

# Eva Näripea

---

## Spojrzenie turysty jako strategiczne narzędzie przedstawienia architektonicznego : starówka tallińska a sowiecki marketing turystyczny w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku

---

Panoptikum nr 8 (15), 108-116

---

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

# Eva Näripea

## Spojrzenie turysty jako strategiczne narzędzie przedstawienia architektonicznego: starówka tallińska a sowiecki marketing turystyczny w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku

Struktura urbanistyczna Tallina jest doskonałym odzwierciedleniem kultury estońskiej jako kultury zerwania i nieciągłości, co w istotnej mierze jest następstwem szczególnego położenia geograficznego Estonii – jej statusu „państwa granicznego”<sup>1</sup> – oraz nader skomplikowanych uwarunkowań historycznych. Znamieniem zabudowy tallińskiej jest obecność wielu niekompletnych zespołów architektonicznych, co w sumie składa się na krajobraz miejski pełen sprzeczności i osobliwych zestawień. Ale w samym sercu tego pejzażu leży stare miasto – otoczona czterokilometrowym murem z wapienia najstarsza część miasta, będąca integralnym i dobrze zachowanym zespołem architektonicznym zabudowy średniowiecznej, którego postać ukształtowała się głównie w okresie od XIII do XV wieku. To malownicze środowisko miejskie zawsze było atrakcyjnym źródłem obrazów dla mediów wizualnych, przy czym oczywiście w sposób szczególny w kontekście pojawiania się i rozwoju – a także kontestacji – nowoczesnych praktyk turystycznych. Jednocześnie środowisko to było i jest miejscem negocjacji między niezgodnymi ideologiami i tożsamościami (narodowymi), a także ważną areną (re)prezentacji władzy, oporu i przystosowania. W okresie władzy sowieckiej w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych procesy te nakładały się na siebie, generując szczególnie skomplikowaną i wieloznaczną konfigurację przedstawień, refleksji i praktyk. W latach sześćdziesiątych stare miasto i ogólniejszy temat dziedzictwa średniowiecznego zaczęły nagle być niesłychanie istotne zarówno w kręgach akademickich, jak i w kulturze masowej, co zrodziło bogactwo tekstów literackich i wizualnych. Ten cokolwiek nostalgiczny i romantyczny „nurt średniowieczny” zaowocował mnóstwem artykułów konsumpcyjnych, wyraził się szeroko w wystroju wnętrz i przyniósł pokaźną liczbę filmów. W rozprawie tej zajmę się przede wszystkim filmami krótkimi, tak zwanymi filmami pejzażowymi (*scenic*), a dosłownie „widokowymi” (*view film*)<sup>2</sup>, jakie przez tamte dwie dekady powstawały w dwóch estońskich wytwórniach filmowych okresu sowieckiego, czyli w Tallinnfilmie i Eesti Telefilmie (Estońskim Filmie Telewizyjnym). Zamierzam dokonać przeglądu stosowanych w tych filmach sposobów przedstawiania pejzażu starego miasta i jego charakterystycznych obiektów, dowodząc, że choć zasadniczym motywem ruchu ochrony dziedzictwa narodowego, który wyraził się między innymi w postaci owego „nurtu średniowiecznego”, był sprzeciw wobec sowieckiego dyskursu kulturowego wyrażany w terminach tożsamości narodowej, to prądy przeważające w sferze kultury popularnej były bliżej związane z przyswojeniem sowieckich skłonności kulturalnych. Można by nawet bronić dalej idącego twierdzenia, że była to sprytna strategia Sowietów mająca prowadzić do zasymilowania okupowanego kraju – strategia w swej istocie pokrewna dawniejszej stalinowskiej polityce ucisku, lecz znacznie bardziej wyrafinowana praktycznie. Z drugiej strony w obrębie

tego „nurtu średniowiecznego” – nawet w filmie, czyli w najsumiennie nadzorowanym obszarze kultury masowej, nie mówiąc już o innych jej obszarach – wyraźnie widoczne są również akcenty odrębności i ostrożne, lecz fundamentalne taktyczne odwrócenia panującego porządku.

Okupacja sowiecka stworzyła sytuację kulturową, która paradoksalnie pomogła Estończykom w końcu przyswoić sobie dziedzictwo dawniejszych kolonizatorów i włączyć tallińskie stare miasto jako pradawną cytadelę niemiecką w lokalną tożsamość narodową, a nawet – jak twierdzi estoński historyk architektury Mart Kalm – obrócić je w szaniec własnego oporu narodowego. Ale opór ten w postaci ustanawiania lokalnej/narodowej tożsamości kulturowej urzeczywistniał się *w ramach* panującego systemu sowieckiego, co za Michélem Foucault można ująć w ten sposób, że to oficjalne działania władz stwarzały okazję do tego oporu<sup>3</sup>. Było tak dlatego, że oprócz stawiania własnych pomników władza sowiecka nie zaniedbywała okazji do, jak to się mówi, „strojenia się w nieswoje piórka”, przywdziewania rozmaitych kostiumów z historii zarówno Rosji, jak i pozostałych republik, i zgodnie ze stalinowską zasadą „narodowo w treści, socjalistycznie w formie” umiejętnie wplatała samą materialną skorupę widomie spornego ideologicznie starego Tallina w internacjonalistyczny kontekst kulturowy Związku Sowieckiego, kodując na nowo jego znaczenia i modyfikując jego funkcje poprzez wykorzystywanie w sowieckiej propagandzie.

Począwszy od schyłku lat sześćdziesiątych nieodzownym źródłem dewiz i gałęzią istotną dla funkcjonowania całej sowieckiej gospodarki stała się turystyka. Szybko rosnący dług w twardej walucie wobec zachodnich instytucji finansowych, który powstał w wyniku zaciągnięcia kredytów na zakup zachodnich technologii i miał być splanowany z – urojonych, jak się okazało – dochodów czerpanych z eksportu towarów, wytworzonych dzięki tym technologiom, nadał niebywałą rangę przemysłowi turystycznemu w Związku Radzieckim, którego władze były zarazem ogromnie, niekiedy wręcz paranoicznie nieufne wobec gości z zagranicy i w ogóle świata zewnętrznego. Centralne radzieckie biuro podróży Inturist na liście atrakcji, którymi wabiono zagranicznych turystów, obok Wołgogradu, Nowogrodu, Kalinina, Zagorska, Suzdału, Jarosławia, Kijowa, Lwowa, Użhorodu, Rygi, Wilna, Mińska, Taszkientu, Ałma Aty, Buchary, Samarkandy, Tbilisi, Erewania i wielu innych miast umieściło również Tallin<sup>4</sup>. Ta praktyczna, gospodarcza przyczyna była bez wątpienia jednym z najważniejszych czynników szerokiego spopularyzowania średniowiecznego wizerunku tallińskiej starówki.

Materiał wizualny upowszechniany przez media masowe spowił stary Tallin jako towar turystyczny w wielowarstwowe „treści reklamowe”, które – zgodnie z twierdzeniem estońskiego medioznawcy Peetera Linnapa<sup>5</sup> – do wartości kulturowych dziedzictwa historycznego dodają wartość rynkową, prezentując je przez pryzmat tak zwanego „spojrzenia turysty”. Ukute przez socjologa turystyki Johna Urry’ego w ważkim studium *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* (1990) pojęcie „spojrzenia turysty”, choć odnosi się również do swoistej ciekawości turystycznej, to (głównie za sprawą fenomenologii) utarło się jako kategoria oznaczająca przede wszystkim pewien ogólny modus postrzegania. Zdaniem wielu badaczy ten sposób patrzenia stał się w drugiej połowie, a zwłaszcza pod koniec XX wieku najważniejszą zależnością w środowisku międzyludzkim. Nastawienie takie obejmuje między innymi motywowane komercyjnie, hierarchiczne i zreifikowane ujmowanie krajobrazu mniej lub bardziej oderwanego od codziennej praktyki.

Wspomniany już dogmat socrealizmu „narodowo w formie, socjalistycznie w treści” był od połowy lat trzydziestych jedyną oficjalną doktryną artystyczną w Związku

Sowieckim. Chociaż Chruszczowowska odwilż przyniosła wiele zmian, usuwając lub przekształcając niemało rygorystycznie sformułowanych wymogów formalnych i treściowych, sama zasada nie przestała odgrywać wiodącej roli zarówno w dyskursie oficjalnym, jak i w praktyce artystycznej, zwłaszcza w kinematografii tak prowincjonalnej, jak przemysł filmowy sowieckiej Estonii.

Nie będzie przesadą stwierdzenie, iż główne założenia socrealizmu mają niemało wspólnego z turystycznymi sposobami przedstawiania. Jedno z najgłębszych podobieństw polega na wytwarzaniu iluzjonistycznego, eskapistycznego i wybiórczego świata marzeń, który nie ma prawie nic wspólnego z rzeczywistością i praktykami dnia powszedniego czy to w wymiarze społecznym, czy środowiskowym. „Spojrzenie turysty zwraca się ku tym cechom krajobrazu i pejzażu miejskiego, które odrywają je od doświadczenia codziennego”, pisał John Urry<sup>6</sup>. Chociaż kanon socrealizmu – zgodnie z uchwałami pierwszego kongresu pisarzy sowieckich z 1934 roku – „wymaga od artysty wiernego i konkretnego historycznie przedstawiania rzeczywistości w jej rozwoju rewolucyjnym”<sup>7</sup>, to stosowanie tego postulatu w praktyce artystycznej oznaczało zawsze wytwarzanie cukierkowej pseudorzeczywistości pełnej patosu i wyidealizowanych obrazów. Ten sposób przedstawiania jest bardzo podobny do metod ukazywania krajobrazów i środowisk miejskich w zachodnich filmach i broszurach reklamujących wszelkiego rodzaju atrakcje turystyczne zarówno w krajach zachodnich, jak w Trzecim Świecie. Ning Wang wskazuje kilka idei kształtujących tego rodzaju „przekształcenie symboliczne rzeczywistości”, w tym upiększanie, uromantycznianie oraz idealizację<sup>8</sup>. Autorzy broszur reklamowych dla turystów wytwarzają wyidealizowany obraz reklamowanego miejsca, ograniczając uwagę do urokliwych pejzaży i elementów i pomijając widoki nieprzyjemne, nieciekawe lub nieodpowiednie. Ponadto, jeżeli reklamowane miejsce nie dostarcza widoków pięknych samych w sobie, to specjaliści od reklamy turystycznej upiększają je, ukazując jako romantyczne lub w sposób „wyidealizowany”. Przykłady podane przez Wangę obejmują takie atrakcje turystyczne jak ruiny i miejsca dzikie. Ale takie same metody przekształcania rzeczywistości stosowano również w odniesieniu do tallińskiej starówki. Po pierwsze istniała silna skłonność do skupiania uwagi na odnowionych „klejnotach”, takich jak ratusz, kilka starych kościołów i parę innych budynków. Po drugie ikonografia turystyczna starego miasta wykorzystywała szeroko skojarzenia romantyczne, jakie budzą rozmaite faktury materialne tego rodzaju środowiska: szorstkie i rustykalne powierzchnie wapiennych murów, mozaikowe przestrzenie dachów z czerwonej dachówki, malownicze fasady o chropawym tynku i miejscami spłowiałych kolorach, kręte uliczki o brukowych nawierzchniach. Ale romantyzm tej historycznej scenerii był powierzchowny, a jego drugą stroną była często ruina i zaniedbanie – jak byśmy się przekonali, gdybyśmy zajrzeli na brudne i zaśmieczone podwórka za świeżo odnowionymi murami lub wejrzeli w ponure życie codzienne w komunalnych mieszkaniach, jakie mieściły się w kamienicach o malowniczych, lecz na ogół zapuszczonych fasadach. Ekspresję romantyczną uzyskiwano często po prostu dzięki filmowaniu z odpowiedniej odległości, na przykład z powietrza.

W studium na temat fotografii podróżniczej i przedstawiania ludów egzotycznych Patricia C. Albers i William R. James wskazują trzy główne mechanizmy symboliczne charakteryzujące wyidealizowany świat przedstawień turystycznych, a mianowicie: homogenizację (która polega na tym, że „cechy danego obszaru i jego mieszkańców podciąga się pod stereotypy pewnego panującego modelu kulturowego”), dekontekstualizację (która „polega na umieszczaniu podmiotów etnicznych w kontekstach pozbawionych konkretnego odniesienia w realnie przeżytej historii”) oraz mistyfikację<sup>9</sup>. Mechanizmy homogenizacji oraz dekontekstualizacji są integralną częścią stalinowskiego dogmatu „narodowo w for-

mie, socjalistycznie w treści”, a ich konkretne funkcjonowanie uwidacznia się w większości filmów na temat starówki tallińskiej. Podciąganie pod stereotypy było oczywiście jednym z fundamentalnych mechanizmów realizmu socjalistycznego, który obowiązywał we wszystkich dziedzinach sztuki i owocował, na przykład, pseudoetnograficznymi przedstawieniami ludów wszystkich tak różnych republik Związku Sowieckiego w strojach ludowych (co jest również nieodłącznym elementem zachodniej ikonografii turystycznej) i w otoczeniu archaicznych obiektów kultury materialnej. Tallińska starówka jest kolejnym przykładem działania tego mechanizmu, z tą tylko różnicą, że wytwarzanie stereotypu polega tu na ustawicznym powtarzaniu na pocztówkach, pamiątkach i w filmach tych samych wizerunków budowli historycznych, tych samych szczegółów i widoków. Taka stereotypizacja wiąże się bezpośrednio z dekontekstualizacją, ponieważ przedstawienia starego miasta w filmach widokowych polegają na ogół na pocztówkowych ujęciach starych budynków i innych artefaktów w oderwaniu od ich historii. Ponadto, począwszy od lat szśćdziesiątych, co roku w Tallinie zjawiało się kilka ekip filmowych z „siostrzanych republik” w celu kręcenia własnych filmów kostiumowych, co czyniło z tallińskiej starówki tło oderwanych wydarzeń historycznych, które w rzeczywistości rozegrały się gdzie indziej, i w ten sposób pozbawiało ją autentycznego kontekstu. Takie praktyki przedstawieniowe korespondują blisko z twierdzeniem Wanga, że „turyści widzą zazwyczaj tylko turystyczne widoki i atrakcje, a kontekst społeczny, w którym te atrakcje się pojawiają, jest z reguły ignorowany”, a także z jego uwagą głoszącą, że „turystyczny sposób widzenia jest [...] patrzeniem ahistorycznym [...] i patrzeniem upraszczającym”. Twierdzenia te, podobnie jak teza Albers i Jamesa o dekontekstualizacji, odnoszą się również do uderzającego w filmach widokowych braku autentycznych treści żywego doświadczenia codzienności, właściwej im tendencji do usuwania ludzi z kadru i wykluczania, jak to już wskazałam, smętnej rzeczywistości schowanej za fasadą.

Ten ahistoryczny sposób patrzenia i przedstawiania nasuwa kwestie historii i pamięci. Zgodnie z twierdzeniem Carol Crawshaw i Johna Urry’ego z rozprawy *Tourism nad the Photographic Eye*<sup>10</sup> „turystyka w wielkiej mierze polega na pamięci. Turystyka jest na swój sposób zawłaszczaniem wspomnień innych ludzi”. Zawłaszczanie pamięci, rekonceptualizacja i pisanie na nowo historii innych ludzi było kluczowym momentem „wytwarzania” estońskiego „nurtu średniowiecznego”. Nasuwa to szereg kwestii dotyczących z jednej strony teorii i praktyki ochrony i odnawiania dziedzictwa w ZSRR, a z drugiej stanowisk zajmowanych wobec tych kwestii i tej praktyki w lokalnym dyskursie estońskim.

Główną zasadą radzieckiej ochrony dziedzictwa było „naukowe odnawianie”, które w ogólności oznaczało przywracanie budowlom historycznym pierwotnej postaci i usuwanie późniejszych naleciałości. Ta metoda naukowa miała rzekomo gwarantować odsłonięcie obiektywnej, koniecznie układowej ideologicznie i administracyjnie nadzorowanej „prawdy”, w następstwie czego w rzeczywistości prowadziła do wymazywania pewnych fragmentów historii, a często również do okaleczania zabytków. W przypadku starówki tallińskiej za ów charakter pierwotny uznano rodowód średniowieczny i styl gotycki i takie wyobrażenie utrwaliło się w dyskursie potocznym, mimo że miejscowi konserwatorzy zabytków zwracali uwagę, że choć układ ulic i parceli starego Tallina był rzeczywiście średniowieczny, co w istocie decyduje o naturze starówki, to przeważającym stylem architektonicznym jest klasycyzm, a nie gotyk. Niemniej w kulturze popularnej – w znacznej mierze za sprawą ikonografii obfitości filmów widokowych, a także wizerunku starówki upowszechnianego przez filmy innych gatunków (powstających często, jak już mówiłam, na zamówienie władz moskiewskich) – utrwaliło się wyobrażenie o starym Tallinie jako mieście gotyckim, co w pewien sposób okaleczało rzeczywistość i rekonceptualizowało historię w świadomości po-

tocznej. Dokonywano tego za pomocą stosowania wyżej wspomnianych narzędzi symbolicznych – zasadniczo tożsamy z metodami komercyjnej reklamy turystycznej i zarazem wpisanych w zasady realizmu socjalistycznego. Jednocześnie mechanizmy, które w społeczeństwach kapitalistycznych funkcjonowały w obszarze komercyjnej „turystyki historycznej”<sup>11</sup>, w Związku Sowieckim określały nie tylko sposoby przedstawiania wizualnego, lecz wszystkie w ogóle praktyki ochrony dziedzictwa jako takie. Bodaj najbardziej wymownym tego przykładem jest to, w jaki sposób po obydwu stronach żelaznej kurtyny w miastach uważanych za ośrodki turystyki historycznej zmieniano się znaczenie określonych budowli, a zwłaszcza obiektów sakralnych. W obydwu przypadkach przybytki te traciły związek z wcześniejszymi praktykami życia codziennego i „stawały się przedmiotami spojrzenia turysty”<sup>12</sup>. A choć wiele budowli religijnych „zawsze było także atrakcją dla zwiedzających [...], to zmiany sposobu ich wykorzystywania spowodowały zerwanie ciągłości historycznej”<sup>13</sup>. Takie zerwanie – „muzealizacja” w terminologii Edwarda Relpha<sup>14</sup> – dokonało się również w przypadku starówki tallińskiej, z tym że było o wiele bardziej agresywne, a wiele kościołów literalnie zamieniono w muzea. „Muzealizacja” oznaczała tu wygodną dla nowych władz zmianę funkcji miasta, polegającą na zastąpieniu tradycyjnej powszedniej krzątaniny ludzi zastygłą ekspozycją muzealną. Wymazaniu ulegają stare znaczenia i kody symboliczne, autentyczny sens danego miejsca odchodzi w przeszłość, a ono samo staje się jakimś wszędzie i nigdzie; giną nieuprzedzone reakcje i doświadczenia<sup>15</sup>. Egzemplifikacją tego procesu jest los kościoła św. Mikołaja, który mocno ucierpiał podczas II wojny światowej. Początkowo, zgodnie z wrogią religii polityką sowieckiej Estonii, planowano przekształcić go w muzeum naukowego ateizmu, ale odbudowa bardzo się przeciągała i ostatecznie kościół otworzył na nowo swoje podwoje w 1984 roku jako muzeum sztuki dawnej i sala koncertowa. Chociaż pierwotny zamysł radykalnego wyłączenia tego kościoła z powszedniego użytku nie został urzeczywistniony, niemniej nie odzyskał on pierwotnej funkcji sakralnej. Budowlę tę zepchnięto na margines areny społecznej, w dziedzinę sztuki, która funkcjonowała zgodnie z kanonem realizmu socjalistycznego – „narodowo w formie, socjalistycznie w treści” – i jako taka podlegała, przynajmniej oficjalnie, nadzorowi władz. To, że ów czyniący pewne ustępstwo na rzecz nacjonalizmu dogmat w rzeczywistości nie spełniał zamierzonej funkcji zaworu bezpieczeństwa i że w sytuacji, w której opozycja polityczna była niemożliwa, właśnie w zepchniętej na margines społeczny sferze kultury pojawiły się możliwości opozycji wobec sił panujących, jest zupełnie inną historią. Zgodnie z twierdzeniem Johna Urry’ego, takie przypadki wskazują, że „wszelkiego rodzaju grupy społeczne, instytucje i społeczności [...] rozwijają różnorodne i często sprzeczne praktyki zapamiętywania”<sup>16</sup>.

Muzealizacja wpływała istotnie na sposób przedstawiania starówki tallińskiej w mediach wizualnych i oddziaływała bardzo podobnie na materiały reklamujące turystykę na Zachodzie. „Muzealizacja” pejzażu miejskiego jest w istocie podstawą wskazanych wcześniej tendencji do homogenizacji i dekontekstualizacji oraz tworzenia iluzjonistycznego świata marzeń. To jedna z przyczyn szerzenia się w sferze ikonografii związanej z turystyką fasadowego sposobu przedstawiania, co pociąga za sobą dzielenie pejzażu miejskiego na stereotypowe i wyidealizowane porcje, wypreparowane z organicznej tkanki miasta i oczyszczone z wszelkich śladów codziennego życia, a także nieuchronnego starzenia się i rozpadu.

W przypadku starówki tallińskiej pewnym paradoksem jest, że ludzie rzeczywiście uwierzyli w ten socrealistyczny świat marzeń, chociaż nie mieli żadnych złudzeń w stosunku do wcześniejszych, stalinowskich form kultury socjalistycznej. Najłatwiej uchwytne tego powód polega na tym, że podczas gdy stalinowska kultura wizualna opierała się na jaskrawo fałszywej i bezkontekstowej ikonografii pseudoetnograficznej

oraz irytująco optymistycznych wizjach całkowicie sprzecznych z przygnębiającą rzeczywistością, co urażało boleśnie lokalną wrażliwość kulturalną i ustanawiało jedynie swoiście sowiecki obszar obrazowania, to nowa ikonografia była o wiele subtelniejsza w rejestrze konotacji czysto sowieckich (które zaiste musiały być wręcz niewidoczne). Po drugie, ta nowa ikonografia dotyczyła kwestii niekłamania lokalnych i stwarzała nawet możliwość dowiedzenia się czegoś o historii i tradycjach epoki sprzed brutalnego zerwania ciągłości kulturowej. Wreszcie, co najważniejsze, ten świat marzeń reprezentował pewien paradygmat zachodni jako przeciwstawny tradycjom zwróconym na Wschód (tzn. w kierunku Rosji). I właśnie ten aspekt zachodni okazał się źródłem energii rozsadzających ów system od wewnątrz, ponieważ umożliwiał całkowicie nieortodoksyjne odczytywanie wytwarzanych w nim tekstów. (Warto podkreślić, że trzy republiki bałtyckie uchodziły powszechnie za „sowiecki Zachód”, co oczywiście wpływało na ich wyobrażenie o sobie). Gdy z jednej strony, jak już wskazałam, owe filmy widokowe spełniały wymogi stylistyki realizmu socjalistycznego i zawierały nieodzowne nawiązania do postępowości Związku Sowieckiego, z drugiej – były w nich elementy umożliwiające całkowicie inne ich rozumienie. Przede wszystkim ukazywane w tych filmach obrazy i symbole konsumpcjonizmu były rodnikami interpretacji sprzecznych z systemem sowieckim, ponieważ zgodnie z „oficjalną linią” partii obowiązywała retoryka potępienia „zachodniego materializmu” i zachodniej skłonności do komercjalizacji wszystkiego. Względna obfitość dóbr konsumpcyjnych była z jednej strony mistyfikacją mającą dowodzić „postępowości” Sowietów (ponieważ bardzo wiele z tych filmów pełniło funkcje reklamy turystycznej w krajach zachodnich), z drugiej zaś odrywała realia lokalne od ogólnej sytuacji gospodarczej Związku Sowieckiego – dobra konsumpcyjne, a zwłaszcza niesłychanie wówczas pożądane towary zagraniczne, rzeczywiście były łatwiej dostępne w krajach bałtyckich, które leżały najbliżej „wolnego świata”. I rzecz w tym, że te różnice materialne postrzegano zarazem jako wyraz różnic kulturowych. Staje się to szczególnie uderzające w szerszej skali przestrzennej, jak w przypadku tallińskiej starówki, pięknego i kuszącego, spójnego i kompletnego zespołu urbanistycznego o głębokich (zachodnich) korzeniach historycznych, który jaskrawo odstawał od brudnych, szarych i zimnych, niedbale i nie w pełni zabudowanych, szampańskich sowieckich osiedli mieszkaniowych, pozbawionych korzeni w historii betonowych pomników nomadycznych wartości *homo sovieticus*.

W kontekście tego przeciwstawienia szczególnej wagi nabiera kwestia istoty spojrzenia turysty. Zwłaszcza badacze o nastawieniu fenomenologicznym utrzymują, że w społeczeństwach nowoczesnych ludzie utracili „zaangażowanie praktyczne w stosunku do otoczenia, nie nawiązują już z nim relacji istotnych, lecz ujmują w sposób abstrakcyjny, który zasadniczo jest spojrzeniem turysty”<sup>17</sup>. W nieco innym kontekście podobne spostrzeżenie wysunął John Urry: „To, co nazywam spojrzeniem turysty, w coraz szerszym zakresie splota się z wszelkiego innego rodzaju praktykami społecznymi i kulturowymi, stając się ich nieodłączną częścią. W miarę jak «turystyka» *per se* traci odrębność, prowadzi to do uniwersalizacji spojrzenia turysty – czy chcą tego, czy nie, ludzie przez większość czasu są «turystami». Spojrzenie turysty jest immanentną częścią doświadczenia współczesnego – postmodernizmu”<sup>18</sup>.

W ten sposób spojrzenie turysty staje się szczególnie istotne jako powszechny sposób postrzegania i poznawania świata. W tym kontekście turystyczne przedstawienia tallińskiej starówki uzmysławiają, że pewne podstawowe schematy poznawcze, które następnie generują podobne postawy, praktyki i sposoby obrazowania, są wspólne różnym, a nawet sprzecznym systemom ideologicznym. Przedstawienia te są jeszcze jednym potwierdzeniem często wysuwanego twierdzenia, że Związek Sowiecki wcale nie był tak bardzo różny od swego nominalnego przeciwnika ideologicznego, czyli kapitalistycznego świata zachodnie-

go. To jednak nie unieważnia wieloznacznych, a nawet w pewnym sensie trudno uchwyt-nych negocjacji między niezgodnymi tożsamościami, jakich obszarem były obrazowe przed-stawienia starego miasta, ponieważ, po pierwsze, filmy widokowe i inne gatunki filmowe zawierające przedstawienia, które można podciągnąć pod turystyczny tryb obrazowania, nie były jedynymi formami filmowymi odnoszącymi się do tallińskiej starówki, po drugie zaś, same te filmy operują na różnych poziomach turystyczności i są przejawem różnego stopnia wrażliwości przestrzennej, przez co dowodzą, że nie istnieje pojedyncze spojrzenie turysty, lecz pewna wiązka sposobów doświadczania turystycznego (zob. np. Urry 1990, s. 86; Urry 1992) wyczulonych na otoczenie w zasadniczo różnych aspektach.

Mówiąc ogólnie, sposoby przedstawiania znamienne dla dziedziny wizualnej mar-кетинu turystycznego łączą bliskie powinowactwa z zasadami obrazowania tkwiącymi w głównych założeniach realizmu socjalistycznego. Jedne i drugie wcielają podobne po-stawy wobec przedmiotu przedstawianego, ukazując go często w negatywnych katego-riach homogenizacji, dekontekstualizacji, muzealizacji i tak dalej. Ale nawet w ramach schematów turystycznych można praktykować, a tym samym i wykrywać różne postawy wobec środowiska zabudowanego. W ten sposób motywy starówki tallińskiej z jednej strony były osadzone w realizmie socjalistycznym, „nurt średniowieczny” odzwiercied-łał ideologiczne ambicje władz sowieckich do (re)konstruowania przeszłości, heroizacji terażniejszości i ustanawiania przyszłości, a starówkę wciągnięto w wir przemysłu tury-stycznego i rozrywkowego; ale z drugiej strony pietyzm w stosunku do starego Tallina wypływał także z lokalnych ambicji do odrębności kulturowej. Wzbudzał szczere zaan-gażowanie miejscowych, ponieważ w przeciwieństwie do pustych obietnic szczęśliwej, lecz abstrakcyjnej przyszłości komunistycznej, był bezpośrednio związany ze swojskimi i namacalnymi tematami lokalnymi, zawierał utajony sentyment narodowy i działał na rzecz odnowienia pamięci lokalnej. Ponadto średniowieczna starówka była środowiskiem uderzająco odmiennym od monotonnych nowych dzielnic mieszkalnych, wypełnionych budowlami anonimowymi, seryjnie wytwarzanymi w fabrykach domów.

*Tłumaczył Michał Szczubiatka*

**Artykuł jest zmienioną wersją referatu, który został wygłoszony na międzynarodowej konferencji „CinemArchitecture” (Porto, Portugalia, 7-8 kwiecień 2008 r.).**

**Redakcja pragnie podziękować Autorce za udostępnienie tekstu oraz zgodę na jego tłumaczenie i publikację.**

***Translated and published by the kind permission of Eva Näripea.***

### **Bibliografia**

P.C. Albers, W.R. James, *Travel photography: A methodological approach*, „Annals of Tourism Research” 1988, no. 15, s. 134-158.

G.J. Ashworth, J.E. Tunbridge, *The tourist-historic city: Retrospect and prospect of managing the heritage city*, Pergamon, Amsterdam 2000.

J.G. Carrier, *Mind, gaze and engagement: Understanding the environment*, „Journal of Material Culture” 2003, no. 8(1), s. 5-23.

C. Crawshaw, J. Urry, *Tourism and the photographic eye*, [w:] *Touring cultures: Transformations of travel and theory*, red. Ch. Rojek, J. Urry, London, New York 1997, s. 176-195.

S.S. Fainstein, D.R. Judd, *Cities as places to play*, [w:] *The tourist city*, red. R.D. Judd, S.S. Fainstein, New Haven, London 1999, s. 261-272.



- M. Foucault, *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, tłum. T. Komendant, Warszawa 1998.
- D.R. Hall, *Tourism and economic development in Eastern Europe and the Soviet Union*, London, New York, Toronto 1991.
- M. Heidegger, *Budować, mieszkać, myśleć*, tłum. K. Michalski, [w:] idem, *Budować, mieszkać, myśleć*, Warszawa 1977.
- M. Heidegger, *...poetycko mieszka człowiek...*, tłum. J. Mizera, [w:] idem, *Odczyty i rozprawy*, Warszawa 2008.
- D.M. Hummon, *Tourist worlds: Tourist advertising, ritual, and American culture*, „The Sociological Quarterly” 1988, no. 29(2), s. 179-202.
- P. Kenez, *Cinema and soviet society from the revolution to the death of Stalin*, London, New York 2001.
- P. Linnap, *Pictorial Estonia*, [w:] *Kohb ja paik / Place and location: Studies in environmental aesthetics and semiotics 3. Proceedings of the Estonian Academy of Arts 14*, red. V. Sarapik, K. Tüür, Tallinn, s. 433-443.
- Ch. Norberg-Schulz, *Genius loci: Towards a phenomenology of architecture*, Rizzoli, New York 1984.
- E. Relph, *Place and placelessness*, London 1986.
- E. Tode, *Border state*, Evanston 2000.
- J. Urry, *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*, London 1990.
- J. Urry, *The tourist gaze “revisited”*, „American Behavioral Scientist” 1992, no. 36(2), s. 172-186.
- N. Wang, *Tourism and modernity: A sociological analysis*, Pergamon, Amsterdam 2000.

## Przypisy

<sup>1</sup> E. Tode, *Border state*, Evanston 2000.

<sup>2</sup> W sowieckim kinie estońskim „nurt średniowieczny” wyrażał się w szerokim zakresie gatunków i form filmowych, z których nie wszystkie znajdują adekwatne odpowiedniki terminologiczne w języku angielskim. Ogólny termin „film widokowy” (*vaatefilm*) daje się tylko częściowo i powierzchownie objaśnić za pomocą takich wyrażań angielskich jak *travel film* (film z podróży), *travelogue* (film podróżniczy) lub *scenic* (film pejzażowy), ponieważ wszystkie filmy widokowe o starówce tallińskiej były dziełami miejscowych na miejscowy temat, podczas gdy *travel film*, *travelogue* lub *scenic* odnoszą się z reguły do filmów kręconych za granicą, w dalekich krajach przez ludzi obcych w stosunku do filmowanego miejsca. Zarazem wszystkie te terminy są o tyle równoznaczne, o ile wyrażają (czego nie muszą robić) turystyczną świadomość danego miejsca. W rzeczy samej bardzo wiele estońskich filmów widokowych w okresie sowieckim powstawało na zlecenie centralnych władz moskiewskich, wobec czego musiało spełniać oczekiwania tych władz co do sposobów ukazywania krajobrazu miejskiego i elementów, które należało podkreślić. W ten sposób filmy widokowe upodobią się do filmu podróżniczego czy pejzażowego za sprawą swego rodzaju perspektywy kolonialnej (choć kolonializm zachodni na Wschodzie różni się pod wieloma zasadniczymi względami od zależności między Związkiem Sowieckim i jego republikami).

Jak już wspomniałam, wyrażenie „film widokowy” jest nazwą-workiem i mogło również oznaczać filmy przypominające nieco tak zwane symfonie miejskie lub przynajmniej mające pewne cechy charakterystyczne tego gatunku (zwłaszcza schemat narracyjny „od świtu do zmierzchu”). Co więcej, istniały terminy pokrewne tej kategorii (lub raczej jej podkategorie), takie jak „film zlecony” (*tellimusfilm*, co oczywiście znaczyło, że dany film nie został zainicjowany przez producenta i mógł niekiedy wyrażać obce mu stanowiska), „film reklamowy” (*reklaamfilm*, co wskazywało na bezpośredni zamiysł propagandowy), „film wystawowy” (*stendifilm*, co sugerowało prezentowanie go na festiwalach ogólnozwiązkowych lub zagranicznych, a także wydźwięk propagandowy), a nawet „film pocztówkowy” (*suveniirfilm*). W niektórych przypadkach filmy te nazywano po prostu filmami dokumentalnymi lub krótkimi, przy czym terminy te odnoszono zwłaszcza do obrazów lepszych warsztatowo, wyższej jakości i bardziej skomplikowanych dramaturgicznie lub nawet kontrowersyjnych ideologicznie.

Poza filmami widokowymi „nurt średniowieczny” zaznaczył się w licznych krótkich filmach rewiowych, obejmujących szereg luźno związanych numerów muzycznych i tanecznych (filmy takie produkowano głównie w Telefilm). Wreszcie tallińska starówka, zwłaszcza w okresie 1969-1972, była tłem akcji wielu estońskich (sowieckich) pełnometrażowych filmów fabularnych, w tym dwóch musicali, dwóch przygodowych filmów kostiumowych, jednego kostiumowego dramatu psychologicznego i jednego „czarnego” dreszczowca (przy czym fabuł produkowano raptem trzy rocznie!).

<sup>3</sup> M. Foucault, *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, tłum. T. Komendant, Warszawa 1998, s. 28-29.

- <sup>4</sup> D.R. Hall, *Tourism and economic development in Eastern Europe and the Soviet Union*, London, New York, Toronto 1991, s. 37, 81.
- <sup>5</sup> P. Linnap, *Pictorial Estonia*, [w:] *Koht ja paik / Place and location: Studies in environmental aesthetics and semiotics 3. Proceedings of the Estonian Academy of Arts 14*, red. V. Sarapik, K. Tüür, Tallinn, s. 436.
- <sup>6</sup> J. Urry, *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*, London 1990, s. 3; Zob. także: D.M. Hummon, *Tourist worlds: Tourist advertising, ritual, and American culture*, „The Sociological Quarterly” 1988, no. 29 (2), s. 179; N. Wang, *Tourism and modernity: A sociological analysis*, Pergamon, Amsterdam 2000, s. 165.
- <sup>7</sup> Cyt. za: P. Kenez, *Cinema and soviet society from the revolution to the death of Stalin*, London, New York 2001, s. 143.
- <sup>8</sup> N. Wang, *Tourism and modernity: A sociological analysis*, Pergamon, Amsterdam 2000, s. 165.
- <sup>9</sup> P.C. Albers, W.R. James, *Travel photography: A methodological approach*, „Annals of Tourism Research” 1988, no.15, s. 154-155.
- <sup>10</sup> C. Crawshaw, J. Urry, *Tourism and the photographic eye*, [w:] *Touring cultures: Transformations of travel and theory*, red. Ch. Rojek, J. Urry, London, New York 1997, s. 179.
- <sup>11</sup> G.J. Ashworth, J.E. Tunbridge, *The tourist-historic city: Retrospect and prospect of managing the heritage city*, Pergamon, Amsterdam 2000.
- <sup>12</sup> S.S. Fainstein, D.R. Judd (1999), *Cities as places to play*, [w:] *The tourist city*, red. R.D. Judd, S.S. Fainstein, New Haven, London 1999, s. 264.
- <sup>13</sup> Ibidem.
- <sup>14</sup> E. Relph, *Place and placelessness*, London 1986, s. 18.
- <sup>15</sup> Ibidem, s. 80.
- <sup>16</sup> J. Urry, *The tourist gaze “revisited”*, „American Behavioral Scientist” 1992, no. 36 (2), s. 185.
- <sup>17</sup> J.G. Carrier, *Mind, gaze and engagement: Understanding the environment*, „Journal of Material Culture” 2003, no. 8 (1), s. 6. Zob. także: E. Relph, *Place and placelessness*, op. cit., s. 80-87; Ch. Norberg-Schulz, *Genius loci: Towards a phenomenology of architecture*, Rizzoli, New York 1984; M. Heidegger, *Budować, mieszkać, myśleć*, tłum. K. Michalski, [w:] M. Heidegger, *Budować, mieszkać, myśleć*, Warszawa 1977; M. Heidegger, *...poetycko mieszka człowiek...*, tłum. J. Mizera, [w:] M. Heidegger, *Odczyty i rozprawy*, Warszawa 2008.
- <sup>18</sup> J. Urry, *The tourist gaze...*, op. cit., s. 82.

## Summary

This essay looks at a series of touristic shorts, the so-called scenics released during the 1960s and 1970s by the two Soviet Estonian film studios, Tallinnfilm and Eesti Telefilm (Estonian Television Film). The films concentrate on the picturesque environment of Tallinn's Old Town – the oldest part of the city presenting a well-preserved medieval milieu. The representations of the Old Town, as well as its architectural features, has always been an important arena for negotiations between conflicting ideologies and (national) identities, evoking complex issues of power, resistance and adaptation. In the 1960s, the Old Town and the broader subject of medieval heritage became extraordinarily topical for both the academic circles and mass culture, inspiring an extensive array of visual and literary texts. This somewhat nostalgic and romantic “medieval trend” materialized in countless articles of consumer goods, numerous interior designs and in a whole range of motion pictures. The aim of this essay is to give an overview of the modes of representation of the Old Town's cityscape and landmarks, arguing that although resistance to the Soviet cultural discourse in terms of national identity was absolutely central in the field of heritage protection, which was a major force behind the initial emergence of this “medieval trend”, in the sphere of popular culture the dominant currents seemed to be more connected with the espousal of the Soviet-style cultural inclinations. Perhaps it is even appropriate to suggest that this was, in fact, a clever strategy of the Soviet powers that be to assimilate the occupied nation, essentially in a similar vein to the Stalinist oppressive politics, yet with much more refined methods. On the other hand, even in film – the most rigidly controlled art form – the signs of certain cautious but fundamental tactical inversions of the dominating order are also clearly discernible.