

**Sebastian Jakub Konefal\***

**MIĘDZY UTOPIĄ TURYZMU  
A ANTYUTOPIĄ NIEAUTENTYCZNOŚCI.  
TRZY FILMOWE PODRÓŻE PO ISLANDII<sup>1</sup>**

Kino drogi jest gatunkiem filmowym, związanym z amerykańskim przełomem kontrkulturowym końca lat 60. XX wieku, który balansował pomiędzy kontestowaniem *American way of life* a ukrytym umacnianiem systemu kapitalistycznego. Islandzkie kino drogi korzysta z elementów semantycznych i syntaktycznych, wykorzystywanych w produkcjach z USA, nasycając je cechami narodowymi i transnarodowymi. Dzięki nasyconej ironią postmodernistycznej perspektywie filmy, takie jak *Blossi/810551* Júlíusa Kempa, *Cold Fever* Fridrika Fridrikssona i *Back Soon* Sólveig Anspach mogą być odczytywane jako audiowizualne zaproszenia do zapoznania się z wykreowanym dla potrzeb przemysłu turystycznego utopijnym obrazem Islandii. Jednak przy dokładniejszej lekturze produkcje te można również za teksty kultury próbujące ów nieautentyczny obraz dekonstruować.

Słowa kluczowe: socjologia turystyki, utopia, dystonia, Islandia, kino drogi

**1. PODRÓŻ PIERWSZA: DYSTOPIA ZANIKAJĄCEJ TOŻSAMOŚCI**

Tytuł nakręconego w 1997 roku filmu Júlíusa Kempa *Blossi/810551* odnosi się do numeru telefonu jego głównej bohaterki, zaś w podtytule zawiera dopisek „Islandia jutro”. Ów dopisek ma ścisły związek z tematyką obrazu, krytykującą wartości pokolenia nazwanego przez media generacją X<sup>2</sup>. I choć Peter Cowie, jedyny anglojęzyczny monografista islandzkiej kinematografii, ze względu na obecny w filmie motyw nadużywania narkotyków porównuje *Blossi* do nakręconego rok wcześniej szkockiego *Trainspotting* Danny’ego Boyle’a, to islandzki obraz jest znacznie bliższy wideoklipowej poetyce produkcji pokroju *Doom Generation* Gregga Arakiego (1995). Co więcej, w odróżnieniu od dziejącego się głównie w Edynburgu, a więc miejskiego charakteru *Trainspotting*, film J. Kempa gatunkowo przynależy do kina drogi, wyraźnie odwołując się do amerykańskich obrazów

\* Uniwersytet Gdański; sebastian.konefal@ug.edu.pl.

<sup>1</sup> Artykuł powstał dzięki wsparciu udzielonemu przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię, poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego w ramach Funduszu Stypendialnego i Szkoleniowego.

<sup>2</sup> Termin ten rozpropagował w swojej książce *Generacja X* pochodzący z Kanady pisarz Douglas Coupland (patrz: D. Coupland, *Pokolenie X: opowieści na czasy przyspieszającej kultury*, przeł. Jan Rybicki, Warszawa 2008).

o podróżujących po bezdrożach parach przestępców reprezentujących antywartości młodego pokolenia. W szybkich, teledyskowo zmontowanych kadrach filmu reprezentują je narkotyki, alkohol, seks, muzyka, komiksy, filmy animowane oraz gry wideo. Co więcej, jeżeli film Boyle'a jest kontrowersyjną medytacją nad rolą różnych form konsumpcyjnego podejścia do życia, a obraz Arakiego można odebrać jako ironiczny antyportret jałowej egzystencji pokolenia grunge, to Blossi J. Kempa okazuje się produkcją o wymowie antyamerykańskiej i antynowoczesnej. Wykształcony w artystycznej szkole w Wielkiej Brytanii reżyser jest zresztą konsekwentny w swoim reinterpretacyjnym flirtowaniu z amerykańskimi wpływami kina gatunków na kulturę islandzką. Brulionową efemeryczność jego stylu można już wyraźnie odczuć w debiutanckiej, inspirowanej Kempem i kinem niezależnym *Tapecie* z 1992 roku, ironicznie prezentującej subkulturowe fascynacje młodych wyspiarzy. Natomiast w swoim najnowszym obrazie *Reykjavik Whale Watching Massacre* (2009) autor Blossi sięgnął z kolei do formy *slaschera*, krwawej odmiany amerykańskiego horroru, z sukcesem adaptując jego poetykę do islandzkich warunków. W gatunkowych kliszach wszystkich trzech filmów łatwo dostrzec charakterystyczną dla islandzkiej kultury *Heiße Liebe*, którą mieszkańcy wyspy darzą oddalone od ich kraju o cztery godziny lotu Stany Zjednoczone. Obecna w wielu przejawach artystycznej ekspresji mieszanka niechęci i fascynacji Ameryką wiąże się z historycznym dziedzictwem ojczyzny sag. Ukształtowana w XIX wieku tożsamość narodowa kraju, choć ściśle związana z obrazowaniem zapożyczonym z rozkwitającego wówczas niemieckiego nacjonalizmu, ma również wiele cech wspólnych właśnie z mitem pogranicza. Amerykański socjolog, Richard F. Thompson, w swojej książce *Iceland: the First New Society* udowadnia, że to właśnie obywatele USA jako pierwsi stworzyli struktury społeczne, których cechy najczęściej przypisywane są głównie anglosaskim kulturom Ameryki Północnej, Australii i Nowej Zelandii (Thompson 1980: 3–30). Analizowane przez Thompsona paralele pomiędzy cechami Amerykanów i Islandczyków wykorzystuje również Stefán Ólafsson w swoim tekście *The Identity of Icelanders – Scandinavian or American?* (Ólafsson 2003). Autor zauważa, iż nowe społeczeństwa łączą wrośnięte w ich korzenie doświadczenia pierwszych osadników.

Charakteryzują je takie cechy i wartości jak: silne poczucie indywidualizmu, duży nacisk na samopomoc i niezależność, awersja do scentralizowanej władzy, niechęć do podatków i duży nacisk na idee równościowe oraz raczej nieobecność rygorystycznych podziałów na klasy społeczne. Nowe społeczeństwa są populistyczne, często surowe w obejściu i zorientowane materialistycznie<sup>3</sup> (Ólafsson 2003: 1).

Podkreślić należy również wagę protestanckiej perspektywy, która zarówno w przypadku Ameryki, jak i Islandii (łączącej luteranizm z elementami dawnych religii animistycznych), umacniała związki bezlitosnej, ale i pięknej, nieskażonej kulturą natury z wyjątkowością cech kraju oraz twardym charakterem zamieszkujących go ludzi.

Strategie romantyzowania nacjonalistycznych symboli, przejęte z XIX-wiecznych niemieckich nurtów narodowościowych, pomogły Islandczykom wzmocnić podwaliny własnej tożsamości i odróżnić kulturowo podległą królestwu Danii wyspę. Autorzy nacjonalistycznej

---

<sup>3</sup> Wszystkie teksty anglojęzyczne oraz filmowe dialogi wykorzystane w artykule pozostają w tłumaczeniu autora.

poezji z dumą wyrażali się o swoim narodzie, podkreślając przekonanie, iż jako jedyny zachował on niezmienny od wieków język oraz stworzył podwaliny kultury skandynawskiej, dzięki tchnięciu życia w pełne mitologicznych symboli sagi (Karlsson 1980: 77–89).

Również kino, stawiające swoje pierwsze kroki na początku XX wieku, zostało zaprzęgnięte do roli propagatora idei wyjątkowości kraju, zgodnie z nacjonalistycznym dyskursem prezentując Islandię jako odległą krainę zamieszkałą przez zdrowych i dobrych ludzi, w której szczęście można uzyskać żyjąc bogobojnie i zgodnie z prawami natury. Björn Ægir Norðfjörð, opisując początki kinematografii w swej ojczyźnie, zauważa podobieństwa w prezentowaniu Islandii we wczesnych filmach duńskiego dokumentalisty Petera Petersena, do nacjonalistycznie zorientowanej poetyki niemieckiego Kulturfilmu:

Podjęcie islandzkich pionierów kinematografii nie różniło się zbyt od sposobu obrazowania Petersena. Jego prace mogą być postrzegane jako prekursorskie dla tzw. „islandzkiego filmu” (...), którego tematem było państwo. Tak postrzegany narodowy gatunek, przeżywający okres swojej świetności w latach 20. i 30. XX wieku, miał wiele wspólnego z niemieckim Kulturfilmem, opisywanym przez Sabine Hanke jako „forma dokumentalizmu połączona z wyidealizowanymi obrazami natury, kraju i jego mieszkańców”. (Norðfjörð 2010: 61).

Jak zauważa Anne Byrdon w swoim tekście *Whale-siting: Spatiality In Icelandic Nationality*, obrazowanie tego typu będzie powracać w szczególnie ważnych dla Islandii momentach (Byrdon 1996: 38–39), nadając patosu dyskusjom o ważnych narodowych kwestiach takich jak uzyskanie niepodległości w roku 1944, obecność na wyspie w latach 1941–2005 amerykańskiej armii (i związane z nią niebezpieczeństwo wpływów obcej kultury) i podsycając żarliwość trwającego wiele lat sporu z innymi krajami atlantyckimi o prawa do połowu dorszów i zabijania wielorybów. Znamienne, że nawet współcześnie perspektywa narodowa nadal niekiedy wykorzystuje ksenofobiczne oskarżenia obcych wpływów o psucie nieskażonego islandzkiego społeczeństwa. Jej wyraźną obecność odnaleźć można zarówno w klasycznych produkcjach filmowych z lat 50., jak i w retoryce medialnych debat z końca ubiegłego wieku dotyczących m.in. przemocy domowej, narkomanii, wzrostu ilości przestępstw, czy pojawienia się na wyspie nosicieli wirusa HIV. Są to oczywiste problemy nowoczesności, z którymi przechodzący radykalne reformy i przeżywający gospodarczy *boom* kraj musiał się zmierzyć w czasie otwierania się na świat. Medialnymi kozłami ofiarnymi, oskarżanymi o kalandrię czystości kraju, stali się emigranci i turyści. Magnús Einarsson w swoim tekście *Wandering Semioticians: Tourism and Image of Modern Iceland* zauważa związki retoryki nacjonalistycznej z przemysłem turystycznym:

Islandczycy są zaabsorbowani własnym wizerunkiem. Równocześnie jednak mają ambiwalentny stosunek do turystyki i turystów oraz ich relacji ze środowiskiem naturalnym. Romantyczna ideologia nacjonalistyczna ukazywała islandzką naturę, podobnie jak tamtejszy język i ludzi, jako czystych, nieskażonych. Natomiast obcokrajowcy postrzegani byli z definicji jako nieczyści. Dziś Islandczycy debatują o tym, czy turyści potrafią pojąć prawdziwy charakter ich kraju” (Einarsson 1996: 216).

Obcymi we własnym kraju, nie do końca mogącymi zrozumieć jego charakter, są również bohaterowie filmu J. Kempa. Robbi i Stella nie tylko odstają od reszty społeczeństwa swoim wyglądem (*piercing*, nietypowe ubrania i fryzury), lecz również nie czują się z nim

tożsamościowo związani. Zanurzeni w hedonistycznej konsumpcji przedstawiciele islandzkiej generacji X zdają sobie jednak sprawę ze swojej nieautentyczności. Ironiczne deklaracje tejże świadomości padają w przesyconych banalnością i infantyлизmem stwierdzeniach, takich jak np. „masz piękne oczy / używam szkieł koloryzujących” czy „jakim zwierzęciem chciałabyś być? / jelonkiem Bambi”. Nieautentyczność zachowań Stelli i Robbiego widać w scenach, gdzie ich postawy zostają skonstrastowane z pięknem i prostotą natury, której bohaterowie zdają się zupełnie nie dostrzegać. Jedynym miejscem zwracającym ich uwagę jest księżycowy pejzaż krateru wulkanu w fikcyjnej miejscowości Inferno. Jednak nawet semantyczną pustkę tego miejsca skwitują lakonicznym i zapożyczonym z obcego języka stwierdzeniem *cool*. Nie tylko pejzaż nie oferuje bohaterom żadnych znaczeń. Również ich wyprawa to dzieło przypadku, a nie przemyślanej decyzji. Filmowa podróż jest więc antytezą większości eskapad z amerykańskiego *road movie*. Młodzi bohaterowie nie wybierają się w drogę, aby uciec od dystopijnego porządku nowoczesności. Nie pragną również szukać swojej drogi życia ani odnaleźć zagubionej duszy kraju, jak miało to miejsce w przypadku motocyklowej wyprawy z ikony kina drogi, filmu *Easy Rider* (1969) Dennisa Hoppera. Barbara Klinger w artykule *The Road to Dystopia. Landscaping the Nation In "Easy Rider"* rozwija tezy z analizy Angeli Miller dotyczące „nadawania nacjonalizmowi organicznych fundamentów, zakorzeniających go w geografii kontynentu” (Klinger 1997:187). Praca B. Klinger ukazuje, jak za pomocą inspirowanych romantycznymi wizjami obrazów i fotografii (m.in. z czasopisma „National Geographic”) film D. Hoppera dekonstruuje amerykański mit pogranicza, zderzając go z dystopijną percepcją pogrobowców kontrkultury. Jeżeli jednak obraz D. Hoppera zawiera w sobie ambiwalentne treści związane z wpisywaniem w dyskurs narodowy przestrzeni natury, to w produkcji J. Kempa przestrzeń w Baudrillardowskim rozumieniu „wyprano ze znaczeń” (Baudrillard 1998: 166–167). Wyczerpanie się wzorca inicjacyjnego fabuły kina drogi i absurdalne przetwarzanie jego pierwotnych treści przez handlujący autentycznością i oryginalnością doświadczenia przemysł turystyczny świetnie komentuje spiker z radiowej audycji słuchanej przez bohaterów w czasie podróży skradzionym samochodem. Prowadzący ją mężczyzna przybliży słuchaczom brawurowy projekt pewnego śmiałka, który postanowił objechać Islandię autem, prowadząc swój pojazd jedynie na wstecznym biegu<sup>4</sup>. W filmie J. Kempa idea podróży nie jest żadną wartością, a wyszukiwanie nowych, oryginalnych dróg doświadczenia autentyczności ukazano jako czynność absurdalną i bezsensowną. Również zakończenie filmu podkreśla ten fakt, nie dając się wpisać w inicjacyjny charakter kina drogi. Finał podróży oznacza bowiem kres przypadkowego romansu bohaterów. W ich życiu nie następuje jednak żadna radykalna zmiana. Jedynym pozytywnym efektem wypadu za miasto jest kolejny przymusowy odwyk osadzonego w więzieniu za kradzież samochodu Robbiego. Bohaterów *Blossi* nie można również wpisać w antynomiczne kategorie turysty i włóczęgi Zygmunta Baumana. Nie są turystami szukającymi coraz nowych wrażeń, nie należą również do włóczęgów kontestujących reguły spojrzenia turystycznego, lecz skrycie marzących o możliwości dostąpienia udziału w jego konsumpcji.

<sup>4</sup> Podstawowym problemem większości dyskusji dotyczących idei objechania wyspy zbudowaną pod koniec lat 80. drogą narodową nr 1 jest dylemat, czy objechać kraj zgodnie z ruchem wskazówek zegara, czy też ze wschodu na zachód.

## 2. PODRÓŻ DRUGA: GORZKI SMAK TURYSTYCZNEJ UTOPII

Zderzenie utopijnego romantyzowania obrazów kształtujących tożsamość narodową Islandczyków z percepcją z zewnątrz jest również tematem filmu *Cold Fever* (1994) Fridrika Thora Fridrikssona. Jego bohater, Japończyk imieniem Hirata, marzy o podróży w tropiki, jednak ostatecznie zamiast wakacji na Hawajach wybiera wyprawę do Islandii. Jedzie tam, aby dopełnić rytuałów żałobnych, które zapewnią wieczny spokój duszom jego zmarłych na wyspie rodziców. Turystyczna perspektywa filmu co chwilę lawiruje pomiędzy utopijnym, egzotycznym postrzeganiem ojczyzny sag, a dowcipną reinterpretacją stereotypów odsłaniającą ich groteskowy wymiar.

Już pierwsze chwile obecności bohatera na wyspie zderzają spojrzenie turystyczne z surrealistycznie zaprezentowaną rzeczywistością. Niesforny Japończyk zostaje bowiem przez pomyłkę wciągnięty do autobusu jadącego do jednej z najczęściej reklamowanych atrakcji turystycznych Islandii. Jest nim ośrodek „Błękitna Laguna”, miejsce łączące w swoim statusie ontycznym charakter autentyzmu natury z „ulepszającą” ją działalnością człowieka. Naturalnie powstały zbiornik z pochodzącą z podziemnych źródeł gorącą wodą przekształcono w park rekreacji i odnowy biologicznej. Można w nim skorzystać z kulinarnych rozkoszy, oczyścić duszę w saunie oraz odmłodzić i wykurować ciało dzięki regenerującym właściwościom wydobywanej tu glinki. Dziwaczne zderzenie sztuczności z dyskursem siły i piękna natury odnajdziemy w scenie prezentacji błękitnej laguny, w której kamera demonstruje widzom moczających się w jej gorących wodach turystów. Z idylliczną wizją puryfikującej rozrywki skonstrastowano bowiem niepokojąco dystopijne ujęcia dymiących w oddali kominów ciepłowni, przetwarzającej energię geotermalną dla konsumpcyjnych potrzeb pobliskiego miasteczka Keflavik.

Magnus Einarsson w cytowanym już tu tekście zauważa ideologiczno-komercyjne uwikłanie tekstów kultury reklamujących lagunę, która według niego:

(...) reprezentuje przynajmniej trzy poziomy znaczeń dla turystów: naturę i środowisko, historię i technologię oraz rekreację i treści egzystencjalne (*existencial meanings*). Poziomy te podkreślają wizerunek kraju, w którym siły przyrody zostały ujarzmione za pomocą technologii, aby służyć ludziom w ich poszukiwaniach zdrowia, przyjemności i wypoczynku (Einarsson 1996: 224–225).

Tym samym cechy te ulegają przeniesieniu na zbiorowy obraz Islandczyków, ukazujący ich jako ludzi z respektem wykorzystujących prawa natury dla własnych potrzeb. Znamienne, że w filmie F.T. Fridrikssona podkreślono groteskowość samej idei błękitnej laguny nie tylko w warstwie obrazowej, lecz również dekonstruując jej status ontyczny z lingwistycznej perspektywy. Efekt surrealistycznego komizmu osiągnięto poprzez kontrastowe zestawienie egzotycznej, kojarzącej się z tropikami nazwy miejsca<sup>5</sup> z jego prawdziwym charakterem – sztucznego artefaktu, którego funkcjonowanie w dodatku nieco nadrealnie ukazano w czasie rozświetlanych jedynie płatkami śniegu mroków islandzkiej zimy. Dla pragnącego jak najszybciej dostać się w dzikie ostępy interioru bohatera miejscowe spa nie reprezentuje wartości turystycznej, lecz okazuje się pierwszą z pseudoinicjacyjnych

---

<sup>5</sup> *Błękitna laguna* to także tytuł filmu z 1980 roku Randal Kleisera, wykorzystującego utopijne konotacje tropikalnych wysp.

przeszkód, dziwacznym odpowiednikiem Baudrillardowskiego Disneylandu (Baudrillard 2005: 19–20), gdzie zamiast Myszkki Miki napotkać można gadulskiego taksówkarza<sup>6</sup>. Zafascynowany swoją ojczyzną mężczyzna, który zgodził się zawieźć bohatera do Reykjavíku, roztacza przed podróżnikiem utopijną wizję kraju, nie bez dumy wyznając, że żyją w nim najpiękniejsi, najsilniejsi, najdzielniejsi i najbardziej czytani ludzie. Znamienne, że przedstawiona przez kierowcę taksówki wyidealizowana wizja społeczeństwa islandzkiego nie jest jedynie humorystycznym żartem, pochodzi bowiem ze zhiperbolizowanego dla potrzeb filmu dyskursu z kierowanymi do obcokrajowców przewodnikami turystycznymi i książkami, których dobrym przykładem są *Islandczycy* Sigurðura A. Magnússona. Dzieło Magnússona prezentuje upozowane fotografie ukazujące m.in. czytających po pracy literaturę piękną rybaków oraz sprzęgnięte z nimi opisy wychwalające potencjał intelektualny małego kraju, piękno jego obywateli<sup>7</sup> oraz siłę mężczyźni, reprezentowaną medialnie przez wieloletniego mistrza świata strongmanów Jóna Pállu Sigmarssona, który podkreślał podczas swoich występów islandzkie korzenie. Autentyczność tego typu obrazowania poddaje wątpliwości Gunnar Karlsson w swojej *Historii Islandii*. Autor uważa, że jeżdżący japońskimi jeepami i wychowani wśród betonu i szkła Islandczycy XXI wieku wcale nie czują się już potomkami wikingów, dzielnie stojącymi na straży liczącej sobie ponad tysiąc lat kultury nordyckiej. Taki status nadają im jedynie turyści, którzy bezrefleksyjnie przyjmują wykreowaną dla potrzeb przemysłu turystycznego wizję kraju jako ojczyznę sag i odległego rezerwatu nieskażonej natury i kultury (Karlsson 2000: 361–362). Podobnie jak F. Fridriksson, G. Karlsson próbuje demitologizować wyidealizowane obrazy islandzkości, rozprawiając się w swojej pracy m.in. z obecnością w rozprawie S.A. Magnússona wizji wyspiarzy prezentującą ich jako zapalonych bibliofilów i literatów. Oczywiście autor *Historii Islandii* nie neguje wartości sag, lecz zauważa np., że teksty powstałe od XV do XVIII wieku „rzadko kiedy wykraczały powyżej ówczesnych standardów”, zaś nadal kochana w kraju poezja romantyczna jego zdaniem nie prezentuje niczego, czego nie można by znaleźć w XIX-wiecznej twórczości z zagranicy (Karlsson 2000: 362). Bibliofilską pasję swoich krajan G. Karlsson traktuje natomiast jako wyraz snobizmu podsyconego przez narodowy dyskurs oraz sprzęgnięte z nim zabiegi marketingowe, które zaczęto wykorzystywać od czasu przyznania Nagrody Nobla Haraldowi Laxnessowi<sup>8</sup>. Niestety, bez odpowiednio pogłębionych badań antropologiczno-socjologicznych trudno jednoznacznie orzec, czy tak skrajnie antytradycjonalistyczne nastawienie kilku zajmujących się kulturą współczesną Islandczyków jest rzeczywiście wiążące. Wróćmy zatem do dekonstrukcji spojrzenia turystycznego z filmu F. Fridrikssona. Zirytowany dziwactwami taksówkarza bohater postanawia w końcu dotrzeć do stolicy autostopem. Ostatni etap po-

<sup>6</sup> Z groteskowym charakterem antyutopii spod znaku *Procesu* Kafki można natomiast powiązać językowe uwięzienie głównego bohatera na wyspie, pytanego ciągle przez Islandczyków, „czy mówi po angielsku?” i zmuszanego do opowiadania, „jak mu się podoba Islandia”. Hirata, jak większość Japończyków, nie potrafi wypowiedzieć poprawnie wielu islandzkich nazw, ponieważ spółgłoska „r” w ustach przybysza zamienia się na „l”, tym samym przekształcając stolicę wyspy w komicznie brzmiący również dla Polaków „Lejkjavik”.

<sup>7</sup> Reprezentantki Islandii trzykrotnie zdobyły tytuł Miss World, po raz pierwszy w roku 1985, następnie w 1987 oraz 2005.

<sup>8</sup> Zdaniem G. Karlssona przyznanie Nagrody Nobla Laxnessowi w 1955 roku miało charakter polityczny i łączyło się z pochwałą Szwedów antyamerykańskich przekonań pisarza.

dróży do Reykjavíku odbywa „na pace” ciężarówka wraz z męskim chórem. Sypiący śnieg i zimny, zacinający wiatr zdają się nie przeszkadzać towarzyszącym Hiracie mężczyznom. Co więcej, waleczni chórzyści wyśpiewują specjalnie dla obcokrajowca reprezentacyjne fragmenty repertuaru pieśni narodowych. To kolejny, ukazany w krzywym zwierciadle, a wspierany przez przemysł turystyczny stereotyp, ukazujący Islandczyków jako naród, w którym prawie każdy, od najmłodszych lat uczony jest miłości do muzyki, śpiewu oraz gry na instrumentach. Także następne zderzenie z islandzkim mitem okaże się przesiąknięte nieautentycznością. Hirata kupuje dokładnie taki sam samochód, jakim wyruszył w swoją podróż do pełnej neopogańskich cudów wioski bohater filmowej adaptacji powieści Halldóra Laxnessa *Probstwo pod lodowcem*. Miejsce akcji powieści i nakręconego na jej podstawie filmu jest satyrycznie ukazaną religijną utopią, w której tajemnicze postaci kobiece są orędowniczkami duchowego porządku cudownego królestwa matki góry. Nie wiadomo, czy Hirata zna fabułę książki H. Laxnessa lub wyreżyserowanej przez córkę pisarza kinowej adaptacji tekstu. Za to na pewno ulega nadprzyrodzonemu urokowi właścicielki auta, nieuczciwie sprzedającej mu nieodpowiedni do dalekiej podróży pojazd, który stanie się przyczyną wielu dalszych kłopotów. Wątek feralnego zakupu podważa kilka elementów nie tylko turystycznego postrzegania Islandii, lecz również nadal popularnych na wyspie, a wyraźnie zestereotypizowanych, wizerunków idealnej kobiecości. Po pierwsze, nieuczciwa sprzedawczyni swoim zachowaniem poddaje w wątpliwość nacjonalistyczny wizerunek nieczepnego cywilizacji narodu. Natomiast paranormalny marketing, który skutecznie wykorzystuje bohaterka, aby oszukać Hiratę, ośmiesza obecną w islandzkiej kulturze figurę *fljallkonan*, prezentowanej w XIX-wiecznych wierszach i malarstwie jako personifikacja wyidealizowanych cech kraju: cnotliwości, mądrości oraz duchowej siły matki góry, nacjonalistycznego symbolu, przez którego romantyczną perspektywę zaczęto później postrzegać islandzką kobiecość.

Inga Dóra Björnsdóttir w swoim tekście *They had different mother: the central configuration of Icelandic national discourse* zauważa, że:

(...) w islandzkim dyskursie nacjonalistycznym kobiety były uważane za osoby pozostające bliżej natury niż mężczyźni (...). Fakt ten nie stawiał ich jednak w gorszej pozycji (...), jako że idea kobiecości uosabiała, ale i kontrolowała podstawowe źródła męskiego życia, ducha, tożsamości i władzy politycznej (Björnsdóttir 1998: 98).

Właścicielka samochodu uwodzi Japończyka, odwołując się właśnie do modelu uduchowionej, lecz potrafiącej również sterować mężczyznami Islandki, mówiąc: „Istnieje silne psychiczne połączenie pomiędzy nami. Czy tego nie czujesz?” W chwilę później do głosu dochodzą jednak interesy: „Potrzebujesz samochodu. Nie byle jakiego samochodu. Potrzebujesz mojego samochodu”. Zaś po prezentacji starego Citroëna kobieta znów odwołuje się do nadprzyrodzonych sił: „Czy nie czujesz psychicznego przyciągania?” Tym samym bohater staje się właścicielem kiepskiego, ale obdarzonego symbolicznym bagażem znaczeń pojazdu. Znamienne, że planując swoją podróż, Hirata nie wybiera najbardziej popularnego sposobu objechania wyspy drogą narodową nr 1, lecz próbuje się przedrzeć przez jej środek, co zimą, bez terenowego pojazdu, wydaje się misją niemal samobójczą. Nic więc dziwnego, że lekkomyślny Japończyk sam staje się atrakcją

turystyczną dla napotykanym po drodze autochtonów. Co ciekawe, część z nich ukazano również jako osoby skażone spojrzeniem turystycznym. Najlepszym tego dowodem jest scena pogrzebu, w czasie którego biorący udział w ceremonii żałobnicy pragną zrobić sobie zdjęcie z obcokrajowcem. Film F. Fridrikssona wykorzystuje również inne elementy pejzażu semiotycznego, mającego reklamować unikalność kraju wykreowanego przez przemysł turystyczny. Nocleg w hotelu Saga, zwiedzanie lodowej laguny Jökulsárlón, czy przejażdżka słynnymi islandzkimi kucami po interiorze to doświadczenia, których dostać może każdy turysta wybierając się na zwykłą wycieczkę autokarową. Filmowa wyspa staje się tym samym wcieleniem idei *simulacrum* Jeana Baudrillarda, obrazem obrazu, będącym hiperrealnym odtworzeniem stworzonego dla potrzeb przemysłu rozrywkowego katalogu atrakcji i osobliwości (Urry 2007: 236). W taki sposób postrzegają Islandię także przedstawiciele innego Baudrillardowskiego imperium symulacji – Ameryki. Pojawiająca się w filmie para zwariowanych autostopowiczów z USA kieruje się w życiu percepcją opartą na spojrzeniu turystycznym oraz medialnych kliszach<sup>9</sup>. Dlatego właśnie Jack i Jill przywitają Hiratę jedynym znanym sobie japońskim słowem (*arigato*), a punktem porozumienia z obcym okaże się stwierdzenie, że lepiej było wybrać się na Hawaje, bo przecież „wszyscy kochają Hawaje”. W jednej z filmowych dyskusji Amerykanin zażarcie broni egzotycznego statusu wyspy, nie zdając sobie sprawy, że używa doprowadzonych do granic absurdu turystycznych sloganów. Bohater udowadnia Hiracie, że Hawaje są zatłoczone, zaś Islandia oferuje dokładnie te same atrakcje, co gorący archipelag, bowiem również i tu są wulkany oraz ocean. W chwilę później poszukujący w swoich podróżach autentyzmu autostopowicz zaprezentuje Japończykowi romantyzującą wizję życia na farmie, po czym bezproblemowo przejdzie do perspektywy kolektywnego turysty, wpadając na pomysł założenia ośrodka dla narciarzy, co tylko potwierdza tezę Johna Urry’ego, że pomiędzy szukającym autentyzmu podróżnikiem, a spojrzeniem turysty w czasach ponowoczesności nie ma już semantycznej przepaści (Urry 2007: 237–238).

Ukoronowaniem dowcipnej dekonstrukcji wizji kraju, ukazującej go jako ziszczenie ekoturystycznej utopii, jest jeden z ostatnich przystanków w podróży Japończyka. Jest nim mała wioska, której mieszkańcy identyfikują się z amerykańską kulturą *country*, uważając swoją osadę za „kwaterę główną islandzkich kowbojów”<sup>10</sup>. Kolejne spotkanie z autochtonami będzie oczywiście pretekstem do ironicznej prezentacji specyfiki islandzkich potraw (z gotowaną baranią głową na czele) oraz wychwalania mocy lokalnego alkoholu o wdzięcznej nazwie *Brennivín*, reklamowanego w filmie jako typowo islandzki napitek i nazywany przez wyspiarzy pieszczotliwie „czarną śmiercią”<sup>11</sup>. I tylko bohater odgrywany przez Gíslię Halldórssona, aktora znanego z wcześniejszych produkcji F. Fridrikssona: *Dzieci natury* (1992) i *Wyspy diabła* (1996), okaże się ostatnim autentycznym Islandczy-

<sup>9</sup> Spotkanie z Jill i Jackiem będzie dla Hiraty kolejną niemiłą przygodą. Zgodnie z prawami gatunkowych konwencji amerykańscy bohaterowie obrabują bowiem stację benzynową i ukradną auto głównego bohatera.

<sup>10</sup> To kolejny element autotematyczny w filmie F. Fridrikssona odnoszący się do jego dokumentalnego obrazu *Kowboje północy* (1984), który prezentuje festiwal muzyki *country*, odbywający się w małej islandzkiej miejscowości.

<sup>11</sup> Następnym intertekstualnym nawiązaniem do historii kina islandzkiego jest scena islandzkich zapasów. Po raz pierwszy utrwalono je na taśmie cellulidowej w filmie dokumentalnym *Iceland In Living Pictures* Lofura Gudmundssona z 1925 roku.



kiem i zabierze Hiratę do miejsca, gdzie zginęli jego przodkowie. Zakończenie filmu, w którym bohater odprawia pogrzebową ceremonię za dusze rodziców, niesie ze sobą poważną wymowę. Niechętny tradycji i niechętny Japonii Hirata wyrusza do kraju uznawanego za ostoje naturalności, aby zderzyć się z wszechobecnym spojrzeniem turystycznym i (paradoksalnie!) odnaleźć autentyczność własnych korzeni.

### 3. PODRÓŻ OSTANIA: UCIECZKA Z UTOPII

*Back Soon* (2008) Sólveig Anspach można również gatunkowo przyporządkować do kategorii kina drogi, podobnie jak *Cold Fever*, wykorzystującego poetykę spojrzenia z zewnątrz. W fabule filmu pojawiają się aż trzy osoby pochodzące spoza Islandii. Pierwszą z nich jest odwiedzający główną bohaterkę (handlującą marihuaną poetkę Annę) francuski student piszący pracę naukową o jej twórczości. Druga postać zza granicy to próbujący się skontaktować z synem Anny jego pochodzący z Ameryki ojciec. Trzecią osobą okaże się zaś żarliwie religijna dziewczyna z Irlandii, która przyjechała na wyspę odwiedzić w lokalnym więzieniu swojego narzeczonego. Zwłaszcza niecodzienne przygody Francuza i Irlandki mają za zadanie zaprezentować widzom Islandię jako kraj egzotycznych dziwaków, dobrze czujących się w swoim towarzystwie i otwartych na inność. Podczas gdy Anna w towarzystwie zagranicznych gości odbywa rajd po okolicznych bezdrożach, w jej domu gromadzą się spragnieni nowych dostaw narkotyku klienci przedstawiający intrygujący przekrój społeczny. Zwolennikiem odurzania się marihuaną jest cierpiący na bóle brzucha starszy mężczyzna będący znanym poetą. Narkotyku używa również ceniony chirurg, buńczuczny młody raper oraz jeżdżąca śmieciarką korpulentna dziewczyna. Wszyscy znajomi Anny, podobnie jak ona, ukazani są w filmie jako osoby nietuzinkowe, zaś zagęszczenie artystów<sup>12</sup> okupujących dom poetki wręcz sugeruje, że mała wyspa oparła swą gospodarkę na kultywowaniu różnych form sztuki, a nie na przemyśle rybnym. Tym dziwniejsze wydają się, będące osnową turystycznej części filmu, próby przeprowadzenia przez bohaterkę ostatniej wielkiej transakcji, która umożliwi jej wyjazd z kraju nazywanym przez nią „Alcatraz Północy”. „Nie wiem, co złego zrobili wikingowie, że tu wylądowali”, stwierdza w jednej z początkowych scen filmu Anna, zaś pod koniec fabuły widzimy, że charyzmatyczna poetka postanawia wyjechać wraz ze swoimi synami na Jamajkę. Protagonistka realizuje tym samym eskapistyczne marzenia prawdopodobnie najbardziej rozpoznawalnego filmowego bohatera kinematografii islandzkiej, albinosa Noiego z filmu *Noi Albinoi* (2003), Dagura Kári, śniącego o wyjeździe na tropikalne Hawaje<sup>13</sup>.

Film S. Anspach łączy dwie odmienne perspektywy turystycznego spojrzenia. Pierwsza z nich, obecna między innymi w *Cold Fever* F. Fridrikssona, jest skupiona na idei niemożności odkrycia autentycznej Islandii jedynie poprzez eksplorację jej walorów krajobrazowych oraz wchodzenie w niepogłębione relacje z autochtonami. Drugi rodzaj

---

<sup>12</sup> W kilku rolach w filmie pojawiają się autentyczni reprezentanci kulturalnego świata Reykjavíku.

<sup>13</sup> Znamienne, że postaci z obu filmów zdają się na łut przypadku, który sprawia, że wybierają wyspę reprezentującą odwrotność klimatyczną ich kraju.

turyzmu nacechowany jest marketingowo przetworzoną wizją kraju, prezentującą go jako utopię wiecznej zabawy, szacunku dla sztuki oraz odmienności i niezależności. Najbardziej reprezentatywnym przykładem tego typu postrzegania charakteru wyspy jest sposób ukazania beztroskiego życia stolicy z innej wizytówki islandzkiego kina, filmu *101 Reykjavik* (2000) Baltasara Kormákura. Obraz ten prezentuje jedyne duże islandzkie miasto z transnarodowej perspektywy, portretując je jako epicentrum ponowoczesnego ducha wyspy. Reykjavik jest tu miejscem, które swoim multikulturalizmem desygnuje odmieniony przez zderzenie z nowoczesnością kraj. Główny bohater nie ma zamiaru uciekać, ponieważ jest on dla niego esencją wszystkiego, co najlepsze i najgorsze w społeczeństwie konsumpcyjnym<sup>14</sup>. Natomiast film S. Anspach prezentuje wypadkową obu wizji Islandii. *Back Soon* pełni rolę wizualnego zaproszenia do zapoznania się zarówno z lokalnym, jak i transnarodowym charakterem ojczyzny sag, zaś używając niekiedy nazbyt wyidealizowanej perspektywy uświadamia widzom, że oglądają jedynie obraz obrazu kraju, cellulidowe symulakrum, o którego utopijnym statusie marzą zarówno autochtoni, jak i odwiedzający go turyści. Tym samym mityczny ostatni ląd nawet w ponowoczesności zachowuje swój fantazmatyczny charakter, który z takim zachwytem opiewali odwiedzający go pierwsi podróżnicy. Kinowe produkcje dokonujące na różne sposoby dekonstrukcji nierealności filmowych obrazów współczesnej ultima Thule są natomiast wyrazem ścierania się utopijnych wizji z poddającymi je wątpliwości procesami ponowoczesności.

## BIBLIOGRAFIA

- Baudrillard, Jean. 1998. *Ameryka*, Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Baudrillard, Jean. 2005. *Symulakry i symulacja*, Warszawa: Wydawnictwo Sic!,
- Björnsdóttir, Inga Dóra. 1998. *They had a different mother: the central configuration of Icelandic national discourse*, w: Drude von der Fehr, Anna Jonasdóttir i Bente Rosenbeck (ed.), *Is There A Nordic Feminism?: Nordic Feminist Thought On Culture And Society*, London–New York: Routledge.
- Brydon, Anne. 1996. *Whale-Siting: Spatiality in Icelandic Nationalism, Images of Contemporary Iceland: everyday lives and global contexts*, Iowa City: University of Iowa Press, s. 25–45.
- Coupland, Douglas. 2008. *Pokolenie X: opowieści na czasy przyspieszającej kultury*, Warszawa: G+J Gruner+Jahr Polska.
- Einarsson, Magnus. 1996. *The Wandering Semioticians: Tourism and the Image of Modern Iceland*, w: Gísli Pálsson i Paul E. Durrenberger (ed.), *Images of Contemporary Iceland: everyday lives and global contexts*, Iowa City: University of Iowa Press, s. 215–235.
- Gillis, John R. 2004. *Islands of the Mind. How the Human Imagination Created the Atlantic World*, New York: Palgrave Macmillan.

---

<sup>14</sup> Główny bohater filmu uważa, że nie ma sensu wybierać się do innych odległych miejsc, skoro wszystkiego o nich można dowiedzieć się z Internetu.

- Karlsson, Gunnar. 1980. *Icelandic Nationalism and the Inspiration of History*, w: Rosalind Mitchison (ed.), *The Roots of Nationalism: Studies in Northern Europe*, Edinburgh: Donald, s. 77–89.
- Karlsson, Gunnar. 2000. *Iceland's 1100 years: the history of a marginal society*, London: C. Hurst & Co. Publishers
- Kjartansdóttir, Katla. 2009. *Remote, Raugh and Romantic: Contemporary Images of Iceland in Visual, Oral and Textual Narrations*, w: Sverrir Jakobsson (ed.), *Images of the North: histories – identities – ideas*, Amsterdam–New York: Rodopi, s. 271–280.
- Klinger, Barbara. 1997. *The Road to Dystopia. Landscaping the Nation In Easy Rider*, w: Steven Cohan i Ina Hark (eds.), *The Road Movie Book*, London–New York: Routledge, s.179–203.
- Magnússon, Sigurður A. 1990. *The Icelanders*, Reykjavík: Forskot.
- Nordfjörð, Björn Ógir. 2010. *Dagur Kari's Noi the albino*, Seattle: University of Washington Press.
- Ólafsson, Stefán. 2003. *The Identity of Icelanders – Scandinavian or American?*, "Scandinavian Review", [www.borg.hi.is/IcelandID.pdf](http://www.borg.hi.is/IcelandID.pdf)
- Schram, Kristinn. 2009. *The Wild Wild North: The Narrative Cultures of Image Construction in Media and Everyday Life*, w: Sverrir Jakobsson (red.), *Images of the North: histories – identities – ideas*, Amsterdam–New York: Rodopi, s. 249–260.
- Thompson, Richard. 1980. *Iceland: the First New Society*, Reykjavík: Iceland Review.
- Urry, John. 2007. *Spojrzzenie turysty*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

BETWEEN UTOPIAN TOURISM GAZE AND DYSTOPIAN INAUTENTICITY:  
THREE ROAD MOVIES ABOUT ICELAND

The road movie is a genre associated with the American counterculture breakthrough of the late sixties, which both criticised the „American way of life” and in a sophisticated way also strengthened the capitalistic system. Icelandic road movie uses the semantics and syntactic known from the American productions by combining them with national and transnational components. Marked by irony, the postmodern perspective of such movies as Júlíus Kemp's *Blossi/810551*, Fridrik Fridriksson's *Cold Fever* and Sólveig Anspach's *Back Soon* may be read as a visual invitation to get acquainted with the touristic utopian image of Iceland. However, the close reading of these productions can also indicate that they may be regarded as cultural texts that attempt to deconstruct the inauthentic images of the utopian island.

Key words: sociology of tourism, utopia, dystopia, Iceland, road movies