samym procesie, koncentrując się raczej na potwierdzeniu

8 M. Eliade, *Sacrum i profanum. O istocie religijności*, przeł. R. Reszke, Warszawa 1999, s. 35.

9 L. Kołakowski, *O podróżach*, [w:] tegoż, *Mini-wykłady o maxi-sprawach*, Kraków 2004, s. 44.

10 Oczywiście, jeśli jesteśmy mieszkańcami Berlina.

„odhaczenia” listy zabytków lub tzw. miejsc wartych zwiedzenia. Samo przemieszczanie wydaje się nam, być może, zbyt jawnym opuszczaniem naszej strefy komfortu byśmy chcieli na to patrzeć. Stąd darmowe foldery w kieszeniach foteli lotniczych, czy zamknięcie się w audiosferze własnych empetrójek podczas jazdy koleją. Jak mało zmieniło się od czasów sceny obrazu Augusta Egg’a *Travelling Companions* z 1862 roku, czy też tej przytoczonej przez Sandora Maroia w latach 30. XX wieku:

«Do Wiednia będę czytała» – mówi. Święty Krzysztofie, patronie podróżników, to po co ona jedzie? Ja czytam tylko w domu, w fotelu. [...] W pociągu natomiast podróżuje. A ona będzie czytała do Wiednia, potem spała do Lugano, po przyjeździe będzie się dziwić cenom w pensjonacie, że okazały się wyższe, i górcom, że niższe, niż obiecywał to prospekt, po czym napisze o tym widokówkę, na miły Bóg!¹¹.

Jeźdźmy po to, by zaświadczyć, że rzeczy opisane w przewodnikach rzeczywiście istnieją? W tym sensie rzeczywiście „wszystko zostało już sfotografowane”, jak pisała Susan Sontag, bo czego oko nie widziało, tego sercu nie żal i nie mamy potrzeby jechać w miejsca, których nie ujrzelśmy wcześniej na fotografii. Tak tworzy się błędne koło turystycznej symulakry. Mechanizm turystyki zawiera w sobie jednak jeszcze jeden ważny czynnik – potwierdzenie swojego statusu społecznego, a zwłaszcza możliwość podbicia go. *Wish you were here* czy *Missing you* to jedne z częstszych fraz spotykanych na widokówkach¹². Czytane pobieżnie są niewinnymi życzeniami, jednak odarte z idiomu ślą komunikat: „Ciebie tu nie ma, ale JA TU jestem”. Te masowo produkowane pocztówki wzmacniają naszą pozycję społeczną, przydają nam *glamouru* jako ludziom „obeznanim ze światem”, którzy ze znanstwem wybierają cel peregrynacji i niejedno już w życiu widzieli¹³. „«Stojący wyżej» są zadowoleni z tego, że podróżują według własnego widzimisię, wybierając cel podróży w zależności od oferowanych

11 S. Marai, *W podróży*, przeł. T. Worowska, Warszawa 2011, s. 95.

12 Por. O. Löfgren, *On Holiday. A History of Vacationig*, Los Angeles 2002, s. 76 i nast.

13 Nawet by dziwić się cenom w pensjonacie, powinniśmy mieć przecież jakieś odniesienie, najlepiej coś więcej niż prospekt...

atrakcji”¹⁴ – zauważa Zygmunt Bauman. Atrakcji, które przemysł turystyki i promocji podają nam nieustannie na tacy.

Czym zatem jest dziś *glamour* w kontekście podróży? To tworzenie wokół siebie powabnej aury, łączącej w sobie w różnych proporcjach tajemnicę egzotyki, dreszcz emocji i odrobinę luksusu wielogwiazdkowych resortów. W czasach wirtualnej reprodukcji (parafrazując Waltera Benjamina) aura ta oczywiście już dawno odłączyła się od autentycznego doświadczenia, ustępując miejsca społecznościowej autokreacji. *Glamour* podróży stał się narzędziem estetyzacji życia codziennego¹⁵. Coraz częściej naszym celem jest wykreowanie atrakcyjnego, *glamorous* awatara reprezentującego nas w Sieci. Nasz wizerunek ma nie tylko przyciągać (ang. *attract*) uwagę, czy też ruch na portalach do naszego profilu, ale również spowijać nasze wyobrażenie niedopowiedzianym (bo wizualnym) woalem wymienionych wyżej atrybutów *glamouru* podróżnika.

Mniej istotne jest więc nietzscheańskie co z tego, co widzieliśmy – przeżyliśmy i wcieliśmy w siebie, ważniejsze – jak przełożyliśmy to na język samo-estetyzacji. Przemysł turystyki zachęcają nas do odwiedzania miejsc, które pozwolą nam stworzyć chwytliwą narrację o nas samych. W walce o prymat w mediach społecznościowych pomocne będą użycia wszelkich dóbr o ograniczonym dostępie, zwłaszcza z przedrostkiem – „naj”: przykładowo dla najlepszych zachodów słońca trzeba polecieć na Hawaje. W Wailei spotkamy prawdziwych koneserów zjawiska; oceniających, kolekcjonujących, recenzujących je, jak możemy czynić to ze starym burgundem lub nowym modelem samochodu¹⁶. To przecież świetny potencjalny motyw life-style’owego bloga.

Doskonałą sublimacją współczesnego *glamouru* podróży wydaje się być „glamping”. Luksusowe kempingi łączą w sobie wszystko, czego potrzebujemy dla wyestetyzowania naszego wyjazdu do maksimum, a jednocześnie wizualnie sugerują łączność z dawnymi tradycjami

¹⁴ Z. Bauman, *Turyści i włóczędzy*, [w:] tegoż, *Globalizacja*, s. 103.

¹⁵ Por. M. Featherstone, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków 1997; W. Welsch, *Estetyka poza estetyką*, przeł. K. Gucałska, Kraków 2005 [źródła – przyp. red.].

¹⁶ Por. O. Löfgren, dz. cyt., s. 81.

ekscytujących ekspedycji. Niebagatelne jest jednak stałe poczucie bezpieczeństwa – jesteśmy wciąż w „cywilizacji”. Bowiem „orient” może byc tuż za skrzyżowaniem: „To bezpieczeństwo możliwości powrotu do wnetrza w każdej chwili. Tu nie muszemy siusiać po lesie – mam piękną łazienk . Doskonałe!” – cieszy się lokatorka namiotu rozbitego na tarasie luksusowego hotelu w Nowym Jorku¹⁷. Obszerne, kolonialne pawilony z białego p twa, umeblowane i z łazienk  pozwalają poczuć się (i sfotografować!) jak bohaterowie *Pożegnania z Afryk * lub film  o Indianie Jonesie. Kiedy odczuwamy powiew ch dznego wieczornego powietrza, wiemy, że w każdej chwili możemy włączyc ogrzewanie. Odizolowani ultradźwiękowymi i tekstylnymi siatkami od chmar komarów, równocześnie stale jesteśmy połączeni do wirtualnych chmur plików kreujących nasz wizerunek. Fotografując się „na krańcu ŗwiata”, wciąż pozostajemy wśród znajomych *on-line*. „Glamping” staje się zatem swoistym sztafażem do wynajęcia, który pomaga nam w wykreowaniu swojego lepszego wizerunku. Istotniejsza jest możliwośc stworzenia cyklu *selfies* podczas pobytu niż samo obcowanie z nową przestrzenią. Niewątpliwie też  ywotno c galerii zawieszonej w sieci wielokrotnie przewyższa pamieć o samym doŗwiadczeniu. Co więcej: z czasem ten wirtualny obraz przesłania nasze wspomnienia, domykając niejako naszą figur  jako turysty otwartego na egzotyke.

Glamour podr o y zmienia swoją funkcj , lecz wciąż wydaje się obracać wok l polityk kolonialnych i postkolonialnych. Niegdyŗ powabem podr o nika otoczeni byli pionierzy eksplorujący pozaeuropejskie łady i oceany, którzy przywozili cenne informacje o potencjale ziemi, ludności tubylczej, fauny i flory nowo odkrytych rejonów. Nimbem magii otoczeni byli podr o nicy przywo cuj cy nowiny z „Ziemi ks. Jana”, czy też archetypy literackich wilków morskich, którzy po latach pływania na rubieżach map ŗwiata zjawiali si  znikąd i co jakiŗ czas wydobywali z kiesy dekorowanej motywami voodoo złote monety sprzed wieków. W czasach późnej nowoczesności, gdy w wirtualnej galaktyce każdy

¹⁷ *Camping NYC-style: Pitching tents at luxury hotels*, <http://www.usatoday.com/story/travel/destinations/2013/08/25/glamping-nyc-luxury-hotels/2688279>, (tłumaczenie wlasne), [dostęp: 1.11.2015].

jest sobie żeglarzem, okrętem, łatwość oderwania od materialnej rzeczywistości i nadprodukcja informacji pozwala nam niewielkim kosztem samemu zadbać o własny *glamour*. I robimy to, na niespotykaną dotychczas skalę. Co jednak intrygujące, w tej nowości zjawiska wciąż przykładamy miarę wzorców estetycznych wypracowanych przed wiekami, wciąż wikłamy się bezrefleksyjnie w schematy kolonialnych dominacji i wzajemnego pozycjonowania. Niczym do chłodnej szyby w zimowy wieczór, gdy mróz trzaska za oknem, a my grzani jesteśmy ciepłem kominka, przyciskamy nosy do granicy naszej strefy komfortu i robimy sobie zdjęcia z widokiem na dzikość.