

MAGDALENA MUSZEL  
Uniwersytet Jagielloński

## TANATOTURYSTYKA — MROczNA STRONA TURYSTYKI\*

Wiele wskazuje na to, że turystyczne zainteresowania śmiercią, chorobą czy okrucieństwem coraz bardziej nasilają się w ostatnich latach XX wieku i na początku wieku XXI i że teoretycy nie tylko to zauważają, ale także próbują zrozumieć i zdefiniować. Chris Rojek (1997) mówi o „śmiertelnych atrakcjach” (*fatal attractions*) i na podstawie obserwacji stwierdza, że miejsca atrakcyjne ze względu na *dark tourism* stają się celem nowoczesnych pielgrzymek. John Urry (2007) pisze o naturze Muzeum Gestapo w Berlinie, uwzględniając kontekst „sposrzeżenia” (*gaze*) Foulcaulta. *Dark tourism* wydaje się zjawiskiem nowym, jednak w istocie jest silnie ugruntowany historycznie i ma swoje miejsce zarówno w kulturze dawnych czasów, jak i w kulturze współczesnej. W wersji, jaką możemy obecnie obserwować, jest to zarówno produkt współczesnego świata, jak i narzędzie wpływu na jego obraz. Politycy, ekonomiści, socjologowie, antropologowie wybierają i interpretują miejsca oraz wydarzenia, które lokują się w nurcie *dark tourism*. O tym, jak bardzo sfera tanatos jest złożona i jak dalece wkracza w naszą kulturę popularną, zarówno pod kontrolą, jak i często w taki sposób, że nie zdajemy sobie z tego sprawy, może świadczyć różnorodność form i kierunków tanatoturystyki, która płynnie wpisuje się w kulturę, zwłaszcza popularną. Poniższe rozważania i przytoczone przykłady, zarówno pochodzące z zagranicy, jak i polskie, są podstawą do stwierdzenia, że śmierć, zwłaszcza związana w jakiś sposób z podróżą, staje się obecnie kolejnym produktem na sprzedaż, podlegającym wszelkim prawom rynkowym w obszarze turystyki i rozrywki.

---

Adres do korespondencji: magda\_muszel.wp.pl

\* Artykuł powstał na podstawie pracy magisterskiej pod takim samym tytułem, napisanej pod kierownictwem prof. Czesława Robotyckiego w Katedrze Etnologii i Antropologii Kultury na Uniwersytecie Jagiellońskim w 2005 r.

## PODRÓŻ DO ŹRÓDEŁ

Nazwa *dark tourism* w wolnym tłumaczeniu oznacza „mroczną turystykę”, a etymologia słowa „tanatoturystyka” wywodzi się od greckiego słowa *thanatos* — tak w mitologii greckiej określany był bożek śmierci, syn bogini Nyx i brat bożka snu Hypnosa. Termin *thanatos* pojawił się również w psychologii, wprowadzony po raz pierwszy przez Zygmunta Freuda na oznaczenie nieprzeparanej chęci zniszczenia, burzenia i zabijania.

Tanatoturystyka / *dark tourism* — te dwa pojęcia, stosowane wymiennie, były po raz pierwszy użyte jako termin naukowy w „International Journal of Heritage Studies” w 1996 r. przez Anthony’ego V. Seaton jako ogólna nazwa podróży związanej ze śmiercią, okrucieństwem lub kataklizmem. Opracowanie zawiera opis fenomenu *dark tourism* i analizę przyczyn etycznych, które wywołały ten fenomen. Znajdziemy tam również opis historycznych uwarunkowań rozwoju zjawiska, typologię jego głównych form, jak również analizę trzech przykładów: „Titanica”, JFK Museum i linii Maginota. Termin zaraz po pojawieniu się na arenie naukowej wzbudził znaczące zainteresowanie naukowców. W encyklopediach pojęcie to definiowane jest krótko i ogólnie jako odwiedzanie miejsc związanych ze śmiercią, morderstwem, okrucieństwem, pól bitew, miejsc śmierci sławnych osób, cmentarzy i miejsc internowania oraz wystaw przedstawiających zwłoki i śmierć. Wkrótce po pojawieniu się pracy Seaton, w 1998 r., ukazała się monografia Grahama Danna zawierająca opis głównych postmodernistycznych form tanatoturystyki oraz motywacji jej podejmowania. W 2000 r. z kolei John Lennon i Malcolm Foley opublikowali książkę, w której problematyka *dark tourism* została rozwinięta i zaprezentowana na przykładzie studiów konkretnych przypadków. Autorzy sugerują, że *dark tourism* nie jest tylko zwykłym zwiedzaniem miejsc związanych ze śmiercią, lecz jako wytwór współczesnego świata wpływa również znacząco na otaczającą nas rzeczywistość. Opisują kilka miejsc związanych z *dark tourism*, koncentrując się na interpretacji ich samych oraz sposobach prezentowania ich turystom, poszukując przy tym przejawów wpływu kultury popularnej, mediów i polityki.

W ostatnich latach powstało wiele opracowań naukowych na temat różnych form uprawiania turystyki, w tym również specyficznych form tanatoturystyki. Są one poświęcone podróżowaniu w celu zobaczenia: pól bitewnych (Lloyd 1998; Henderson 2000; Smith 1989, 1998; Seaton 2000), obozów koncentracyjnych i innych miejsc związanych z zagładą narodu żydowskiego, tzw. *Holocaust tourism* (Lennon, Foley 2000; Tunbridge, Ashworth 1996). Anthony V. Seaton pisał również na temat wypraw na cmentarze i na miejsca pochówków, a wraz z Grahamem Dannem (2001) o podróżach do miejsc związanych z historią niewolnictwa. W 2002 r. został opublikowany tekst Dereka Aldermana na temat celebrowania miejsc związanych ze śmiercią, a później Gregory’ego Ashwortha opis więzień i kolonii karnych jako atrakcji turystycznych.

Analizę roli, jaką w turystyce odgrywają miejsca związane ze śmiercią, podejmuje także Anthony V. Seaton w artykule *War and Thanatourism, Waterloo 1815–1914*, zamieszczonym w piśmie „Annals of Tourism Research” (1999). Wyróżnia tam pięć kategorii atrakcji tanatoturystycznych:

- miejsca śmierci zadawanej publicznie (np. walki gladiatorów, egzekucje),
- miejsca zagłady (np. Auschwitz), katastrof (np. Pompeje) lub śmierci znanych osób (np. Johna F. Kennedy’ego, Elvisa Presleya),
- grobowce, krypty, katakumby i inne miejsca pochówku,
- muzea zagłady nie związane z miejscem tragedii, jak muzeum Holocaustu w Waszyngtonie, muzea tortur i zbrodni,
- pola bitewne.

Pierwszym polem bitewnym, które niemal zaraz po bitwie przekształciło się w miejsce atrakcyjne dla podróżujących, w atrakcję turystyczną było Waterloo. Seaton analizuje proces jego sakralizacji i przemiany w atrakcję turystyczną, odwołując się do pracy Deana MacCannella (2002). Miejsce to stało się celem podróży dla wielu turystów, których można by nazwać pielgrzymami tanatoturystyki. Zjawisko tanatoturystyki nie jest zatem tak nowe, jak mogłoby się wydawać.

Za najwcześniej uprawianą formę turystyki często uważa się pielgrzymki, co jest tym bardziej oczywiste, że aż do wieku XIX grupy podróżujących dobrowolnie stanowili najczęściej pielgrzymujący do świętych miejsc, zarówno chrześcijańskich, zwykle były to Ziemia Święta, Rzym, Asyż i Santiago de Compostella, jak i muzułmańskich, takich jak Mekka czy Medyna. W wiekach XIII i XIV (Podemski 2004) pielgrzymki stały się zjawiskiem powszechnym, dostępnym i zorganizowanym, obsługiwanym przez rosnącą sieć charytatywnych schronisk, masowo też sporządzano pomocne poradniki (Feifer 1985). Podróże w celach religijnych często dostarczały mieszanki doświadczenia religijnego, kulturowego i przyjemności. Dean MacCannell (2002) uważa pielgrzymy nie tylko za pierwowzór, ale wręcz za archetyp turysty.

Tanatoturystyczny aspekt pielgrzymki jest zauważalny na pierwszy rzut oka. Odwiedzane są pojedyncze groby albo zbiorowe mogiły, cmentarze czy pomniki, czasami tylko symbolicznie upamiętniające śmierć. Warto zwrócić uwagę na fakt, że śmierć zarówno indywidualna, jak i zbiorowa, która wywołała ruch pielgrzymkowy, najczęściej jest związana z męczeństwem, przemocą i okrucieństwem, czego przykładem mogą być wyprawy chrześcijan do grobów świętych męczenników. Podróże pielgrzymkowe mają religijne albo ideologiczne znaczenie dla tych, którzy je odbywają, pragnąc zbliżyć się do świętych, bohaterów lub w jakiś sposób im bliskich ludzi sławnych. Takie akty pamięci w wielu społecznościach nabierają większego znaczenia tylko w pewnych okresach w roku, na przykład związanych z rocznicami upamiętnianych śmierci. W społecznościach o korzeniach judeochrześcijańskich miejsca pochówku są starannie wyszukane i upamiętnione. Praktyki związane ze śmiercią są bardzo zrytualizowane niemal wszędzie tam, gdzie systemy wierzeń opie-

rają się na odseparowaniu duszy od ciała i życiu pozagrobowym lub reinkarnacji.

Pielgrzymka ma religijne, a co najmniej mistyczne znaczenie, jest nie tylko podróżą w sensie fizycznym, ale również wyprawą, z którą wiążą się silne emocje i psychiczne zaangażowanie uczestników, a czasami może to być związane z osiągnięciem społecznej i/lub ekonomicznej pozycji i ze zbiorowym potwierdzeniem wartości (Lennon, Foley 2000).

Podróże w celu oglądania pól bitewnych, cmentarzy czy miejsc związanych w jakiś sposób z „ciemną stroną” osobowości człowieka nie są zatem zjawiskiem, które można łączyć tylko ze współczesnością. Odwiedzanie miejsc morderstw, śmierci, pól bitewnych, cmentarzy, mauzoleów miało zawsze i ma znaczący udział w turystyce w wielu społeczeństwach. Jakkolwiek trudno jest zbadać, jakie znaczenie mają takie podróże dla poszczególnych osób, to jednak nie ma podstaw, aby twierdzić że zwiedzanie miejsc śmierci w ramach szerszego pakietu turystycznego stanowi dla podróżującego mniejszą wartość niż niedługo przed tym długotrwała i znojna pielgrzymka do grobu świętego męczennika.

#### CZY ŚMIERĆ MOŻE BYĆ CZĘŚCIĄ KULTURY POPULARNEJ?

Na skutek rosnącego zainteresowania tanatoturystyką i przemiany poglądów na jej temat można odnieść wrażenie, jakby współcześnie kwestia śmierci nieco spowszedniała, zwłaszcza na gruncie kultury popularnej. Można zaryzykować stwierdzenie, że stała się elementem konsumpcyjnego stylu życia, wręcz towarem na sprzedaż na globalnym rynku atrakcji turystycznych i wizualnych.

Miejsca związane ze śmiercią są specjalnie przygotowywane, kreowane na potrzeby turystyki, tak aby jak najbardziej odpowiadały oczekiwaniom turystów i przynosiły jak największy zysk. Często nadaje się im „bardziej autentyczny” charakter przez dodawanie nieautentycznych elementów. Przykładem tego typu zabiegów może być odbudowanie wcześniej zniszczonych pieców krematoryjnych w obozie koncentracyjnym Auschwitz. „Uatrakcyjnieniu” tego typu miejsca służą zarówno interaktywne wystawy, które pobudzają wrażliwość widza, zaspokajają turystyczną potrzebę autentyczności, przeżycia silnych wrażeń i informacji, jak i towarzysząca infrastruktura, która ma zapewnić wygodne, łatwe i bezstresowe zwiedzanie. Często dzieje się to nie tylko kosztem autentyczności i prawdy historycznej, lecz także powagi miejsca, czego przykładem może być restauracja na terenie byłego obozu zagłady w Auschwitz.

Brytyjski socjolog Chris Royek (1997, s. 53) podjął zagadnienie turystycznego widoku (*tourist sight*), czyli „przestrzeni wyróżniającej się z życia codziennego przyrodniczą, historyczną czy kulturową niezwykłością”. To, co niezwykle, jest określone kulturowo. Już w starożytności stworzono listę „siedmiu cudów świata” — obiektów najbardziej wartych obejrzenia. W naszych czasach, zdaniem Royka, za takie niezwykle miejsca uchodzą tak różne obiekty, jak Tadz Mahal, Wielki Kanion, wieża Eiffla, wodospad Niagara czy Statua

Wolności. Kreowanie niezwykłych miejsc to społeczny proces mitologizacji, również w sferze tanatoturystyki.

Na oznaczenie miejsc atrakcyjnych turystycznie związanych ze śmiercią, katastrofą czy zagładą Royek wprowadza pojęcie *black spots*, „czarne miejsca”. Zalicza do nich takie obiekty, jak obóz koncentracyjny w Oświęcimiu, pola śmierci w Kambodży, miejsce, w którym w Dallas zastrzelono Johna F. Kennedy’ego czy dom w Seattle, w którym lider „Nirvany” Kurt Cobain popełnił samobójstwo. Te czarne miejsca to szczególnie rodzaj sensacyjnych widoków, najczęściej tworzonych i promowanych przez media. Na przykład w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku tego typu atrakcją turystyczną stały się miejsca związane z procesem O. J. Simpsona: dom zamordowanej żony Nicole, dom podejrzanego oraz budynek sądu były celem podróży tysięcy ciekawskich turystów. Atrakcja ta była w całości wytworem mediów co, zdaniem Royka, jest najlepszym przykładem wpływu kultury masowej na współczesną turystykę. To współczesna telewizualna kultura określa, które wydarzenia czy obiekty są zgodnie z pewnymi kodami i zasadami warte zwiedzania, i nadaje im status „niezwykłości”. Widokami turystycznymi są więc coraz częściej miejsca wyznaczone przez media — „miejsca medialnych śmierci”, które stały się celami współczesnych pielgrzymek.

Śmierć, niezależnie, czy prawdziwa, czy fikcyjna, stała się powszechnie dostępna dla przeciętnego widza. Można odnieść wrażenie, że globalny rynek informacji swobodnie ją kreuje i nią dysponuje. W „zwykłych” okolicznościach rytuały związane ze śmiercią w kulturze zachodniej stały się przede wszystkim sprawą prywatną (Lennon, Foley 2000). Nie praktykuje się pokazywania dowodów smutku po stracie bliskiej osoby, żałoba i przestrzeganie rytuałów pogrzebowych stały się raczej prywatną sprawą rodziny i przyjaciół zmarłego albo, co najczęstsze, tylko bliskich krewnych. Przyczyniają się do tego różnorodne zmiany społeczne: coraz większa długowieczność, geograficzne rozproszenie się rodzin, wzrost liczby kremacji w porównaniu z tradycyjnymi pochówkami. Jednocześnie wielokulturowość i praktyki przedsiębiorców pogrzebowych oraz innych osób zaangażowanych w obsługę ceremonii pogrzebowych sprawiają, że śmierć, a na pewno cała materialna otoczką z nią związana, staje się częścią współczesnej kultury popularnej. Czymś co w pewnym sensie można obejrzeć, wycenić, kupić lub sprzedać. Nie ulega wątpliwości, że dużą rolę w „oswajaniu” fikcyjnej czy prawdziwej śmierci mają media.

Jest kwestią dyskusyjną, czy medialne doświadczanie śmierci może być porównywane z dostarczającą emocji bezpośrednią, nagłą i niespodziewaną śmiercią. Medialna śmierć może być „konsumowana” powszechnie, jej obraz może dotrzeć do wygodnie siedzącego w fotelu widza, który życzy sobie ją zobaczyć. Wystarczy włączyć odpowiedni film lub przełączyć telewizor na odpowiedni kanał. Jest tym częściej oglądana, w im ciekawszej, bardziej atrakcyjnej, a może raczej sensacyjnej, formie zostaje przedstawiona. Niektóre z tych medialnych śmierci są rzeczywistą, realną śmiercią, która daje mediom okazję do odpo-

wiedniego zaprezentowania zdarzenia i okoliczności, często nawet w momencie śmierci. Wraz z komentarzem, naocznymi świadkami, spekulacjami i analizami ekspertów włączony jest dla odbiorców pewien pakiet. Cenniejszy od śmierci pokazywanej w fantastycznym świecie filmów i książek, bo prezentuje wydarzenie autentyczne. Rzeczywista śmierć, mimo że oglądana na szklanym ekranie, prawdopodobnie wywołuje jednak w widzu silniejsze emocje i ma dla niego większe znaczenie. Sądzę, że to głównie miejsca śmierci autentycznej, po nadaniu im przez media statusu niezwykłości, mogą urosnąć do rangi symbolu, wywołać dłuższą i silniejszą reakcję społeczną, przez co stają się znakomitym „widokiem turystycznym” i ewentualną popularną atrakcją turystyczną.

Jednocześnie można stwierdzić, że tragedia okazuje się modna w miarę jak *dark tourism* staje się zjawiskiem globalnym. Im więcej powszechnie wiadomo o różnorodnych formach tanatoturyzmu i im więcej jest ofert tego typu, tym częściej i chętniej turyści z nich korzystają. Jeśli pewne miejsca należą do kanonu atrakcji turystycznych danego regionu i umieszczone są w każdym przewodniku jako godne obejrzenia, to znaczy, że trzeba je obejrzeć. Najczęściej turyści kierowani ciekawością oczekują przeżycia silnych wrażeń i spędzenia niezapomnianych wakacji, których mogliby im pozazdrościć znajomi. Można odnieść wrażenie, że czasem mniejsze znaczenie ma dla nich świadomość tragedii, jaka się wydarzyła w miejscu, które odwiedzają, a bardziej liczy się chęć doświadczenia czegoś nowego lub zaimponowania innym. Moda na *dark tourism* powoduje jakby spłytenie i niejako w pewnym sensie lekceważenie znaczenia cierpienia i śmierci.

Dla mody na *dark tourism* ogromnie liczy się popularność tematu w mass mediach, przewodnikach turystycznych, relacje z podróży. Tygodnik „Wprost” zamieścił artykuł, pod wiele znaczącym tytułem *Zwiedzić piekło*, zaczynający się od przedstawienia propozycji wakacyjnych jednego z niemieckich biur podróży:

„Pojechać na wakacje do Rio de Janeiro i nie postawić stopy na Copacabanie? Właśnie tak! Zapomnijcie o szerokich plażach, zmrożonej margericie i długich zachodach słońca. To dobre dla podstarzałych mieszczuchów. Jeśli chcecie mieć o czym opowiadać znajomym, powinniście się przeciskać przez tunele Wietkongu, zwiedzać slumsy w Rio, oglądać nieczynną elektrownię atomową, «ryzykować życie» na ulicach Belfastu albo spędzić noc w postradzieckim gułagu” (Sadowski 2002).

Reklama napisana w tego typu sensacyjnym, zachęcającym tonie przedmiotem zainteresowania czyni masową zbrodnię albo skrajne ubóstwo na równi z innymi atrakcjami turystycznymi. Niektóre „mroczne miejsca” stały się prawdziwymi miasteczkami turystycznymi. Tunele Wietkongu w Cu Chi to największa atrakcja turystyczna Wietnamu, corocznie odwiedzane przez kilka tysięcy zwiedzających, którzy pochodzą głównie ze Stanów Zjednoczonych. Przy wejściu witają ich strzały z broni maszynowej. Wspomniane już miejsce śmierci Johna Kennedy’ego w Dallas w Teksasie stało się doskonałym pretekstem do zarobienia pieniędzy. Za odpowiednią opłatą można przejechać się cadillakiem

podobnym do tego, którym w 1963 r. przemierzał ulice miasta prezydent. Słychać odtwarzane z taśmy oklaski i krzyki tłumu, a wkrótce strzały. Potem samochód przyspiesza i kieruje się wraz z siedzącymi w środku turystami w stronę szpitala miejskiego. Całą scenę można również oglądać z okien biblioteki szkolnej, gdzie w 1963 r. stał zabójca prezydenta Kennedego Lee Harvey Oswald. Te zorganizowane atrakcje odbywają się bez zgody rodziny Kennedych, jednak z powodu przynoszonych dochodów wspierane są przez urząd miejski (Sadowski 2002). Podobnych miejsc jest więcej. Ukraina postanowiła zarobić na tragedii w Czarnobylu i przygotowała oferty turystyczne dla chętnych, by zobaczyć skutki największej nuklearnej awarii.

„Powołano agencję Czarnobylinform, która od 2000 r. oferuje wycieczki na miejsce tragedii. Koszt zwiedzania wynosi 100 USD od grupy plus 30 USD od osoby. Każda grupa otrzymuje liczniki Geigera, sprzęt ochronny i przewodnika. Nikolae Dimitryk, wicedyrektor Czarnobylinformu, zapewnia, że utrzymywane są wysokie standardy bezpieczeństwa. Twierdzi, że nie ma mowy o wpuszczaniu zwiedzających do miejsc, w których poziom napromieniowania jest wysoki, ale pewne ryzyko istnieje. Według Dimitryka, zysk z działalności turystycznej «nie jest zbyt wysoki»” (Sadowski 2002).

Na podobny pomysł wpadli twórcy Muzeum Gułagu na Wyspach Sołowickich na Morzu Białym, gdzie w 1920 r. powstał pierwszy sowiecki łagier. Dziś turyści za dolary mogą wejść na teren obozów, obejrzeć wieżyczki strzelnicze i baraki, przeczytać regulamin obozowy, a nawet spędzić noc na pryczy. Jurij Priwarow, dyrektor Instytutu Nauk Społecznych w Rosyjskiej Akademii Nauk, cieszy się, że powstają takie muzea. Jak twierdzi, po pierwsze, przyciągają one spragnionych egzotyki turystów, a po drugie, uświadamiają Rosjanom, jak makabryczne były czasy poprzedniego systemu (Sadowski 2002).

Nie sposób nie zauważyć również innego głosu mediów. Jak piszą Seaton i Lennon (2003) w Wielkiej Brytanii media nie tylko informują o „mrocznej turystyce”, ale także wytworzyły wokół niej atmosferę moralnej paniki (*moral panic*) przez podawanie niesprawdzonych i niepotwierdzonych informacji o sensacyjnym charakterze. Wydaje się, że niekiedy prasa usiłuje opisywać zjawisko nie tylko jako rodzaj motywacji i atrakcji turystycznej, ale również jako nową społeczną patologię.

### DLACZEGO CHCEMY OGLĄDAĆ ŚMIERĆ?

Chyba najbardziej intrygującym zagadnieniem związanym z tanatoturystyką są powody, dla których ludzi fascynuje śmierć, okrucieństwo, nieszczęście? Dlaczego są gotowi wydać nawet duże pieniądze, by obejrzeć makabryczną wystawę „Światy ciała” Guntera von Hagensa, którego prasa nazywa Doktorem Śmierć, czy pospacerować Aleją Snajperów w Sarajewie?

Śmierć i przemoc mogą być uważane, jak sugeruje Seaton (1996), za podstawowy rodzaj „innego” (*other*) doświadczenia, które pozostaje w zdecydowa-

nej opozycji do życia codziennego. Można go doznać w miejscach nieszczęść, miejscach pamięci, na polach bitewnych itd. Ową chęć spotkania z „innością”, niekoniecznie identyfikowaną jako śmierć i przemoc, większość badaczy uważa za główny motyw podróży do *black spots*. Seaton dostrzega jednak dwie główne przyczyny tanaturystyki. Pierwsza z nich to uczucie zwane *schadenfreude*, czyli sekretna przyjemność z nieszczęścia innych, z cudzej krzywdy. Druga to *thana-topsis* — kontemplacja śmierci. Odkąd śmierć stała się naszym przeznaczeniem, zainteresowanie nią czy zastanawianie się nad nią nie było postrzegane jako coś nienormalnego, w pewnych okresach historycznych stało się nawet duchowym obowiązkiem. W czasach współczesnych istnieje również możliwość podobnego rodzaju kontemplacji. Chociaż w życiu codziennym i osobistym dominuje rozprawianie nad sprawnością i zdrowiem, a zastanawianie się nad śmiercią uważane jest za makabryczne czy wręcz patologiczne, media i turystyka oferują jednak okazje do „zalegalizowania” różnorodnego kontaktu ze śmiercią, a przez to dają podstawy do zastanawiania się nad śmiertelnością. Pogląd ten potwierdza Graham M. S. Dann (1998), zapewniając, że turystyka jest bardzo związana ze śmiercią. W naszych czasach *thanatopsis* może być praktykowana na przykład w wakacje podczas zwiedzania miejsc związanych z wojną, nieszczęściem, cmentarzy i miejsc pamięci, obozów koncentracyjnych, masowych grobów czy miejsc śmierci znanych osobistości.

Takie były przypuszczalnie motywacje chcących się znaleźć jak najbliżej nowojorskiej Strefy Zero (*Ground Zero*). W kilka tygodni po zamachu 11 września domagano się nawet, żeby zabezpieczyć ruiny wież w taki sposób, aby umożliwić powszechne, bezpieczne ich oglądnie z platformy widokowej. (Ciekawe jak długo trzeba byłoby czekać, żeby na tej platformie pojawiły się budki z hot dogami?). Zburzenie wież WTC miało mityczny wymiar horroru. Na całym globie ziemskim byliśmy świadkami jednego z najbardziej widowiskowych spektakli śmierci w historii współczesnego świata, nieszczęścia, które jako akt terroru w jakiś sposób dotyczy nas wszystkich. Najbardziej rozpoznawalnymi elementami tej mitologii współczesności stały się: rozbicie samolotu, masowe morderstwo, runięcie wieżowców, fanatyczni terroryści, masowe groby.

W odpowiedzi na zapotrzebowanie zwiedzających tworzone są także muzea kultury sepulkralnej, nie związane bezpośrednio ze śmiercią, jedynie przedstawiające jej doczesną otoczkę. Jedno z nich, Museum für Sepulkralkultur, otwarte w 1992 r., znajduje się w Kassel. Oglądający mają okazję zobaczyć tam stroje żałobne, powozy, sarkofagi oraz współczesną sztukę nawiązującą do tematyki muzeum. Również w Polsce, we Wrocławiu znajduje się muzeum o podobnym charakterze — Muzeum Sztuki Cmentarnej. Można tam zobaczyć niepowtarzalny zespół rzeźby nagrobnej i małej architektury, który obejmuje pomniki nagrobne w różnej formie (obeliski, kolumny, stele, tumbry-sarkofagi, kamienne pnie drzew) oraz budowle nagrobne (grobowce w formie portyków, baldachimów, portali, kaplice-mauzolea).



Popularności *dark tourism* sprzyja, zdaniem niektórych, przede wszystkim globalna komunikacja. Możliwości dzisiejszej techniki pozwalają na rodzaj wędrówki w czasie. Można ponadto stworzyć wrażenie, że jest się w wielkim niebezpieczeństwie, gdy tymczasem nad wszystkim czuwa sztab ludzi. To swoista gra. Turyści chcą poczuć uderzenie adrenaliny. Innym źródłem atrakcyjności jest skala tragedii. Ludzi przyciąga masowa śmierć. To dlatego niektórzy wydają setki tysięcy dolarów, by dotrzeć do wraku „Titanica”, a mniej zamożni udają się w rejs statkiem będącym dokładną repliką słynnego transatlantyku, gdzie nawet potrawy można zjeść dokładnie takie same jak podczas pierwszego i zarazem ostatniego rejsu oryginału. Klasycznym przykładem jest też Auschwitz. Turyستów przyciąga masowa zagłada. Co roku przyjeżdża tam ok. 250 tys. ludzi z niemal stu krajów (Sadowski 2002). Jeszcze jednym powodem mogą być emocje związane z otarciem się o śmierć:

„Niektórzy ludzie chcą stanąć na krawędzi. Zastanawiają się, jak blisko «strefy śmierci» mogą podejść. Wydaje im się, że zrobią kilka dobrych zdjęć i schowają się do autobusu. [...] Nie każdy wie, że mogą go potem prześladować koszmary” (Sadowski 2002).

Problem motywacji podejmuje również Graham Dann (1998) i wśród pobudek, jakimi kierują się podróżujący do miejsc związanych ze śmiercią, wyróżnia:

- chęć powrotu do miejsc, w których kiedyś już się było,
- dziecinne pragnienie spotkania ze zjawami,
- pragnienie nowości, znudzenie konwencjonalną turystyką,
- nostalgia,
- ukryte zadowolenie z zaistnienia w danym miejscu, zdaniem turysty, karzącej sprawiedliwości,
- pragnienie uczczenia pamięci o zbrodni w miejscu, w którym owa zbrodnia się wydarzyła,
- fakt, że świadomość śmierci jest bardzo powiązana z samym byciem turystą (motywacja nie wyjaśniona szerzej przez autora).

Ogólne motywy tanatoturystyki są mało rozpoznane, a jeszcze mniej wiadomo o tym, czym kierują się poszczególne grupy społeczne. Zaskakujące okazały się wyniki badań prowadzone w muzeum Madame Tussauds, które wykazały różnice między reakcjami na śmierć i przemoc wśród kobiet i mężczyzn. Autor stwierdza, że Komnata Horroru wzbudza dużo większe zainteresowanie wśród kobiet niż wśród mężczyzn, podobnie scena torturowania więźniów. Również pomnik Lady Di w Althorp jest znany głównie kobietom, które są najliczniejszą grupą odwiedzających. Chociaż prawdopodobnie motywy przyjazdu są tu inne niż w przypadku odwiedzenia muzeum Madame Tussauds, to nie ulega wątpliwości, że w 2001 r. w Wielkiej Brytanii była to jedna z kilku atrakcji wpływających na wzrost ruchu turystycznego aż o 11%. Można również odnaleźć historyczne zapisy potwierdzające tezę Cartera. Blisko dwieście lat temu zauważono, że to kobiety najliczniej przychodziły oglądać publiczne egzekucje.

Pierwsza klasyfikacja podróży tanatoturystycznych stworzona przez Seaton (1996) obejmowała podróże związane z:

- pragnieniem bycia świadkiem śmierci,
- pragnieniem oglądania masowych lub indywidualnych miejsc śmierci,
- chęcią zobaczenia obozów koncentracyjnych i pomników,
- zainteresowaniem materialnymi dowodami śmierci (muzea, wystawy itd.),
- chęcią obejrzenia symbolicznych przedstawień śmierci.

Zachowania turystyczne ujęte w tych pięć typów zapewne są uwarunkowane różnicowanymi motywacjami. Zwiedzanie historycznego pola bitewnego, na którym w dodatku zginął jakiś nasz przodek, ma inne podłoże niż zwiedzanie innego pola bitewnego, znanego tylko z podręczników historii, a już zupełnie odmienne niż szukanie domu, w którym żył seryjny morderca. Podobnie motywy zwiedzania muzeum Madame Tussauds są inne od tych związanych z pielgrzymkami katolików do grobu św. Franciszka w Asyżu.

W Polsce przykład podróży i zwiedzania typu *dark tourism*, motywowanych pobudkami religijnymi, można obserwować w kościele pw. św. Stanisława Kostki na warszawskim Żoliborzu (zob. Seaton, Lennon 2003). Świątynia ta przez wyeksponowanie pamiątek i rzeczy związanych bezpośrednio lub pośrednio z zamordowanym powoli staje się relikwiarzem księdza Jerzego Popiełuszki i miejscem wielu pielgrzymek. Sukcesywnie przybywają kolejne relikwie. Wszystko to przypomina średniowieczny kult świętych: gromadzenie relikwii, podniesienie życia zmarłego do rangi mitu, aż w końcu uświęcenie.

Istnieje wiele tanatoturystycznych obiektów, które można wiązać z nową kategorią świeckiej pielgrzymki. Tego typu pielgrzymka jest podejmowaną przez miłośników i wielbicieli znanej osobistości, najczęściej z dziedziny sztuki lub kultury masowej, podróżą do grobu czy miejsca jej śmierci. W tym wypadku masowe media przywłaszczyły sobie funkcję Kościoła jako instytucji posiadającej moc sakralizacji miejsc i ludzi jako celu pielgrzymek. To współczesne świeckie pielgrzymowanie można obserwować na cmentarzach, takich jak Père-Lachaise, który od lat pozostaje jedną z najważniejszych atrakcji turystycznych Paryża i niezmiennie jest celem rzeszy pragnących zobaczyć groby takich sławnych zmarłych, jak Edith Piaf, Yves Montand, Collette, Fryderyk Chopin, Oscar Wilde czy Jim Morrison.

Cmentarze są odwiedzane również ze względu na architekturę, co zaczęło być popularne na początku XX wieku wraz z pierwszymi publikacjami architektów na ten temat, takimi jak: Giulia Ferrari, *La Tomba: nell'arte Italiana* (1920) i Lawrence'a Weavera *Memorials and Monuments* (1915). Cmentarze przestały być już tylko miejscem spoczynku bliskich czy kontemplacji śmierci, stały się również źródłem wrażeń estetycznych. To wzrastające zainteresowanie cmentarzami i pomnikami jako obiektami estetycznymi samymi w sobie bardziej niż inne czynniki sprawiło, że — będąc przede wszystkim miejscami pamięci, prze-

strzenię sakralną i obszarami prywatnego kultu — przerodziły się w obszary kultu publicznego (zob. Seaton, Lennon 2003).

Inną przyczyną odwiedzania cmentarzy jest poszukiwanie rodzinnych lub etnicznych korzeni. Jest to wtedy rodzaj nostalgicznej podróży w przeszłość przodków i rodziny lub poszukiwanie, odkrywanie czy umacnianie swojej własnej tożsamości.

Rodzajem nostalgicznej podróży są również odwiedziny grobów bliskich w czasie Święta Zmarłych. Zwłaszcza w Polsce można mówić o swoistym „sezonie turystycznym”, gdyż miliony ludzi uprawiają wówczas jedną z najpopularniejszych odmian tanatoturystyki: podróż na cmentarz, która w tym czasie ma wyjątkowy charakter. Po pierwsze, jest uświęcona wielowiekową tradycją, sięgającą pogańskich dziadów. Po drugie, mocą tradycji ma charakter powszechny i wręcz obowiązkowy dla wszystkich. Wiąże się z tym ogólna akceptacja celebrowania śmierci, zainteresowanie nią, kontemplacja.

W końcu cmentarze i miejsca pochówków mogą być odwiedzane ze względu na panującą tam ciszę i spokój. Od końca XVIII wieku cmentarze w Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych były projektowane na podobieństwo malowniczych parków, tak aby podkreślić, choć zabrzmi to nieco dwuznacznie, ich wypoczynkowe walory. Ta tradycja jest kontynuowana. Przykładem może być Brighton, gdzie w latach dziewięćdziesiątych XX wieku w ten sposób zachęcano do wycieczki na cmentarz:

„Mural Cemetery jest jednym z najbardziej uroczych miejsc w całym Brighton. Miejsce było i jest idealne, położone między dwoma urwistymi stokami.[...] Cmentarz jest jednym z najprzyjemniejszych i najciekawszych miejsc do spacerów” (Dale 1950, s. 8–9).

Bardzo dobry przykład obiektu łączącego zarówno walory architektoniczne, cechy miejsca pochówku sławnych osobistości, jak i kultywowania tradycji narodowej stanowi Cmentarz Łyczakowski we Lwowie — jedna z największych i najstarszych nekropolii w Europie, erygowana w 1786 r., starsza od cmentarza na Powązkach w Warszawie (1790 r.). Jest to piękny, klasyczny cmentarz krajobrazowo-parkowy. Tworzący go ogrodnicy, zwłaszcza zarządca uniwersyteckiego ogrodu botanicznego Karol Bauer, znakomicie wykorzystali teren, wyznaczając zacienione i zaciszne aleje. Cmentarz Łyczakowski, obok Parku Stryjskiego, to jedno z najbardziej atrakcyjnych miejsc spacerowych miasta, odwiedzane nie tylko ze względu na groby bliskich. To także panteon polskiej chwały — obowiązkowy punkt programu podróży każdego turysty z Polski. Spacer alejami Łyczakowa jest swoistą poglądową lekcją historii, grzebano tu zasłużonych dla kultury, nauki, oświaty i polityki, a miejsce szczególne to Polski Cmentarz Wojskowy, cmentarz Orłąt, na którym spoczywają polscy obrońcy Lwowa z 1918 r.

Z całą pewnością można stwierdzić, że motywacje związane z tanatoturystycznymi podróżami są co najmniej tak samo różnorodne jak ich cele. Turyści zwiedzający tzw. czarne miejsca kierują się zarówno chęcią udania się do

określonego miejsca, przeżycia nowych doświadczeń czy motywami mającymi źródło w snobizmie, jak i na przykład chęcią podtrzymania lub podwyższenia swojego statusu społecznego.

### TANATOTURYSTYKA W RĘKACH IDEOLOGII

Oprócz kwestii motywacji uprawiania tanatoturystyki i jej etycznej oceny istotne są również aspekty związane ze sferą polityczną i ideologiczną.

Bardzo interesująca i przydatna do wyjaśnienia tych zagadnień wydaje się koncepcja Louisa Althussera, który opisuje wpływ państwa i stojącej za nim ideologii na postawy ludzi. Wprowadza pojęcie Ideologicznego Aparatu Państwowego (*Ideological State Apparatus*), wspomagającego Aparat Państwowy, czyli władzę, którą państwo ma nad swoimi obywatelami dzięki takim instytucjom, legitymizującym użycie siły i represje, jak prawo czy policja. Ideologiczny Aparat Państwowy to instytucje, które mają inną nadrzędną funkcję niż polityczna lub administracyjna. Są to na przykład mass media, edukacja, ochrona zdrowia i opieka społeczna. Zaprojektowane i zaakceptowane jako praktyki o innym celu — edukowania (system szkolnictwa), rozrywki (film i kinematografia), informowania (media informacyjne), pełnią one nie tylko swoją nazwaną funkcję, lecz także tę ukrytą — indoktrynowania ludzi w kierunku pożądanym przez władzę i kształtowania ich własnych tożsamości. Obie te struktury wzajemnie się uzupełniają, ale bardziej wpływowa, według Althussera, jest władza ideologii. Jej oddziaływanie ukryte w filmach, które oglądamy, w muzyce, której słuchamy, w książkach, które czytamy, w ekspozycjach muzealnych, które zwiedzamy, przenika nasze życie codzienne i jest niedostrzegalne (zob. Allison 1997, s. 297–298; por. Piotrowski 2005). Nie tylko kształtuje nas, ale podlegając uwewnętrznieniu, skrywa elementy przymusu i każe nam się utożsamiać z pewnymi treściami.

Władza ideologii może przenikać w nasze życie codzienne również poprzez turystykę, a szczególnie dobrym sposobem oddziaływania na masową wyobraźnię jest manipulowanie obiektami tanatoturystycznymi. Publiczne prezentacje ludzkiego okrucieństwa i przemocy niezmiennie stawiają widza w roli osądzającego prezentowany obraz, najczęściej w czarno-białych kategoriach. Pewne postacie postrzegane są jako ofiary, a inne jako przestępcy; jedni jako bohaterowie, a inni jako oprawcy; pierwsi jako uosobienie niewinności, a drudzy jako grzesznicy i winowajcy. W ten sposób niektóre fragmenty tragicznej historii czy bieżące wydarzenia używane są do kształtowania postaw odpowiadających aktualnej polityce państwa. Takie oddziaływanie jest jednak możliwe dopóty, dopóki widzowie w oglądanym miejscu czy ekspozycji nie zaczną dostrzegać przede wszystkim źródła rozrywki. Na przykład coroczne przedstawienia bitwy pod Grunwaldem na historycznym polu walki, choć skupiają niezmiennie bardzo wielu widzów, są już przede wszystkim tylko okazją do dobrej zabawy.

Ideologiczne funkcje miejsc tanatoturystycznych są łatwo dostrzegalne zarówno w przeszłości, jak i obecnie. Na przykład Tower od kilku stuleci jest jedną z głównych londyńskich atrakcji. Gdy nie była już więzieniem, stała się spektakularną wystawą promującą antykatolicyzm i patriotyczną protestancką postawę. W *History of London* z 1770 r., w której jej autor Henry Chamberlain opisuje londyńskie atrakcje, wymienione są przedmioty wystawione w Tower po nieudanej próbie hiszpańskiej inwazji na Anglię w 1588 r., mające być świadectwem potęgi i barbarzyństwa Hiszpanów, między innymi „hiszpańskie krawaty”, żelazne narzędzie tortur skonstruowane tak, aby stopniowo zaciskały się na nogach, rękach i głowach angielskich heretyków, czy rodzaj siekiery, za pomocą której ścinano cztery głowy jednocześnie. Wystawa miała na celu uzmysłowienie brytyjskim poddanym, co stałoby się z nimi, gdyby Hiszpanie wygrali wojnę. Później Tower i jej krwawe ekspozycje posłużyły również do innego rodzaju politycznej manipulacji. Wraz z rozwojem i tryumfem demokracji parlamentarnej w Anglii wystawa miała uświadamiać bezwzględność absolutyzmu monarchów, którzy wykorzystywali to miejsce do torturowania i egzekucji wrogów i oponentów.

Popularne w przeszłości silnie nacechowane nacjonalistycznie wystawy tanatoturystyczne współcześnie są zdecydowanie mniej powszechne w Europie, gdzie nowe muzea i atrakcje związane z tematyką militarną mają na celu przypominać raczej o potrzebie pokoju i pojednania niż o patriotycznej dumie. Jakkolwiek na przykład The Military Museum w Istambule jeszcze w latach dziewięćdziesiątych XX wieku było otwarcie opisywane przez generała Cevet Bira jako instytucja mająca na celu pobudzanie dumy narodowej wśród obywateli, a zwłaszcza wśród żołnierzy.

W Polsce dobitnym przykładem wykorzystywania do celów propagandowych miejsca związanego ze śmiercią i zagładą, a równocześnie przyciągającego rzesze turystów jest Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau. W latach powojennych jednym z narzędzi legitymizacji władzy była mitologia narodowa. Komuniści starali się pokazać, że są kontynuatorami Piastów, naśladowcami Kościuszki, a także tymi, którzy najlepiej upamiętnią i pomszczą wojenne cierpienia Polaków. Nie stronili od frazeologii nacjonalistycznej. Historię męczeństwa przedstawiano jako najcenniejszy narodowy skarb. Władze PRL manipulowały historycznymi faktami lub zwyczajnie kłamały, uwypuklano hitlerowskie zbrodnie popełniane na Polakach, mówiono o czterech milionach zabitych w obozie w Auschwitz — liczbie z pewnością przesadnie dużej. Jednocześnie straszliwy bilans Auschwitz miał odwrócić uwagę Zachodu od zbrodni komunizmu. Chodziło o to, by na użytek propagandy stworzyć przemawiający do wyobraźni symbol ludobójstwa.

Propagandowa wizja obozu uległa modyfikacji wraz z ugruntowaniem się stalinizmu i zaostrzeniem zimnej wojny. Wystawa muzealna „Walka o pokój”, która przetrwała do 1955 r., zwierzała uzupełnione cytatami ze Stalina planse pokazujące poziom bezrobocia w Europie Zachodniej, wyzysk robotników

w Stanach Zjednoczonych, pisano o anglosaskich imperialistach uzbrajających morderców z Oświęcimia, piętnując amerykańską pomoc dla RFN (zob. Osęka 2005). Nowy nurt w polityce nakazywał Polakom „podzielić się” Auschwitz z krajami obozu socjalistycznego — do ekspozycji dodano pawilony narodowe przedstawiające cierpienia obywateli „bratnich” państw. Poza tym, niezależnie od zmiany tendencji politycznych, nie było mowy o Szoah — zagładzie Żydów. Taka oficjalna wykładnia historii obozu w Auschwitz-Birkenau miała na celu ideologiczną manipulację społeczeństwem. Tak też realizowano z góry założoną edukacyjną funkcję muzeum.

Upadek realnego socjalizmu pozwolił pokazać prawdziwą historię obozu. Wraz ze zmianą ustroju zmieniło się muzeum. Zmienił się wystrój gablot, baraków, zmieniły się informacje dotyczące historycznych faktów i liczb. Jedno pozostało niezmiennie. Muzeum nadal jest narzędziem ideologii, choć pojawiła się zupełnie inna praktyka muzealna i jej wykładnia ideowa, nastawienie na masową edukację, na przyjęcie olbrzymiej liczby turystów. Tym samym obóz został włączony w przemysł turystyczny, znalazł się w sferze kultury popularnej. Na miejscu taktyki politycznej pojawia się turystyka. Auschwitz jest już przedmiotem zupełnie innej ideologii, zostaje wmontowany w trasy polskich i zagranicznych wycieczek, do których zachęcają międzynarodowe przewodniki turystyczne oraz rozdawane w polskich hotelach foldery reklamowe, sam teren zostaje przygotowany do tego, aby spacerowały po nim masy fotografujących turystów.

\*

Powtórzmy jeszcze raz. Turystyka jest niewątpliwie znaczącą częścią współczesnej kultury. Zarówno jest przez nią kształtowana, jak i stanowi czynnik oddziałujący i zmieniający otaczającą nas rzeczywistość kulturową. Jest swoistym zwierciadłem kultury współczesnej. Wydaje się, że bez poznania mechanizmów i procesów kulturowych zachodzących w obrębie turystyki nie sposób w pełni zrozumieć współczesnego świata. Dotyczy to także tanatoturystyki, która jest elementem rzeczywistości kulturowej, w dużej mierze kreowanym przez szeroko pojętą kulturę popularną, w tym przede wszystkim przez mass media. To media właśnie, poprzez pokazywanie konkretnych śmierci i miejsc, w jakich się one zdarzyły, niektórym z nich nadają status niezwykłości i sprawiają, że stają się one miejscem tanatoturystycznych pielgrzymek, w przeciwieństwie do średniowiecznego pierwowzoru niewiele mających wspólnego z religią. Tysiące ciekawskich turystów podróżują, aby zobaczyć miejsce śmierci księżnej Diany w Paryżu czy obejrzeć inscenizację zamachu na prezydenta Johna Kennedy’ego w Dallas. Kieruje nimi ciekawość, snobizm, a może *schadenfreude*, czyli sekretna przyjemność z nieszczęścia innych lub potrzeba kontemplacji śmierci, czyli *thanatopsis*. Szlaki *dark tourism* wiodą także na miejsca masowej zagłady i okrucieństwa, pola bitew czy cmentarze.

Tanatoturystyka może pełnić również zupełnie inną rolę. Niektóre atrakcje tanatoturystyczne, a zwłaszcza muzea i miejsca pamięci narodowej, są szczególnie efektywne jako narzędzia kształtowania postaw ideologicznych. Demonizowanie wroga zawsze było i jest współcześnie najczęściej spotykanym i najskuteczniejszym sposobem kreowania postaw i myślenia zgodnie z aktualną polityką państwową. Prezentacje obrazów okrucieństwa były i pozostały bardzo dobrą metodą tworzenia i utrzymywania odpowiednich nastrojów społecznych, a także zwalczania oponentów i buntowników.

Jak twierdzi Anthony V. Seaton (1996), tanatoturystyka fascynuje każdego, niezależnie od pochodzenia, środowiska społecznego i wykształcenia. Fascynacja ta nie jest ani niczym nowym, ani niczym patologicznym, lecz stanowi odczucie powszechne, do którego jedni się przyznają, a inni nie. Na takie zapotrzebowanie z ogromną skutecznością odpowiada kultura popularna. Żądni tanatoturystycznych wrażeń, śmierć możemy oglądać wtedy, kiedy chcemy, w każdej postaci i formie, autentyczną i fikcyjną, podróżując lub korzystając z dobrodziejstw współczesnej techniki.

#### BIBLIOGRAFIA

- Alderman Derek H., 2002, *Street Names as Memorial Arenas: The Reputational Politics of Commemorating Martin Luther King Jr. in a Georgia County*, „Historical Geography”, t. 30, s. 99–120.
- Allison Anne, 1997, *Japanese Mothers and Obentos: The Lunch-Box as Ideological State Apparatus*, w: Carole Counihan, Penny Van Esterik (red.), *Food and Culture: A Reader*, Routledge, London.
- Ashworth Gregory, Hartmann Rudi (red.), 2005, *Horror and Human Tragedy Revisited: The Management of Sites of Atrocities for Tourism*, Cognizant, New York.
- Bauman Zygmunt, 1993, *Ponowoczesne wzory osobowe*, „Studia Socjologiczne”, nr 2.
- Bauman Zygmunt, 2000, *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*, tłum. Ewa Klekot, PIW, Warszawa.
- Blass Thomas, 1992, *The Social Psychology of Stanley Milgram*, w: Mark Zanna (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, t. 25, San Diego.
- Burns Peter M., 1999, *An Introduction to Tourism and Anthropology*, Routledge, London.
- Cole Tim, 1999, *Images of the Holocaust: The Myth of Shoah Business*, Routledge, London.
- Crick Malcolm, 1989, *Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility*, „Annual Review of Anthropology”, t. 18, s. 307–344.
- Dale Anthony, 1950, *The History and Architecture of Brighton*, Bredon and Heginbotham, Brighton.
- Dann Graham M. S., 1998, *The Dark Side of Tourism*, Etudes et Rapports / Studies and Reports, nr 14, Heritage, New York.
- Dann Graham M. S., Seaton Anthony V., 2001, *Slavery, Contested Heritage and Thanatourism*, The Haworth Hospitality Press, Binghampton–New York.
- Feifer Maxine, 1985, *Going Places*, Macmillan, London.
- Franklin Adrian, Crang Mike, 2001, *The Trouble with Tourism and Travel Theory: Editorial*, „Tourist Studies”, t. 1, s. 5–22.

- Henderson Joan C., 2000, *War as a Tourist Attraction: The Case of Vietnam*, „International Journal of Tourism Research”, t. 2, s. 269–280.
- Huener Jonathan, 2004, *Poland and the Politics of Commemoration, 1945–1979*, Ohio University Press, Ohio.
- Jackowski Antoni, 1991, *Pielgrzymki i turystyka religijna w Polsce*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Kucia Marek, 2005, *Auschwitz jako fakt społeczny*, Universitas, Kraków.
- Lennon John, Foley Malcolm, 2000, *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*, Continuum, London–New York.
- Lloyd David W., 1998, *Battlefield Tourism: Pilgrimage and Commemoration of the Great War in Britain, Australia and Canada, 1919–1939*, Berg, Oxford.
- MacCannell Dean, 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, tłum. Ewa Klekot, Anna Wieczorkiewicz, Muza, Warszawa.
- Miles William F. S., 2002, *Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism*, „Annals of Tourism Research”, t. 29, s. 1175–1178.
- Nash Dennison, 1989, *Tourism as a Form of Imperialism*, w: Valene L. Smith (red.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Nunez Theron, 1989, *Touristic Studies in Anthropological Perspective*, w: Valene L. Smith (red.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Osęka Piotr, 2005, *Kłamstwa oświęcimskie*, „Wprost”, nr 4.
- Piotrowski Grzegorz, 2005, „Ideologia na talerzu”, Wydział Historyczny Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej UAM, Poznań (praca magisterska).
- Piotrowski Piotr, 2005, *Auschwitz versus Auschwitz*, „Pro memoria”, nr 20.
- Podemski Krzysztof, 2004, *Socjologia podróży*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Pollock Griselda, 2003, *Holocaust Tourism: Being There, Looking Back and the Ethics of Spatial Memory*, w: David Crouch, Nina Lubben, *Visual Culture and Tourism*, Berg, New York.
- Royek Chris, 1997, *Indexing, Dragging and the Social Construction of Tourist Sights*, w: Chris Royek, John Urry (red.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, Routledge, London.
- Sadowski Grzegorz, 2002, *Zwiedzić piekło*, „Wprost”, nr 33.
- Seaton Anthony V., 1996, *Guided by the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism*, „International Journal of Heritage Studies”, nr 4.
- Seaton Anthony V., 1999, *War and Thanatourism: Waterloo 1815–1914*, „Annals of Tourism Research”, t. 26, s. 130–158.
- Seaton Anthony V., 2000, *Another Weekend Away Looking for Dead Bodies...: Battlefield Tourism on the Somme and in Flanders*, „Tourism Recreation Research”, t. 25, s. 63–77.
- Seaton Anthony, Lennon John, 2003, *Moral Panics, Ulterior Motives, and Alterior Desires: Thanatourism in the Early 21<sup>st</sup> Century*, University of Luton and Glasgow–Caledonian University, Glasgow.
- Smith Valene L., 1989, *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania, Philadelphia.
- Smith Valene L., 1998, *War and Tourism: An American Ethnography*, „Annals of Tourism Research”, t. 25, s. 202–227.
- Spielmann Jochen, 1994, *Auschwitz is Defeated in Oświęcim: The Topography of Remembrance*, w: James E. Young, *The Art of Memory: Holocaust Memorials in History*, Prestel, Washington.



- Tunbridge John E., Ashworth Gregory J., 1996, *Dissonant Heritage: The Management of the Past as a Resource in Conflict*, Wiley, Chichester–New York.
- Urry John, 2007, *Spojrzenie turysty*, tłum. Alina Szulżycka, PWN, Warszawa.
- Young James E., 1994, *The Art of Memory: Holocaust Memorials in History*, Prestel Washington.
- Young James E., 1993, *The Texture of Memory: Holocaust Memorials and Meaning*, Yale University Press, New Haven.

## THANATOURISM — THE DARK SIDE OF TOURISM

### Summary

Dark tourism is a definition encompassing the visiting of places associated with death, torture, battlefields, places where famous people died, cemeteries and exhibitions showing cadavers. This was always a part of culture, although recently there has been an increased interest of tourists and scientists. It combines not only travel and death but is often used ideologically. Also of interest are the various forms of tourism which are involved with death and the motivations of the tourists who are fascinated by them. Both of them are largely generated by the prevailing general culture — especially by the mass media — whereby death has become an element of consumption and another attraction on the tourism market.

### Key words/słowa kluczowe

thanatourism, dark tourism / tanatoturystyka; death / śmierć; pilgrimage / pielgrzymka; popular culture / kultura popularna