

Aleksandra Niemczyńska,
niemczynskaola@wp.pl,
Uniwersytet Śląski

Pamiątka z podróży – artefakt czy bezwartościowy śmieć? O kulturotwórczej roli pamiątki z podróży

Słowa kluczowe: pamiątka, podróż, turystyka, autentyczność

Abstrakt

W poniższym artykule zaproponowane zostaje spojrzenie na pamiątkę z podróży nie tylko z perspektywy jej miejsca na rynku, ale przede wszystkim czyni z niej obiekt pogłębionej analizy kulturoznawczej. Autorka, posługując się wynikami własnych badań kwestionariuszowych, stara się zgłębić mechanizmy kierujące turystów do posiadania takich przedmiotów, a także przygląda się bliżej licznym aspektom samych pamiątek. Postawione zostają pytania o wartość pamiątki, jej unikatowość, autentyczność oraz o to, na jakiej podstawie wyznaczane są kryteria te cechy oceniające. Analizie zostają poddane również zachowania i czynności turystów w związku z posiadanymi przez nich pamiątkami.

Wprowadzenie

Każda podróż, bliska czy daleka, pociąga za sobą nowe doświadczenia i wrażenia. Będąc ze swej natury wkroczeniem w obszar niecodzienności, pozostawia za sobą wspomnienia, które im bardziej barwne i ciekawe, tym silniej chcą być utrwalane i przekazywane innym. W ten obszar wkracza pamiątka, podstawowy element ostatniego etapu podróży. Nawet najdrobniejszy przedmiot z „innego” świata ma moc ponownego przeniesienia właściciela do dalekich miejsc, odległych czasów. Nabywanie pamiątek w podróży, jaka by ona nie była, stało się jedną z podstawowych czynności przeciętnego turysty. Anna Wieczorkiewicz [2008, s. 44-45] zauważyła, że: „pamiątki pod pewnymi względami przypominają eksponaty muzealne – jedne i drugie są znakami odsyłającymi do czegoś, co sytuuje się poza ich materialną postacią, ewokują narracje, często bardzo rozbudowane”. Tym co odróżnia turystyczną pamiątkę od muzealnego eksponatu jest jednak jej czysto subiektywne znaczenie. Podstawą może być więc pytanie o to, jak takie znaczenie jest nadawane? Co powoduje, że zwykły przedmiot może stać się ważny i czemu tak naprawdę ma on służyć? Dla rozważań nad pamiątkami ważne może okazać się pytanie o to, jak istotna dla turysty jest też sama koncepcja autentyczności – a raczej co tak naprawdę za autentyczne jest uważane? Czym różnią się pamiątki unikatowe od tych całkowicie przeciętnych? I w końcu – na jakiej podstawie są jako takie oceniane?

Proponowana interpretacja opiera się w głównej mierze na badaniach kwestionariuszowych prowadzonych 2014 r. pośród osób dobranych na podstawie ich doświadczeń turystycznych¹¹. Każda z osób, chociaż preferowała nieco inne style

¹¹ Badania prowadzone metodą jakościową obejmowały grupę osób mieszcących się w trzech przedziałach wiekowych (18-30, 30-60, ponad 60) i zamieszkujących stale na terenie Śląska (obszar Katowic i miast sąsiednich). Rozmówcy zostali wyselekcjonowani na podstawie ich miejsca zamieszkania, wieku, płci oraz doświadczeń podróżniczych. Pośród nich znaleźli się turyści zwykle korzystający z usług biur podróży jak i samodzielni podróżnicy, preferujący dłuższe wyjazdy „na własną rękę”. Wywiad kwestionariuszowy prowadzony był metodą jakościową, zawierał ponad 40 pytań otwartych.

podróżowania, nieodmiennie podkreślała ważność przywożonych do domu pamiątek (przedmiotów materialnych), niezależnie od tego, jakie rzeczy to były.

Pamiątka

Słownik współczesnego języka polskiego [Dunaj 1996, s. 713-714] podaje, że pamiątka to z jednej strony przedmiot mający na celu przywoływanie pewnych wspomnień lub też od kogoś otrzymany, z drugiej zaś wskazuje na pamiątkę, jako „przedmiot wyprodukowany po to, by coś symbolizować, będący wyobrażeniem czegoś, mający wywoływać odpowiednie skojarzenia”. A zatem pamiątka jest określona z góry jako rzecz, przedmiot materialny, który ma na celu przypominać, a więc jest nośnikiem pewnych znaczeń konstytutywnych dla jednostki, która ten przedmiot posiada. Kolejną cechą wyróżniającą pamiątkę jest wskazanie na jej wartość jako podarunku, co poszerza krąg jej znaczenia o wspomnienie osób, od których ów podarek pochodzi. Wieczorkiewicz [2008, s.45] określa pamiątkę mianem *odprysku przeszłości*, jednoznacznie sytuując ją na drodze pomiędzy tym, co minione a terażniejszością. Pamiątka, będąc z jednej strony elementem pochodzącym z przeszłości, zachowuje wspomnienie o niej „tu i teraz”, jest namacalnym potwierdzeniem dawnych wydarzeń. Sytuując pamiątkę w obrębie praktyk turystycznych Karolina Buczkowska [2010, s. 78] wskazuje na nią, jako na „aspekt niezwykle istotny dla trzeciej fazy podróży, zwanej podróżą przedłużoną – według M. Boyera określanej tym, co zatrzymujemy i co naprawdę pozostało w nas z doświadczenia, jakim jest podróż właściwa”. Przywieziona do domu pamiątka jest nośnikiem pewnego doświadczenia, jako materialny przedmiot odsyła do sfery pamięci i jednostkowych wspomnień. Rolę pamiątek jako rzeczy coś symbolizujących i wywołujących skojarzenia można by, za Tomaszem Pomianem, określić mianem *semioforów*, a więc przedmiotów, których „strona semiotyczna jest zależna od podmiotu, który aktualizuje ją, gdy zajmuje wobec nich właściwą postawę, to znaczy uznaje ich semiotyczny potencjał (...) oraz, choć nie jest to konieczne, potrafi odczytać ich przekaz” [Tańczuk 2011, s. 45]. Symboliczne znaczenie pamiątki jako takiej dane jest tylko osobom, które są w stanie przypisać pewnej rzeczy określone treści. Ważne przy tym, że potencjalny przedmiot przywieziony z podróży nie musi posiadać raz na zawsze danego znaczenia. Wieczorkiewicz [2008, s. 65-67], za Celią Lury, wskazuje na trzy rodzaje pamiątek, wyróżnione ze względu na sposób ich przemieszczania się i sensów, które przy tym nabierają. Pierwszy z nich to *traveller-objects*, rzeczy o raz nadanych sensach, które nie ulegają większym przekształceniom, jak na przykład w wypadku dzieł sztuki. Kolejny rodzaj, *tripper-objects*, to już pamiątki produkowane bezpośrednio na turystyczny rynek, jak również bilety, widokówki czy zdjęcia, których „znaczenie zmienia się w toku podróży, przybierając ostateczny kształt w miejscu docelowym”. Ostatni rodzaj, *tourist-objects*, to rzeczy takie jak ubiory, produkty spożywcze itp., dla których ważny jest sam akt ich mobilności, symbolizacja przebytego dystansu. Zatem zarówno rzecz jak i jej reprezentacja są wzajemny gwarantami własnych znaczeń [Wieczorkiewicz 2008, s. 65-67].

Istotne, że sam rynek pamiątkarski jest całkowicie uzależniony od istnienia prawdziwych atrakcji. Pamiątka pozwala zawłaszczyć i przenieść do swojej codzienności te elementy, których prawdziwe formy są dostępne tylko w określonych miejscach i sytuacjach. W ujęciu semiotycznym, które stosuje Dean MacCannell [2002, s. 172], nawiązuje do związków zachodzących między turystą, widokiem oraz tym, co ów widok oznacza. Informacją o widoku mogą być przewodniki, fotografie, pamiątkowe miniaturki wieży Eiffla itp. W odniesieniu do koncepcji oznaczników MacCannell mówi również o znaczącym przekształceniu widok → oznacznik → widok. Turysta fotografując rozpoznany wcześniej na podstawie znanych oznaczników obiekt, tworzy tym samym kolejny jego oznacznik. Fotografia, pocztówka czy mniej lub bardziej wierna replika jakiejś atrakcji są swego rodzaju ikonami prawdziwych, autentycznych widoków.

Pamiętki często są więc rzeczami, które przez obserwatora z zewnątrz mogłyby zostać postrzegane jako przedmioty bezużyteczne czy też całkowicie bezwartościowe. Jonathan Culler [2007, s. 6-22] określił tego typu rzeczy mianem *inoffensive junk*, „niegroźnych odpadków”, a więc nieniosących zagrożenia dla kultury jak rzeczy określone przez Mary Douglas „brudem” [Douglas 2007]. „Są to przede wszystkim różnego rodzaju pamiętki, dowody bytności, reprezentacje doświadczeń z przeszłości. Można do nich zastosować określenie »nie na miejscu«, gdyż nie pełnią już swoich pierwotnych funkcji (jak na przykład stare bilety czy rachunki hotelowe). Zatrzymanie tych przedmiotów sprawia, że stają się swego rodzaju »pamiętką zewnętrzną«. (...) podobnie jak *inoffensive junk*, stanowią one rodzaj koniecznej podpory dla kreowania tożsamości” [Brzozowska 2009, s. 85-86]. Czy jednak, tak jak chce Culler [2007, s. 10], banalny przedmiot, który jest jedynie oznaczniakiem bez wartości w systemie ekonomicznym, to po prostu śmieć?

Praktyczność a nieużyteczność

Pamiętki przywieszone z podróży, które nie posiadają wartości użytkowej oraz nie są w żaden sposób obiektywnie wartościowe, to nie rzadkość. Mimo pozornej bezwartościowości rzeczy te są nośnikami pamięci. Jak zauważali pytani turyści „pamiętka jest pamiętką (...) ma to dla mnie wartość po prostu pamiętkową (...). Przypominam sobie jak tam było, kojarzę to z danym miejscem...” [APAN: 361/H/21]¹². Pamiętka nie musi pociągać za sobą wiedzy czy historii, ważne by po prostu była i przypominała swoją obecnością o tym, co minęło.

Pomimo pewnej ilości rzeczy całkowicie niepraktycznych, określanych jako te, które po prostu gdzieś stoją lub wręcz są chowane i nieoglądane, podkreśla się walory użytkowe nabywanych w podróży przedmiotów. Jednym z najczęściej wymienianych powodów niechęci do rzeczy, które można by traktować jedynie jako ozdobę, jest brak miejsca, w którym można je umieścić. Pamiętek jest coraz więcej i zajmują coraz więcej miejsca, przeszkadzają, chyba że mamy z nich jakiś użytek [APAN: 199/E/7]. Rysuje się tutaj obraz pamiętek, których głównym aspektem jest ich praktyczność. Dobrze jednak, żeby były to rzeczy zawsze w jakiś sposób jasno oznaczone jako pochodzące z konkretnego miejsca.

Pomiędzy rzeczami całkowicie niepraktycznymi a tymi, które nabywa się już w konkretnym celu użytkowym, rozciąga się całe spektrum przedmiotów, które całkiem łatwo przemieszczają się z jednej sfery do drugiej. Istnieje cała gama eksponatów pierwotnie wytworzonych w konkretnym celu użytkowym, które przeniesione do domowej kolekcji, zostają pozbawione swojej praktyczności, co jak wskazuje Renata Tańczuk [2011, s. 158] jest równoznaczne z ich dekontekstualizacją i włączeniem do stworzonego przez kolekcjonera kontekstu kolekcji”. Moi rozmówcy po zastanowieniu często wskazywali na właśnie tego typu elementy. Nierzadkie są różnego rodzaju kubki, które stoją nieużywane jako obiekty dekoracyjne [APAN: 358/H/18]. Niemniej nie w tym celu były przecież kupowane – turyści zwracali uwagę na praktyczny wymiar tych rzeczy, z reguły dodając, że oni sami początkowo mieli zamiar z nich korzystać.

Praktyczny natomiast jest ubiór lub jakiś jego element, który, jak zauważa Blanka Brzozowska [2009, s. 88], może „również należeć do sfery pamiętek i jako taki stanowić oznaczniaki turystycznej atrakcji. Przysłowiowa hawajska koszula staje się w tym miejscu reprezentacją idealnego wypoczynku, a raczej jego określonego typu. (...) W przypadku stroju o charakterze pamiętkowym napis lub reprezentacja widoku stanowią oznaczniaki związany z miejscem i typem aktywności”. Takim ubiorem często stają się popularne koszulki będące oznaczniakami konkretnego miejsca, z charakterystycznym

¹² Archiwum Prywatne Aleksandry Niemczyńskiej; zbiór wywiadów kwestionariuszowych zebranych podczas badań jakościowych prowadzonych w 2014 r., gdzie poszczególne numery odnoszą się do konkretnych wypowiedzi (APAN: 136/D/1 - APAN: 440/I/52).

dla tego miejsca nadrukiem. Taka pamiątka nie staje się tylko i wyłącznie ozdobą mieszkania, jest bowiem używana, a co za tym idzie, nie pozostaje zapomniana, ukryta wewnątrz szuflady. Ponadto pojawia się wiele rzeczy na pozór niepraktycznych, które zostają przez swoich nabywców wykorzystywane w różnoraki sposób. Zazwyczaj są one używane nadal jedynie w celach estetyzacji, jednak możliwe jest włączenie nabytych przedmiotów do własnej codzienności chociażby poprzez udekorowanie doniczki z kwiatami przywiezionymi z nad morza kamykami i muszlami [APAN: 412/I/24].

Obok takich rzeczy pojawiają się wszelkiego rodzaju atrapy, jak drewniane łyżki z nazwą miejscowości, które już z założenia nie mają służyć pozornie przypisywanym im celom. Ogólnie rzecz biorąc większość (o ile nie wszystkie) rzeczy tego typu można umieścić pod jedną etykietką oznaczoną jako kicz. W tej kategorii mieszczą się również wszelkiego rodzaju wytwory krążące po turystycznym rynku jako typowo regionalne, a jednak na swój sposób bardzo uniwersalne i typowe¹³. Pamiątki wytwarzane masowo na potrzeby rynku turystycznego często za właśnie takie są postrzegane przez samych turystów. Co za tym idzie znaczenia nabiera umiejętne rozróżnienie pamiątek typowo masowych od tych w pewien sposób unikatowych. Często zwraca się uwagę na jakość kupowanej rzeczy i fachowość jej wytworzenia, o wiele atrakcyjniejsze zdają się być rzeczy wytwarzane przez lokalnych rękodzielników – nawet, jeśli nie mają cech charakterystycznych dla miejsca, w którym się je nabywa [APAN: 302/G/12]. Waler atrakcyjności jest stawiany na pierwszym miejscu, pamiątka z podróży powinna być czymś, „co by po prostu nie było tandetą” [APAN: 411/I/23]. Takie też przedmioty, w przeciwieństwie do wymienianych wcześniej, z powodzeniem spełniają swoją rolę jako po prostu ozdoba, cele użytkowe zaś schodzą na dalszy plan. Nie oznacza to jednak, że „masowa pamiątka” wytwarzana pod „masowego turystę” traci na popularności. Nawet osoby dosyć radykalnie odcinające się od rzeczy produkcji masowej, wskazywały, że czasem zdarzy im się nabyć tego typu produkt jeżeli tylko w jakiś sposób zwróci on ich uwagę. Aby tego typu rzecz została zakupiona, musi być interesująca dla podróżnika. Ta sama Informatorka, która chętnie kupiła naparstek z widokiem regionu (jakby na to nie patrzeć, jednak rzecz w pewien sposób dająca się zaklasyfikować jako turystyczny kicz) bardzo klarownie stwierdziła, że „jak w Paryżu jesteśmy i kupimy Wieżę Eiffla, to takich Wież Eiffla tam jest setki, więc nie jest to jakoś specyficzne” [APAN: 204/E/12].

Unikalność

To, co istotne w podziale na masowe i unikalne, to fakt, że w zasadzie każda wyprodukowana rzecz może stać się specyficzna i jedyna w swoim rodzaju dla jej nabywcy. Pamiątki, to które kupić można w każdym sklepie i na każdym straganie turystycznych miejscowości, to przecież nic innego, jak kolejny produkt na rynku konsumpcji masowej. To, że wytwarzane dla turysty pamiątki istnieją, nie oznacza wcale, że są mu one niezbędne. Parafrazując Jeana Baudrillarda, owo pragnienie nieustannej i niczym nieograniczonej konsumpcji jest sztucznie kreowane (a zatem narzucane) poprzez wprowadzanie tzw. „strategii pożądania” [Baudrillard 2006]. Czy oznacza to jednak, że każdy przeciętny turysta wybierze zawsze tylko taką pamiątkę, którą została wyprodukowana w milionach tych

¹³ Jak zauważa Wojciech J. Burszta „Współczesny rynek konsumpcyjny jest pełen towarów egzotycznych, które od dawna oderwały się od swoich estetycznych kontekstów, by funkcjonować w ramach globalnego rynku dóbr i usług. Huggan nie waha się obwieścić, że mamy tutaj do czynienia z nowym rodzajem fetyszyzmu towarowego. Sprowadza się on do trzech aspektów. Po pierwsze, ludzie, przedmioty i miejsca zostają oderwane od doświadczenia historycznego i kulturowego. Po drugie, tak „oczyszczone” z oryginalnych sensów, stają się dobrami konsumpcyjnymi, które zapewniają wyimaginowany dostęp do kulturowego innego. Sprawia to, po trzecie, że dochodzi do reifikacji ludzi, przedmiotów i miejsc, które pełnią rolę wymiennych obiektów estetycznych”. Burszta W. J., 2008, *Wielokulturowość – nowy globalny folklorizm*, [w:] W. J. Burszta, E. A. Sekuła (red.), *Kiczosfery współczesności*, Wydawnictwo SWPS Academica, s. 59.

samych egzemplarzy? „W społecznościach złożonych istnieje wyraźna tęsknota za ujednostkowieniem. W większości zaspokajana indywidualnie, za pomocą prywatnych ujednostkowień, często tak przyziemnych jak te, które rządzą losem rodzinnej schedy czy starych kapci – długoletni związek powoduje, że stają się one w pewnym sensie częścią osoby, oraz sprawia, że rozstanie z nimi jest nie do pomyślenia” [Kopytoff 2003, s. 264]. Każde ujednostkowanie czyni z rzeczy uniwersalnej coś osobistego. Pośród rzeczy przywożonych z podróży można łatwo wskazać zarówno na takie, które same w sobie posiadają dużą wartość jak i te z pozoru bezwartościowe, jak kamyczki czy muszelki zbierane na plaży. Zarówno jedne jak i drugie wraz z zagarnięciem ich przez turystę w obszar własności prywatnej, do sfery związanej z pamięcią i wspomnieniami podróży (zazwyczaj przecież pozytywnymi) stają się rzeczami wartościowymi już z czysto subiektywnego punktu widzenia. Przestaje mieć znaczenie ich wartość wymienna na rynku, a górę bierze sentymentalizm. „Pamiętki są mobilnymi oznacznikami odsyłającymi jedynie do widoku, który jest w danej chwili poza naszym zasięgiem, czyniącymi z niego coś rzeczywistego, czego imitację stanowią pocztówki, figurki i inne pamiętki. (...) poprzez swoją tandetność potwierdzają oryginalny i autentyczny charakter widoku jako takiego” [Culler 2007, s. 9-10]. Można więc mówić o swego rodzaju metonimiczności turystycznych pamiętek [Banaszkiewicz 2011] – każda z przywiezionych rzeczy jest zastępstwem miejsc, w których się było, a z których ona sama pochodzi (choćby nawet przez fakt jej nabycia w tym miejscu). Pamiętka jest zatem rzeczą, której sensy nie pochodzą od niej samej, lecz są ściśle związane z doświadczeniem jej posiadacza. Pamiętka ma znaczenie dla jednostki, która ją posiada, zaś to, co sprawia, że coś traktowane jest jako owa pamiętka, to zdolność, do przypisywania jej sensów. Rzecz nabyta w podróży jest związana z miejscem jej nabycia i już w domu, w codziennej przestrzeni, pozwala wrócić wspomnieniami do minionych wydarzeń. To właśnie ten aspekt sprawia, że tak duża jest chęć posiadania przynajmniej jednego przedmiotu z podróży.

Przywieziona z podróży pamiętka, to nie tylko nośnik znaczeń odwołujących posiadacza do odwiedzonych niegdyś miejsc, ale również do samej przeszłości. Pamiętka jako ów *odprysk przeszłości*, jeśli użyć określenia Wierzchowicz, odsyła do zdarzeń minionych i pozwala na zawłaszczanie nie tylko dalekich miejsc, ale również czasów. Praktycznie wszyscy Informatorzy zwrócili uwagę na to, że pamiętki przypominają. Będąc związane z konkretnym miejscem i czasem, odsyłają do nich i nieraz pomagają utrwalić się pewnym wspomnieniom, które z takich czy innych względów chce się zachować. Pamiętka jest ważna jako to, co stanowi prawdziwe dopełnienie całej podróży, ową ostatnią fazę [APAN: 339/G/49]. Dlatego też pamiętek się nie wyrzuca. Najczęściej jedynym powodem, dla którego ktoś decyduje się pozbyć jakiejś rzeczy jest jej uszkodzenie lub całkowite zniszczenie, jednakże zazwyczaj z pamiętkami trudno się rozstać [APAN: 383/H/43]. Znaczenia przypisane pamiętce, jeżeli są dla jednostki ważne, nie giną wraz ze zniszczeniem rzeczy, stąd być może owa trudność, gdy przychodzi się z czymś rozstać. Jeden z pytanych turystów wskazuje nawet, że w razie konieczności łatwiej byłoby oddać rzecz komuś innemu, niż wyrzucić: „Jak bym miał ją [pamiętkę] dać komuś to... tak ze szczerego serca, to nie byłoby mi żal się z nią rozstać” [APAN: 335/G/45].

Problemy z autentycznością

Jak już wcześniej zauważyłam, szczególną uwagę przy zakupie jakiegoś przedmiotu w podróży zwraca się na pewnego rodzaju unikalność owej rzeczy. Dla jednych pamiętka powinna być po prostu ładna i estetyczna, inni szukają czegoś, co wydałoby się im wyjątkowe. Dla doświadczeń podróżniczych szczególną rolę odgrywa pojęcie autentyczności. I nie chodzi tu tylko o autentyczność przeżyć, doświadczeń czy nawet

zwiedzanych miejsc, ale także autentyczność rzeczy, które z podróży chce się przywieźć do domu.

Jedną z bardziej godnych uwagi definicji autentyczności podał Craig Fees. Jego zdaniem „autentyczność nie jest cechą obiektów samych w sobie, ale jest czymś, co zostaje im przypisane” [Wieczorkiewicz 2003, s. 152]. Coś jest więc autentyczne, bo tak mówi osoba obdarzona autorytetem w danej dziedzinie. Na takie przededefiniowanie autentyczności wpływa sama sytuacja turystyczna, bowiem autentyczność staje się coraz bardziej związana z rzetelnością informacji lub dokładnością rekonstrukcji niż oryginalnością pochodzenia. Sama skłaniam się ku twierdzeniu, że autentyczność na gruncie turystyki, a konkretnie przedmiotów turystycznych jakimi są nabywane i przywożone do domu pamiątki, jest raczej kwestią indywidualnego postrzegania tego aspektu przez poszczególnych turystów, którzy nie zawsze będą potrzebowali autorytarnego potwierdzenia prawdziwości jakiejś rzeczy. Dla jednych prawdziwa i autentyczna stać może się zakupiona koszulka z nadrukiem, dla innych musi to być rzecz rzeczywiście oryginalna lub też postrzegana jako po prostu prawdziwa, a więc coś, co Wieczorkiewicz [2003, s. 153] nazywa „autentycznym wytworem etnicznym”. Jakikolwiek jednak nie byłoby obrane stanowisko, nie sposób nie zauważyć, że na rynku turystycznym dominują przedmioty o cechach etnicznych zwykle uwypuklonych, „które obserwatorzy z zewnątrz uważają za charakterystyczne dla danego regionu” [Wieczorkiewicz 2003, s. 153], nierzadko też ozdobione elementami dodatkowymi, z faktyczną kulturą regionu nie mającymi wiele wspólnego.

Wydaje się jednak, że część podróżnych doskonale zdaje sobie sprawę z faktu, iż wszelkie sklepy turystyczne oferujące masowo wytwarzane pamiątki, to tak naprawdę owo „królestwo komercji” i nieautentyczności¹⁴. Co istotne, pojawia się pośród turystów duża świadomość rozróżnienia między kulturą tradycyjną a zjawiskiem określanym raczej jako folkloryzm¹⁵. Rzeczy określone tu tym ostatnim mianem zazwyczaj wchodzą w krąg pamiątek produkcji masowej. Trudno jednak mówić o całkowitej nieświadomości turystów w tej dziedzinie. Bardzo możliwe, iż nabywanie przez nich tego typu rzeczy nie jest wynikiem nieświadomości owej nieautentyczności lecz wręcz nie ma z tym aspektem nic wspólnego [APAN: 352/H/12]. Turyści pytani o to, dlaczego mimo wszystko je kupują, bez namysłu twierdzili, że „i tak wiążą się z danym miejscem” [APAN: 352/H/12]. Można więc stwierdzić, że podróżni niekoniecznie są nieświadomymi konsumentami na turystycznym rynku, lecz dobrowolnie godzą się na taki stan rzeczy. Co więcej – jak już zauważyłam wcześniej – nabyte pamiątki tej jakości również urastają w ich oczach do rangi przedmiotów ważnych. Nawet najbardziej uniwersalna czy kiczowata rzecz zakupiona w podróży zostaje przez nich wypełniona znaczeniem, przez co staje się na swój sposób unikalna i jedyna w swoim rodzaju.

Co jednak z rzeczami faktycznie rozpatrywanymi jako te autentyczne? Jakie powinny być rzeczy oryginalne, takie które zwróciłyby swoją uwagę jako pochodzące z danego regionu? Wszyscy moi rozmówcy wskazywali, że przedmiot taki powinien w jakiś sposób odnosić się swoim wyglądem do kultury, z której pochodzi. Tak więc istotne, że rzeczy

¹⁴ Nieautentyczność, o której mowa, pojmowana jest tutaj tak, jak rozumie ją MacCannell, według którego jakiegokolwiek podejrzenie aranżacji, czy to zwiedzanego miejsca, czy nabytej w nim rzeczy, deprecjonuje samo doświadczenie i skłania turystę do poszukiwań prawdy „za kulisami”). MacCannell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, MUZA SA, Warszawa.

¹⁵ Folkloryzm w definicji Burszty „to zawsze swoista interpretacja tradycji ludowej, polegająca na wydobywaniu z niej takich tylko elementów, które są interesujące z racji atrakcyjnej formy czy ze względu na walor emocjonalnego „przyciągania” potencjalnych odbiorców. Po drugie, prezentuje się te wybrane treści w formie mniej lub bardziej przetworzonej (...). Po trzecie, ukazuje się te wybrane elementy dziedzictwa kulturowo-folklorystycznego w sytuacjach specjalnie wywołanych, odmiennych od kontekstu ich autentycznego występowania”. Burszta W. J., 2008, *Wielokulturowość – nowy globalny folkloryzm*, [w:] W. J. Burszta, E. A. Sekuła (red.), *Kiczosfery współczesności*, Wydawnictwo SWPS Academica, s. 64.

powinny choćby w małym stopniu nawiązywać do lokalnej kultury [APAN: 148/D/13]. Mogą to być też rzeczy, które z założenia jako pamiątki sprzedawane nie są, a jednak w jakiś sposób bywają kojarzone z danym krajem czy regionem, jak perfumy zakupione w kojarzącej się z elegancją Francji [APAN: 215/E/23]. Często wiadomo już wcześniej, że w podróży będzie można nabyć coś, co dla regionu jest typowe i jeszcze przez samym wyjazdem staje się to pewnego rodzaju celem [APAN: 348/H/8]. Turysta z góry wie, co chce nabyć jako pamiątkę.

Autentyczne niewątpliwie są rzeczy wytwarzane i użytkowane przez samych mieszkańców zwiedzanych regionów. Jeden z Informatorów zauważył, że chociaż nie kupiłby atrapy jakiejś rzeczy, to jednak z chęcią nabyłby coś, co jest „prawdziwe”, nawet pomimo faktu, że owa rzecz do niczego by mu się nie przydała [APAN: 309/G/19].

Pamiątki autentyczne to też niekoniecznie rzeczy kupione. Dużą rolę odgrywają te znalezione, naturalne – a zatem prawdziwe i pochodzące (bez żadnych wątpliwości) z miejsca, w którym się je zdobyło. Takie rzeczy to przede wszystkim kamyki, muszle czy piasek. O ile rzeczy takie można już nabyć w miejscowych bazarach, jednak te samodzielnie odszukane zyskują wyższą rangę pośród przywożonych pamiątek. Zazwyczaj turysta jest w stanie z niezwykłą dokładnością wskazać miejsce pochodzenia owych rzeczy. Przedmiot autentyczny więc to także taki, który został zabrany z konkretnego terenu, przedmiot sam w sobie naturalny i całkowicie przynależący do miejsca, z którego go zabrano. Ważne jednak, że w wypadku zbieranych rzeczy nie są one w jakiś sposób przeciętne, ale zwracając na siebie uwagę np. przez nietypowy wygląd. Powinny się wyróżniać spośród innych [APAN: 412/I/24]). Co za tym idzie, każdy taki kamyk staje się swego rodzaju oznacznikiem miejsca, z którego pochodzi. To zbieracz nadaje mu znaczenie, zagarniając go w domowy obszar i przypisując do kręgu innych pamiątek, czy to z tego samego regionu, czy też pamiątek w ogóle. Turyści skłonni są przypisywać takim rzeczom bardzo duże znaczenie ze względu na ich autentyczność i naturalność [APAN: 362/H/22].

Rzeczy kupione nie muszą być jednak negatywnie wartościowane w stosunku do tych znalezionych. Jak już wcześniej podkreśliłam, ważność przypisywana przedmiotom uzależniona jest w dużej mierze od osobistych preferencji ich posiadaczy. Dla jednych najważniejsze będzie to, czemu można przypisać jak największą dawkę autentyzmu, dla innych równie istotą pamiątką stanie się kupiony w turystycznym sklepie gadżet produkowany z myślą o jego jak najszybszej sprzedaży na rynku turystycznym, ponieważ w takiej samej mierze jak zebrane z plaży muszleki będzie odsyłał do miejsca jego nabycia i pozytywnych skojarzeń z nim związanych. Koszulka z napisem może okazać się równie autentyczna jak piasek przywieziony z Sahary.

Pamiątki a zachowania turystyczne

Co może zostać pamiątką? Jak się wydaje, praktycznie wszystko. Z jednej strony będą to rzeczy kupione w celach estetyzacji, rzeczy już same w sobie jako pamiątki sprzedawane, z drugiej będą to przedmioty, które mogą w ogóle nie kojarzyć się z pamiątkami jako takimi. Często moi rozmówcy wskazywali na rzeczy nabyte w podróży, co do których mieli pewne wątpliwości, jak powinny być traktowane. Pamiątką w pewnym stopniu mogą więc stać się nie tylko rzeczy trwałe, ale też takie, które po prostu zdobyte w podróży będą kojarzyć się z miejscem ich nabycia. Pamiątką będą rzeczy użytkowe, takie jak bilety, zachowane pieniądze, etykiety z piwa itp. Jak się okazuje, nie ma rzeczy, która nie nadawałaby się na pamiątkę. Jedynym wyjątkiem dla części moich rozmówców, zwolenników przedmiotów „prawdziwych” dla jakiejś kultury czy regionu, były rzeczy uniwersalne, takie, które można nabyć wszędzie [APAN: 397/I/9].

Szukanie, kupowanie, znajdowanie, przewożenie, oglądanie, ustawianie itp. – to wszystko czynności związane z pamiątkami, którym zwykle poświęca się nieco więcej

uwagi, a które sprawiają, że każda pamiątka może stać się na swój sposób wyjątkowa. W zasadzie często temat pamiątek pojawia się jeszcze w domu, przed wyjazdem, najczęściej jednak są to rzeczy kupowane w sposób impulsywny, zależnie od tego, co i w jakim miejscu się spodoba. Samo kupowanie pamiątek wydaje się być dla niektórych ważnym elementem samej podróży, staje się jednym z etapów wycieczki [APAN: 250/F/10]. W wypadku wycieczek organizowanych są to momenty wręcz ściśle zaplanowane i włączone w harmonogram przez organizatorów.

Po powrocie do domu zaś zazwyczaj pierwszą czynnością podczas wypakowywania bagażu jest oglądanie nowych nabytków. Nowe pamiątki sprawiają radość ich nabywcom, odsyłają do pozytywnych wspomnień z niedawno odbytej podróży. Wyjęcie pamiątek w domu jest jedną z istotniejszych części ostatniego etapu podróży, którą można też określać mianem *rites de passage* [Gennep, 2006]. Zagłębiając się w koncepcję podróży jako rytuału przejścia, podążając za myślą Krzysztofa Podemskiego [2008, s. 60] można uznać, że gdy opuszczamy (nawet tymczasowo) dom, to „symbolicznie »umieramy«, co znajduje wyraz w pożegnaniu z najbliższymi i różnego typu instrukcjach, jakich im udzielamy »na wszelki wypadek«. Kończąc wyprawę bogatszy o nowe doświadczenia turysta, wraca do swojego stałego miejsca w społeczeństwie, realizując tym samym ostatnią fazę rytuału. Wypakuje swój bagaż, odkłada rzeczy z powrotem tam, gdzie znajdowały się wcześniej a dla nowych nabytków znajduje stałe miejsce w domu. Rozkładając rzeczy symbolicznie oznajmia, że znów wrócił do stabilnej pozycji w swoim społeczeństwie, a co za tym idzie, można oczekiwać, że „będzie zachowywał się zgodnie ze zwyczajowymi normami i standardami etycznymi wiążącymi tych, którzy wchodzą na pozycje społeczne w danym systemie” [Turner 2010, s. 115]. Końcem podróży jest nie sam powrót do domu, lecz właśnie rozlokowanie wszystkich towarzyszących w drodze przedmiotów na ustalonych miejscach. Podróż, która wcześniej zdawała się chaosem, teraz wymaga ostatecznego ujarzmienia, uporządkowania [Barański 2011, s. 21]. Porządkując rzeczy, segregując przywiezione pamiątki i przeznaczając im miejsce w codziennej, swojskiej przestrzeni, turysta wraca do domu, ale już nie taki sam, bo bogatszy o nowe doświadczenia, czego symbolem są zadomowione już trofea.

Wydaje się, że moment powrotu do domu, to jednak jedyny moment, w którym pamiątkom poświęca się tak dużą uwagę. Później rzeczy te trafiają albo na półki, albo są chowane, a jedyna uwaga, jaką się im poświęca związana jest z koniecznością sprzątnięcia mieszkania. Wtedy dopiero pewne rzeczy, o których zdążyło się niekiedy zapomnieć, ponownie zostają wyciągane. Jak już wspominałam, pamiątek nie lubi się wyrzucać, jeśli nawet nie z powodów sentymentalnych, to przez wzgląd na pamięć i wartość historyczną tych rzeczy [APAN: 189/D/53]. Podróżnicy zwracali też uwagę na fakt, że nawet jeśli na co dzień pamiątki nie są zauważane, to jednak przypisuje się im pewną wartość, chociażby jako swego rodzaju „wspomagacza pamięci”.

Pamiątki nie zawsze muszą wiązać się z jakąś opowieścią, jednakże lepiej zapamiętuje się te przedmioty, co do których można dodać chociażby najkrótszą anegdotę. Często istotne staje się zdobycie wiedzy nie tylko o tym, skąd rzecz faktycznie pochodzi, ale jak i z czego jest zrobiona [APAN: 307/G/17]. Wiedza taka staje się równie wartościowa co sama pamiątka, do której się odnosi. Chociaż nie wszystkie rzeczy muszą wiązać się z konkretną opowieścią o nich, to zawsze zapamiętuje się przynajmniej to, gdzie je nabyto. Fakt, że z rzeczą związana jest opowieść, potrafi czynić pamiątkę ważniejszą niż pozostałe. Każda historia potwierdza zarówno autentyczność samej rzeczy jak również wyprawy, którą kiedyś się odbyło.

Podróżowanie z pamiątkami

Ważnym, a często pomijanym kryterium wyboru pamiątek, jest też sposób ich przewożenia, czy też szerzej: rodzaj samego podróżowania. Jeśli zapytamy o to, jaki powinien być przedmiot zabrany do domu z podróży, łatwo otrzymać odpowiedź, że powinien przynajmniej dać się łatwo spakować [APAN: 145/D/10]. Nie od dziś wiadomo, że bez bagażu podróżować jest trudno. Bagaż towarzyszył turystom i podróżnikom od zawsze; większy czy mniejszy służył nie tylko oczywistemu przewożeniu własnych przedmiotów niezbędnych, lecz również nowych dobyteków. Pojawiają się pytania o to, co można, a czego wywozić z kraju nie można. Szybko bowiem okazuje się, że nie wszystko może stać się pamiątką. Kontrole rzeczy wywożonych i wwożonych do kraju przeciętnemu turyście nie spędzają snu z powiek, niemniej warto przed podróżą zdać sobie z nich sprawę. Kontrole zresztą nie są niczym nowym. Już w dawno minionych stuleciach podróżnicy musieli borykać się z wynikającymi z tym trudnościami. Przykładowo podróżująca w drugiej połowie XVIII wieku przez Europę Teofila Konstancja Morawska z Radziwiłłów została zatrzymana i poddana kontroli w Królewcu. W diariuszu zanotowała, że nabawiła się przy tym strachu, ponieważ przewoziła dla męża tytoń turecki, o którym wiedziała iż jest to towar obciążony „jednym z największych tam kontrabandem” [Morawska 2002, s. 32]. Problem z przewożeniem przez granice przywożonych towarów o pamiątek musiał być o tyle rozpowszechniony, że już od połowy XIX wieku o towarach zakazanych można przeczytać między innymi w nowoczesnych przewodnikach niemieckiego wydawcy Karla Baedekera [Baedeker 1923].

Obok podobnych kłopotów z przewożeniem bagażu, za najczęstszy problem wskazuje się jednak sam sposób ich transportu. Z jednej strony przeszkodą może być wielkość kupionej rzeczy, którą trudno później spakować do walizki, z drugiej zaś jej ciężar, co z kolei może stwarzać potencjalny problem podczas odprawy na lotnisku, gdzie waga bagażu jest ściśle określona. Dodatkowo istotnym czynnikiem zawsze brany pod uwagę, jest kruchość nabytych przedmiotów: „Jak są jakieś alkohole, butelki, to się później zastanawiamy [jak spakować], żeby się nie roztrzaskało” [APAN: 215/E/23]. Za najwygodniejszy środek transportu pod kątem przewożenia rzeczy uznaje się samochód, gdzie głównym kryterium jest możliwość przewozu większej ilości rzeczy. Podróżując samochodem ilość zabranych rzeczy zależna jest głównie od pojemności bagażnika, waga zaś zdaje się nie mieć tak dużego znaczenia, jak choćby w przypadku podróżowania pociągiem, gdy turysta nosi bagaż na plecach (a jak wiadomo, im lżej, tym wyprawa przyjemniejsza i łatwiejsza) [APAN: 163/D/28]. Jakkolwiek jednak by się ich nie przewoziło, ważne, że o zakupione i zebrane pamiątki się dba. Pamiątka, nawet jeśli później zostanie zapomniana czy zamknięta w kartonowym pudle, do domu powinna dotrzeć w całości, nieuszkodzona. Stąd właśnie tak duża dbałość o przedmioty i pomysłowość ich pakowania, jak choćby wkładanie szklanych rzeczy w ręczniki, ubrania itp. [APAN: 364/H/24]).

Pamiątki – prezenty

Kolejnym kryterium podziału pamiątek jest ten na rzeczy zabierane dla siebie oraz na te, które będąc w podróży kupuje się dla kogoś. Jak się okazuje, do tych drugich przywiązuje się zwykle dużą wagę. „Rytuały wymiany rzeczy to – w ujęciu McCrackena – przypadek daru właściwego, przemieszczanie się rzeczy pomiędzy jednostkami w szczególnych i odświętnych okolicznościach, co również oznacza przemieszczanie się własności i znaczeń” [Wieczorkiewicz 2008, s. 62]. Rzeczy jako takie w ogóle posiadają moc sprawczą – wykorzystane jako prezenty dla kogoś zyskują istotną funkcję interpersonalną. Przedmiot pozwala zacieśniać więzy, umożliwia komunikację międzyludzką [Krajewski 2004].

Obdarowanie kogoś jakąś rzeczą pociąga za sobą zwykle pewien wysiłek włożony w szukanie odpowiedniego przedmiotu podczas samej podróży. Turyści zwracają uwagę, by wybierając pamiątkę dla kogoś, był to zakup przemyślany pod kątem konkretnej osoby. Wieczorkiewicz [2008, s. 62] zauważa, że: „pamiątki ofiarowywane innym osobom mają oczywiście różne losy – bywają włączane w przestrzeń życia codziennego, wiązane z narracjami dotyczącymi kontekstu macierzystego i osoby, która je podarowała, bądź też stają się czymś bez znaczenia”. Tak więc i otrzymywane od innych pamiątki podróżne zwykle sprawiają jeśli nie radość, to na pewno przyjemność związaną z faktem, że ktoś będąc w podróży o nas myślał [APAN: 221/D/29]. Otrzymanie pamiątki generuje chęć, by w przyszłości, podróżując, odwzajemnić się tym samym, wprowadzając w ruch klasyczny mechanizm wymiany rzeczy. Co więcej, otrzymane pamiątki zazwyczaj trzyma się w miejscu widocznym, nawet jeżeli są to rzeczy, które nie koniecznie się podobają. Obdarowanym zależy na tym, by sprawić radość obdarowującemu [APAN: 370/H/30].

„Pozdrowienia z podróży”

Nabywanie i późniejsze przechowywanie pocztówek dla większości turystów okazuje się niezwykle istotnym elementem samej podróży. Nawet jeżeli podkreśla się, że współcześnie, w dobie Internetu i telefonów, wysłanie widokówek z wakacji nie jest już czynnością konieczną a przez niektórych nawet uznaną za niepotrzebną, to jednak nabywa się pocztówki dla siebie lub bliskich i znajomych, którzy wakacyjne kartki w taki czy inny sposób cenią. Tym, co zdaniem niektórych Informatorów pozytywnie odróżnia pocztówkę od wysłanego telefonem zdjęcia, jest jej fizyczność – fakt, że kartkę można wziąć do ręki. O ile pocztówka ma szansę stać się materialną pamiątką, to wysłanie zdjęcia za pomocą Internetu jest znacznym udogodnieniem. Zdjęcie wysłane telefonem może okazać się ciekawszą formą pozdrowień z wakacji, ponieważ przedstawia nie tylko widok danego rejonu, ale nas na jego tle, a więc może stanowić dodatkowe potwierdzenie naszego pobytu tam, a zarazem nadawać owym „pozdrowieniom z podróży” jeszcze bardziej osobisty wymiar. Nie może jednak z czasem stać się trwałą pamiątką dla osoby „obdarowanej”, zatem pocztówki nadal wpisują się w typowy wygląd zagranicznych kurortów. Chociaż większość pytanych turystów przyznała, że nie przywiązuje dużej wagi do tego, co na pocztówce zostanie napisane, to jednak niemal wszyscy chcą widokówki z podróży wysłać. Tekst na pocztówce zazwyczaj jest konwencjonalny („Krótko i na temat. Serdeczne pozdrowienia i to wszystko. Nie przywiązuję wagi, żeby pisać tam coś więcej” [APAN: 269/F/29]), jednak sam wybór odpowiedniej pocztówki wydaje się już kwestią ważną. Każda z osób kupujących pocztówki zaznacza, że powinny być ładne, o określonych walorach estetycznych, najlepiej eksponujące wybrane elementy krajobrazu miejscowości, do której odsyłają. Zatem jeśli nabywa się pocztówki, zarówno dla siebie jak i z myślą o kimś, najlepiej by przedstawiały panoramę danej miejscowości czy też charakterystyczne dla niej obiekty. Kupowanie i wysyłanie pocztówek wydaje się już stałym elementem podróży, tym bardziej że o wiele łatwiej je przechowywać w domu. Wagę pocztówek podkreśla również to, że rzadko są wyrzucane. Pocztówki często mieszają się ze sobą, tworząc swego rodzaju kolaż wspomnień, łączą zarówno miejsca jak i czasy znacznie od siebie oddalone.

Fotografie

Jeszcze inną formą pamiątki z podróży są fotografie. Tym, co różni je od pocztówek, jest przede wszystkim ich jednostkowość. Według przytaczanej już teorii MacCannella wykonane przez turystę zdjęcie jest tylko kolejnym oznaczniakiem, kolejnym powieleniem znanego już obrazu. Nie umniejsza to jednak roli fotografii jako szczególnej własności osoby, która ją wykonała. Ponadto fotografia pozwala nie tylko własnoręcznie uwiecznić atrakcyjny widok, ale też przedstawić samego turystę na jego tle, co stanowi dodatkowe potwierdzenie

jego bytności w konkretnym miejscu. Fotografie są ważną pamiątką z podróży, ponieważ, jak już wspominałam, potwierdzają naszą obecność w konkretnym miejscu. Tym, co dodatkowo wyróżnia fotografie jest także ich zdolność do nawiązywania i podtrzymywania relacji z bliskimi, gdy zbierając się w większym gronie pokazuje się własne zdjęcia z podróży, nieraz opowiadając przy tym historie.

Jaka przede wszystkim powinna być fotografia z podróży? Co powinna przedstawiać? Według moich rozmówców właściwie wszystko, co później będzie im się kojarzyło z danym miejscem, a im więcej takich rzeczy, tym lepiej. Krajobraz, szczególne miejsca, zabytki, widoki oraz siebie na ich tle.

Fotografie mają tę zaletę, że można ich posiadać więcej niż klasycznych pamiątek. Często są wywoływane, chociaż większą ich ilość łatwiej przechowywać w pamięci komputera. Niemniej, tak samo jak w wypadku pocztówek, ceni się możliwość „wzięcia ich do ręki”. Fotografie, które zdaniem turystów zasługują na takie szczególne potraktowanie najczęściej zawierają „najciekawsze miejsca i (...) te, na których fajnie wyglądamy” [APAN: 373/H/33].

Do oglądania własnych fotografii przykładą się dużą wagę, nawet jeśli nie zdarza się to zbyt często. Do fotografii wraca się okresowo, w wolnym czasie, czasem planując następną wyprawę. W przeciwieństwie do innych pamiątek, fotografie są najczęściej chowane i być może jest to jeden z powodów, dla których niektórzy pytani turyści zdają się przykładac do nich nieco większą wagę. Pamiątka nieustannie znajdująca się w widocznym miejscu staje się z czasem zwykłym elementem przestrzeni codzienności, a więc przestaje być zauważana i brana pod uwagę, natomiast by obejrzeć schowane do albumu fotografie, trzeba poświęcić tej czynności nieco własnego czasu. Są jednak i takie zdjęcia, które eksponuje się w mieszkaniu. Nie są to w każdym razie fotografie przeciętne.

Fotografie przede wszystkim mają to do siebie, że generują pewne opowieści znacznie częściej niż nabywane w podróży przedmioty. „Opowiadania ludzi o ulubionych, ważnych czy zapamiętanych przez nich [przedmiotach] są opowieściami mającymi właściwie dwóch głównych bohaterów: przedmiot i opowiadający o nim podmiot. W tego typu narracjach wyraźnie widzimy, w jaki sposób losy jednostek splatają się z losami przedmiotów, jak opowieść o przedmiocie jest zarazem opowieścią o człowieku. Jednocześnie takie opowiadania mają wymiar nie tylko indywidualny, ale również wspólnotowy” [Tańczuk 2011, s. 26-27]. Renata Tańczuk pisze tu głównie o kolekcjonowanych przedmiotach, jednak dokładnie taką samą funkcję można przypisać zdjęciom robionym i przywożonym z podróży. Podróżnicy czują potrzebę by opowiadać o podróżach, a takim opowieściom zwykle towarzyszy pokaz zdjęć, które są potwierdzeniem wypowiedzianych słów i dopełniają obrazu całości. Zazwyczaj jednak nie są to sytuacje, w których grupa zbiera się celowo po to, by zdjęcia obejrzeć, lecz zdarza się to przypadkowo, zwykle przy pierwszych odwiedzinach po powrocie z podróży.

Zakończenie

Warto na koniec dodać, że to, co nabywa się w podróży, nie zawsze musi być rzeczą trwałą. Niemal zawsze pamiątką określa się przywożone z podróży alkohole czy specyficzne dla danego rejonu kulinarne specjały. Częstym motywem tego typu zakupów jest fakt, że takich rzeczy kupić u siebie nie można, lub też to, że gdzie indziej wydają się one lepsze [APAN: 144/D/9]. Ważne, że pamiątka nie musi być koniecznie czymś materialnym, na co dosyć rzadko zwraca się uwagę.

Jakiegokolwiek by jednak formy nie przyjmowały, pamiątki z podróży są przede wszystkim nośnikiem wspomnień. Przywożone rzeczy, często początkowo nie posiadające żadnego znaczenia, wraz z wejściem w obręb własności turysty, stają się ściśle związane z jego biografią. „Rzeczy nie służą wyłącznie zaspokajaniu potrzeb biologicznych

czy technicznych człowieka, lecz bywają również ekspresjami znaczeń jednostkowych, grupowych czy nawet transcendentnych. (...) coś równie dobrze może być śmieciem, w innym zaś miejscu czy czasie może stać się rzeczą bezcenną, a równocześnie może uzyskać tyle znaczeń ilu było użytkowników. W tej perspektywie znaczenia i funkcje rzeczy są szczególnie podatne na konteksty, w jakich się pojawiają” [Barański 2007, s. 136]. Wraz z momentem ich nabycia, rzeczy nabywają nowych znaczeń, które zmieniają się po powrocie z podróży do domu, mogą ulec kolejnemu przekształceniu wraz z ich zamianą w podarunek dla kogoś, w końcu ich znaczenia mogą ulec zatarciu, gdy przedmiot zostanie zapomniany czy zniszczony. Pamiątka, jako materialny przedmiot, zyskuje również moc współtworzenia tożsamości jej właściciela [Domańska 2008, s. 14]. Krótko mówiąc: rzeczy, które posiadamy są naszymi wizytówkami. Wszystko, co zostało przywiezione z wyprawy, posiada w oczach właściciela mniejszą lub większą wartość. Nie ma znaczenia, że pamiątka latami leży schowana w zaciszu domowego strychu – odnaleziona ponownie ma moc odesłania posiadacza do zapomnianych zdarzeń, utraconych sensów. Nie jest pozbawionym materialnych, emocjonalnych czy historycznych wartości śmieciem, śmieciem dla wszystkich bez wyjątku. Pamiątką z podróży może zostać niemalże wszystko, od kiczowatych przedmiotów ze sklepików turystycznych, czy pocztówek, przez prawdziwe, regionalne rękodzieło, aż po rzeczy zebrane czy znalezione, lub samemu wykonane fotografie. Ważniejsze od formy są właśnie ujednostkowane sensory, które konkretne przedmioty za sobą pociągają. Przywołując pamiątkę, turysta przywozi ze sobą namiastkę miejsca, które odwiedził, a także czasu, który był dla niego szczęśliwy. Czymkolwiek pamiątka by nie była – nigdy nie będzie bezwartościowa.

Bibliografia

- Baudrillard J., 2006, *Społeczeństwo konsumpcyjne: jego mity i struktury*, Wydawnictwo "Sic!", Warszawa
- Baedeker K., 1923, *Paris und Umgebung: Handbuch für Reisende*, Leipzig
- Banaszkiewicz M., 2011, *Pamiątki turystyczne – w poszukiwaniu tożsamości*, „Turystyka Kulturowa”, nr 4, <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/78/64> [2.03.2019 r.]
- Barański J., 2007, *Świat rzeczy. Zarys antropologiczny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Brzozowska B., 2009, *O czytaniu kiczu – turysta modny*, [w:] Z. Krawczyk, E. Lewandowska-Tarasiuk, J. W. Sienkiewicz (red.), „Człowiek w podróży”, ALMAMER, Warszawa, s. 83-92
- Buczowska K., 2012, *Jakość podróży zatrzymana w pamiątkach*, [w:] Marek Kazimierzczak (red.), „Jakość życia w kulturowych przestrzeniach podróżowania”, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, s. 78-95
- Burszta W. J., 2008, *Wielokulturowość – nowy globalny folklorizm*, [w:] W. J. Burszta, E. A. Sekuła (red.), *Kiczosfery współczesności*, Wydawnictwo SWPS Academica, Warszawa, s. 57-66
- Culler J., 2007, *Teoria śmieci*, „Kultura Współczesna”, nr 4, s. 6-22
- Domańska E., 2008, *Humanistyka nie-antropocentryczna a studia nad rzeczami*, „Kultura Współczesna”, nr 3, s. 9-21
- Douglas M., 2007, *Czystość i zmaza*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa
- Dunaj B. (red.), 1996, *Słownik współczesnego języka polskiego*, WILGA, Warszawa, s. 713-714
- Kopytoff I., 2003, *Kulturowa biografia rzeczy – utowarowienie jako proces*, [w:] M. Kempny, E. Nowicka, „Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej”, PWN, Warszawa, s. 249-274
- Krajewski M., 2004, *W stronę socjologii przedmiotów*, [w:] M. Golka (red.), „W cywilizacji konsumpcyjnej”, Poznań
- MacCannell D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, MUZA SA, Warszawa
- Morawska T. K. z Radziwiłłów, 2002, *Diariusz podróży europejskiej w latach 1773 – 1774*, B. Rok (oprac.), Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław

- Podemski K., 2008, *Antropologia turystyki*, [w:] R. Winiarski (red.), „Turystyka w naukach humanistycznych”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 48-64
- Tańczuk R., 2011, *Ars colligendi. Kolekcjonowanie jako forma aktywności kulturalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław
- Turner V., 2010, *Proces rytualny: struktura i antystruktura*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa
- Van Genep A., 2006, *Obrzędy przejścia. Systematyczne studium ceremonii*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa
- Wieczorkiewicz A., 2008, *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata podróży*, Universitas, Kraków
- Wieczorkiewicz A., 2003, *Prawdziwe pamiątki z podróży. Kwestia autentyczności w antropologii turystyki*, „Kultura i społeczeństwo”, nr 2, t. 47, s. 145-177

Souvenir from the journey – an artifact or worthless trash? About the culture-forming role of the souvenir from the journey

Keywords: souvenir, travel, tourism, authenticity

Abstract

This article resents a proposition of a look at a souvenir (from the journey) not only from the perspective of its position in the marketplace but – above all – it presents a souvenir as an object of the cultural analysis. The author, using the results of her own survey, tries to show tourist's motivations to own such items and tries to show many aspects of souvenirs itself. There are many questions about the value of the souvenir, its exceptionality, authenticity and about the criteria which allow us to evaluate these points. The author also tries to make an analysis of the tourist's behaviours in relation to the souvenirs they own.