

# Osobiste podróże do wyobrażonej Ameryki Mrągowa

Author: Anna Duda

PL ISSN 1429-0618; e-ISSN: 2719-6526

DOI: <https://doi.org/10.23858/JUE23.2025.003>

<https://rcin.org.pl/dlibra/publication/294762>

Jak cytować:

*Duda, A. (2025). Osobiste podróże do wyobrażonej Ameryki Mrągowa. Journal of Urban Ethnology, 23(2025), 45–58. <https://doi.org/10.23858/JUE23.2025.003>*

Anna Duda  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9902-7929>  
Uniwersytet Jagielloński  
Instytut Studiów Międzykulturowych

## Osobiste podróże do wyobrażonej Ameryki Mrągowo

### Personal journeys to the imagined America of Mrągowo

#### Abstract

This article aims to explore the festival heritage of Mrągowo, which since the 1980s has contributed to shaping an image of an “imagined America”. Using concepts from the anthropology of tourism, particularly Visiting Friends and Relatives (VFR) tourism, the study examines journeys to a “personal city” – a space linked to individual memories of a specific historical reality. Mrągowo’s version of America is also interpreted as an “imagined homeland” – a vision of freedom longed for by the citizens of the People’s Republic of Poland at the time. The analysis considers both physical travels, in the form of tourist visits, and symbolic journeys, as during festival days the city’s residents immerse themselves in a different, imagined space. To answer the research questions, qualitative methods were used, including in-depth interviews and a semiotic analysis of Mrągowo’s urban landscape.

**Keywords:** VFR tourism, festival heritage, imagined America, Mrągowo

#### Abstrakt

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na dziedzictwo festiwalowe Mrągowo, które od lat 80. XX w. pielęgnuje obraz tzw. Ameryki wyobrażonej. Odwołując się do zagadnień teoretycznych antropologii turystyki ze szczególnym uwzględnieniem turystyki VFR, artykuł ukazuje podróże do tzw. miasta osobistego, osadzonego we wspomnieniach określonej rzeczywistości. Ponadto Ameryka Mrągowo ujęta jest w metaforyczne ramy „wyobrażonej ojczyzny” – ojczyzny wolnej, której tak bardzo wówczas pragnęli obywatele PRL-u. Uwzględnione są zatem podróże w znaczeniu dosłownym – przyjazdy turystyczne, jak i metaforyczne podróże mieszkańców Mrągowo, którzy również w trakcie dni festiwalowych przynoszą się do zupełnie innej, bo wyobrażonej przestrzeni. W celu uzyskania odpowiedzi na postawione pytania badawcze przeprowadzono badania jakościowe – wywiady swobodne pogłębione oraz analizę semiotyczną mrągowskiej przestrzeni.

**Słowa kluczowe:** turystyka VFR, dziedzictwo festiwalowe, Ameryka wyobrażona, Mrągowo

Odebrano / Received: 28.02.2025

Zaakceptowano / Accepted: 04.09.2025

(...) miasta dzielą się na dwa inne rodzaje: na te, które poprzez lata i przemiany nadal narzucają pragnieniom własną formę, i na te, w których pragnienia bądź zdołają zatrzeć kształt miasta, bądź kształt miasta je zaciera.

(Italo Calvino, *Niewidzialne miasta*)

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na dziedzictwo festiwalowe Mrągowa, które od lat 80. XX w. pielęgnuje obraz tzw. Ameryki wyobrażonej jako kraju nieograniczonych możliwości i wolności. Współcześnie wizja ta stanowi źródło wielu kontrowersji, jednak jednocześnie jest ona gwarantem ciągłości tradycji Międzynarodowego Pikniku *Country & Folk*. Badania terenowe odsłoniły wielopłaszczyznowość problemu badawczego, wynikającego właśnie z licznych dysonansów pojawiających się w (re)interpretacji tego dziedzictwa. W związku z powyższym niniejszy tekst zostanie zawężony do turystyki *VFR* (*Visiting Friends and Relatives* – Odwiedziny Przyjaciół i Krewnych<sup>1</sup>), przez pryzmat której ukazana zostanie perspektywa osób, dla których festiwal ten jest jedną z głównych wakacyjnych destynacji od kilkadziesiątu lat. W dni festiwalowe jednak do wyobrażonej Ameryki podróżują nie tylko stricte zjeżdżający z całej Polski turyści, ale również mieszkańcy Mrągowa, którzy także czują się w tym czasie wyjątkowo, niczym w innej rzeczywistości geograficznej. Ciepła, rodzinna, swojska atmosfera wokół mrągowskiego amfiteatru pozwala ująć niniejszą przestrzeń w ramy miasta osobistego. Jak pisze Andrzej Majer: „Charakterystyka miasta osobistego nie pretenduje także do generalizacji, jest bowiem osadzona we wspomnieniach określonej rzeczywistości, której dziedzictwo i codzienność są subiektywnie odtwarzane” (2015: 11).

Narracja wokół Mrągowa oraz Międzynarodowego Pikniku *Country & Folk* zmieniła się wraz ze zmieniającą się rzeczywistością geopolityczną. W latach 80. XX w. festiwal był fenomenem na skalę ogólnopolską. W dobie PRL-u muzyczna przestrzeń Mrągowa nawiązująca do wolnej Ameryki nie tylko była ucieczką przed komunistyczną rzeczywistością, ale także wyrazem buntu. Powiewająca flaga USA, podarte koszule i kowbojki stały się znakiem rozpoznawczym festiwalu. Nad całym miastem unosiła się mieszanek zachodnich dźwięków – przede wszystkim muzyka *country*, ale także utwory Janis Joplin, The Beatles, The Rolling Stones itp. Po 1989 r. wydarzenie zaczęło się komercjalizować, w dużej mierze za sprawą transmisji telewizyjnych. Przez hasła wolnościowe i dźwięki Zachodu zaczęło chwilami przebijać się *disco-polo*. Oczywiście utwory te nie zdominowały Pikniku, zakorzenionego przede wszystkim w muzyce *country*, jednak, jak podkreślali ówczesni dziennikarze na łamach „Gazety Olsztyńskiej” czy „Gazety Warmii i Mazur” – mniej więcej w latach 90. XX w. atmosfera festiwalu radykalnie zaczęła się zmieniać, co zresztą również potwierdzają mieszkańcy Mrągowa i stali bywalcy. Znaczenie festiwalu zaczęło stopniowo maleć, co wywołało nostalgię

<sup>1</sup> W dalszej części pracy angielszczyzny termin *tourism VFR* stosowany będzie w tłumaczeniu polskim jako turystyka OPK.

(Prayag i Chiappa 2020) za atmosferą towarzyszącą jego pierwszym edycjom, a wraz z nią sentyment do czasów młodości.

Pomimo kulturowej zmiany, od samego początku festiwal miał i nadal ma wiernych fanów, którzy przyjeżdżają do Mrągowa od 43 lat. Czekają na ten jedyny moment w roku, kiedy zakładają kapelusz kowbojski i ruszają w stronę miejsca, które stało się ich własnym miastem – mikropolis (Majer 2015), do której prowadzą wszystkie drogi<sup>2</sup>.



Fot. 1. Mrągowo, symbol narodowy USA w przestrzeni publicznej.

Fot. Anna Nowakowska, 2022.

Celem niniejszego artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie: Jakie czynniki sprawiły, że Mrągowo jest dziś dla stałych bywalców festiwalu „małą ojczyzną”, do której powracają i dlaczego Jaszczurcza Góra<sup>3</sup> stała się ich drugim domem? Dlaczego wyobrażona Ameryka jest im tak bliska i dlaczego tak bardzo bronią jej nieskazitelnego obrazu?

<sup>2</sup> Utwór Cezarego Makiewicza „Wszystkie drogi prowadzą do Mrągowa” jest nieoficjalnym hymnem Pikniku *Country*.

<sup>3</sup> Przestrzeń namiotowa w pobliżu amfiteatru, gdzie odbywają się koncerty.

## Perspektywa badawcza

W artykule podsumowującym 50 lat antropologii turystyki Nelson Graburn (2024), jeden z pionierów tej subdyscypliny, wskazał na ogromną rolę, jaką odgrywa *tourism VFR* (turystyka OPK). Polega ona na ponownym odwiedzeniu społeczności, z której się pochodzi, aby utrzymać kontakt z rodziną i przyjaciółmi z młodszych lat. Inne formy obejmują odwiedzanie miejsc pochodzenia rodziców lub przodków oraz podróżowanie do miejsc budzących skojarzenia z rodzinnymi stronami (Graburn 2024).

Sabine Marschall zwraca uwagę, że wyrażenie opisujące turystykę jako „wyjazd z domu i powrót” obecnie przestało mieć swoje odzwierciedlenie w rzeczywistości. Wynika to z pewnych komplikacji, które obecnie niesie ze sobą pojęcie „domu” w kontekście globalizacji, zwiększonej mobilności czy migracji. Jak zauważa, obywatele świata mogą mieć kilka domów: domy wakacyjne, domy o charakterze symbolicznym lub zupełny brak stałego miejsca zamieszkania (Marschall 2017). Motywacje turystyczne w tym przypadku mogą być powodowane chęcią powrotu do korzeni, napędzane tęsknotą i poczuciem nostalgii. Są to jednak nie tylko powroty do ojczyzny prawdziwej, ale także tej symbolicznej lub wyobrażonej. Warto tu zwrócić uwagę na etymologię angielskiego słowa ojczyzna, tj. *homeland*, łączącego w sobie słowa „dom” i „ziemia”. W kontekście tematu niniejszego artykułu wyobrażona Ameryka Mrągowa ujęta zostanie w metaforyczne ramy *imagined homeland*. W latach 80. XX w. miała być to bowiem namiastka ojczyzny, jakiej pragnęli Polacy, festiwalowicze zjeżdżający się z całej Polski, celebrujący mit amerykańskiego *road trip* na wzór bohaterów Kerouaca z książki „W drodze”, poszukujących esencji prawdziwej wolności.

Turystyka OPK, jak sama nazwa wskazuje, odnosi się jednak głównie do relacji pomiędzy ludźmi. To rodzaj turystyki, gdzie motorem napędowym jest tęsknota za przyjaciółmi lub rodziną, których nie widzi się na co dzień, tęsknota za atmosferą, przeszłością, młodością i wreszcie tęsknota za miejscem – miastem osobistym. Drugim domem, gdzie człowiek czuje się swojsko i naturalnie. Duyvendak (2011) używa wręcz pojęcia *home as heaven* (dom jako niebo), wskazując na sferę prywatną człowieka odzwierciedlającą strefę komfortu i prawdziwe poczucie bezpieczeństwa. Nelson Graburn w tym kontekście nawiązuje do japońskiego określenia: *furusato mairi* czyli „powrotna pielgrzymka do dawnej wioski [rodzinnej społeczności]”. Jest to spojrzenie na tego typu sentymentalne podróże z perspektywy uświęconej (Graburn 2011), jako wkroczenie w przestrzeń, która dla powracających ma szczególne znaczenie i często liminalny charakter (Andrews i Roberts 2012; Sharpley 2022).

Na przestrzeń festiwalową należy więc patrzeć przez pryzmat aksjonormatywnych wymiarów (Dostlieva *et al.* 2022), gdzie przyjęte wartości wpływają na politykę kulturalną, społeczne dyskursy oraz strategie promocyjne. W przypadku mrągowskiego festiwalu niewątpliwie zostały one zakorzenione w koncepcie tzw. Ameryki wyobrażonej (Anderson 1991; Szymkowska-Bartyzel 2015), odwołującym się nie tyle do prawdziwego obrazu Stanów Zjednoczonych, ile do wyidealizowanego konstruktu

kulturowego, opartego na mitach, stereotypach i popkulturze. Jak zauważa Jolanta Szymkowska-Bartyzel: „Ameryka wyobrażona” jest zawsze atrakcyjna, zawsze kusząca, jest to – jak nazwał ją Dick Hebdige – „Ameryka mityczna”, w której nie ma miejsca na amerykańskie slamsy, nietolerancję, rasizm czy bezduszny kapitalizm” (2015: 28).

W kontekście antropologii turystyki koncept Ameryki wyobrażonej należy niewątpliwie odnieść do pojęcia tzw. turystycznej wyobraźni (Gravari-Barbas i Graburn 2016). Jonathan Culler nazywa turystów „armią semiotyków” (1981), którzy biorą czynny udział w tzw. tworzeniu mitu miejsca (*myth place-making*) (Selwyn 1996; Crouch *et al.* 2005; Banaszkiwicz i Duda 2019) lub też inaczej miejsc wyobraźni (*lieux d’imagination*) (Reijnders 2011). Wyobraźnia turystyczna znajduje swoje odzwierciedlenie w tzw. „spojrzeniu turysty”, a tym samym w zachowaniach performatywnych (Urry i Larsen 2011) oraz w postaci symulakrycznych przestrzeni tworzonych przez organizatorów turystyki (Gravari-Barbas *et al.* 2020).

## Metodologia

Przeprowadzone badania miały charakter multimodalny. Za pomocą fotografii zarejestrowana została przestrzeń miejska oraz zachowania performatywne festiwalowiczów (turystów i mieszkańców). Profesjonalny dyktafon posłużył rejestracji dźwięków festiwalu. Za pomocą tego narzędzia przeprowadzona została również sonda uliczna. Ponadto telefonem komórkowym zostały nagrane filmiki, aby następnie móc dokładniej odtworzyć przestrzeń pod względem wizualnym. Przeprowadzone zostały również wywiady swobodne z „kantrowcami”<sup>4</sup>, mieszkańcami oraz organizatorami. Badania zostały przeprowadzone w ciągu trzech edycji festiwalu, w latach 2021–2023. W niniejszym artykule wykorzystane zostaną jedynie fragmenty wywiadów odnoszące się bezpośrednio do stałych bywalców Pikniku, jak i mieszkańców, którzy mają szczególnie, emocjonalny stosunek do przestrzeni festiwalowej. W ten sposób zarysowany zostanie ich stosunek do miasta osobistego.

Za pomocą fotografii niektóre z wypowiedzi zostaną zobrazowane, aby ukazać koloryt wydarzenia. Ponadto, w niektórych przypadkach przeprowadzona zostanie analiza semiotyczna zdjęcia, pozwalająca odczytać przestrzeń nie tylko pod kątem emocjonalnym, ale również symbolicznym. Tym samym dokonana zostanie denotacja i konotacja (Barthes 2008) zdjęcia, czyli dosłowne znaczenie znaku oraz to bardziej skonwencjonalizowane. Jak jednak podkreśla Elżbieta Wiącek: „Pojęcia >denotacja< i >konotacja< są więc narzędziami analizy przydatnymi nie do tego, by wyróżniać

<sup>4</sup> Kantrowcy to miłośnicy muzyki *country* w Polsce, którzy sami określają się tym mianem, podkreślając swoje przywiązanie do wartości, stylu i atmosfery charakterystycznych dla kultury amerykańskiego Południa. Kantrowcy wyróżniają się specyficznym stylem ubioru (kapelusze, koszule w kratę, kowbojki, dżinsy, frędzle), nierzadko zamiłowaniem do tańca liniowego i spotkań na festiwalach *country*.

konteksty, w których ideologia jest w języku obecna bądź nieobecna, lecz by wyróżniać poziomy, na których przecinają się ideologie i dyskursy” (2015: 45).

Bardzo bogaty materiał fotograficzny skatalogowany został według następujących kategorii: przestrzeń festiwalowa, przestrzeń miejska, przestrzeń parku rozrywki. Oczywiście niektóre z kategorii się na siebie nakładały, wówczas istotne było *punctum* zdjęcia, czyli w myśl Rolanda Barthesa element fotografii, który „wybiega ze sceny jak strzała i przeszywa” (2008:51). Badacz porównuje *punctum* do użądlenia, jest to coś, co często w niewytłumaczalny sposób przykuwa naszą uwagę. Jak zauważa Gillian Rose:

(...) semiolodzy wybierają te obrazy, które wydają im się najbardziej ciekawe pod względem konceptualnym. (...) Semiologia przyjmuje zatem bardzo często postać szczegółowych studiów przypadku niewielkiej liczby obrazów, a siła (lub słabość) tych prac wynika raczej z ich analitycznej spójności i ciekawej interpretacji, niż z możliwości zastosowania tej metody do szerokiego spektrum materiału (2015: 106).

### **Mrągowska Ameryka wyobrażona jako miasto osobiste**

W Mrągowie tak naprawdę są dwie „Ameryki wyobrażone” – pierwsza trwa nieprzerwanie od lat 80. XX w. To Ameryka pierwszych edycji festiwalu, która dziś wywołuje nostalgię – to „Ameryka walcząca”, „Ameryka mityczna”, zakorzeniona głęboko w sercach ówczesnych obywateli Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. Ta Ameryka została zdominowana dziś przez kategorię sentymentalizacji. Według Waldemara Kuligowskiego: „oznacza to powroty do emocji i uczuć, czasem zapośredniczone przez ponowne doświadczenie obecności w jakimś konkretnym istotnym niegdyś miejscu” (2015: 36). Druga Ameryka to stworzenie Mrongoville, parku tematycznego na wzór XIX-wiecznej wioski Dzikiego Zachodu. Przestrzeń ta jednak nie wzbudza emocjonalnego przywiązania i pozostaje jedynie rekonstrukcją wyobrazonego mitu. Mrongoville było próbą stworzenia hiperrzeczywistej przestrzeni (Baudrillard 2005). Aby jednak taka symulacja mogła się powieść, musi być bardziej „realna” niż sama rzeczywistość – intensywniejsza, pełniejsza, sugestywniejsza. W tym przypadku ten warunek nie został spełniony. Symulacja pozostała wtórna, nieprzekonująca – i jako taka została odrzucona.

W dobie PRL-u metaforą wymarzonej ojczyzny i wolności stała się Ameryka. Przestrzeń Pikniku *Country* miała w wizjonerski sposób pokazywać Polskę. Początkowo uczestnicy koncentrowali się na przyszłości, pełni nadziei i oczekiwań. Obecnie ich uwaga skupia się na przeszłości, a przedmiotem refleksji staje się minione doświadczenie. Przewrotnie można zaryzykować stwierdzenie, że kantrowcy nie tyle odwołują się do wytworów kultury amerykańskiej, ile ich corocznym celem jest odtworzenie wyjątkowej atmosfery pierwszych edycji, czasów trudnych, ale w których „było o co walczyć i w których wszyscy byli młodzi”.

Pierwsza Ameryka to Ameryka osobista. Festiwalowicze, w tym także muzycy, przyjeżdżają do Mrągowa, które bardzo dobrze znają. Nierzadko podkreślają walory

miejsca wynikające z mazurskiego krajobrazu, jednak to, co jest najbardziej istotne, to atmosfera. Jeden z respondentów mówi:

W większych miastach człowiek jest bardziej wyobcowany, a tu już jest inny świat. Tu ludzie przyjeżdżają i wszyscy są tacy jacyś uprzejmi dla siebie. Wszyscy się uśmiechają. (...) Cały czas będę wracał do tego, że ludzie tworzą ten klimat. (...) Coś jest w powietrzu, pieron wie co to jest.

Tę właśnie atmosferę podkreślają respondenci, zauważając, że nawet jeżeli w samym amfiteatrze „nic się nie będzie działo” – nie będzie *stricte* festiwalu muzycznego, „to i tak ludzie będą się zjeżdżali i jak co roku ustawiali namioty na Jaszczurczej Górze”.



Fot. 2. Mrągowo, zestawienie symboli narodowych – polskich i amerykańskich.  
Fot. Anna Nowakowska, 2022.

W semiotycznej perspektywie fotografia 2 uwydatnia jeszcze inną, bardziej kontrowersyjną specyfikę przestrzeni pola namiotowego na Jaszczurczej Górze. Na pierwszym planie widnieje dwóch mężczyzn ubranych na czarno. Jeden z nich ma na plecach symbol polskiego orła oraz kowbojski kapelusz. Mężczyźni zmierzają w stronę namiotów oraz samochodu pomalowanego w barwy flagi Konfederacji. Interpretując konotacje tego zdjęcia w kontekście lokalnym, a więc w specyfice Mrągowa, symbolika flagi Konfederacji może być odczytywana na różne sposoby. Często stanowi wyraz prawicowych lub nacjonalistycznych przekonań. Wśród młodszych odbiorców budzi jednak kontrowersje i ma pejoratywne konotacje związane z dyskryminacją oraz rasizmem. W przypadku stałych bywalców pola namiotowego nie zawsze oznacza postawy

nacjonalistyczne. Część z nich odwołuje się raczej do symboliki amerykańskiego Południa, gdzie narodziła się muzyka *country*; dla innych jest znakiem buntu i niezależności charakterystycznym dla lat 80. XX wieku. Są również tacy, którzy traktują ją na równi z flagą amerykańską, nie zastanawiając się nad jej głębszym znaczeniem.

Podczas gdy o uczestnictwie w innych festiwalach muzycznych decyduje najczęściej program wydarzenia, w przypadku Pikniku *Country* najważniejsze stają się dziś relacje społeczne – spotkanie znajomych i doświadczenie polskiego Nashville, jak niegdyś nazywano Mrągowo. Jaszczurcza Góra i okolice to faktycznie miasto w mieście, mimo iż przestrzeń nie jest wydzielona. Namioty, nad którymi powiewa flaga amerykańska, proste kuchenki elektryczne, motocykle, na których przyjeżdżają uczestnicy odwołują do życia prostszego, wyrwanego z utartych społecznych ram. Dni festiwalowe załamują czas i przestrzeń, tym bardziej, jeżeli jest to przestrzeń naznaczona nostalgią. Dla wielu osób pod koniec lipca utwór Cezarego Makiewicza „Wszystkie drogi prowadzą do Mrągowo” nabiera mocy i wiarygodności. Jedna z respondentek mówi:

Są naciski na władze miasta, żeby jakoś bardziej docenić Piknik Country i jego historię. W końcu to wydarzenie trwa od 40 lat i dla wielu osób wiele znaczy, co było widać, jak w -40lecie było masowe granie piosenki „Wszystkie drogi prowadzą do Mrągowo”. Super to było! Około 50 gitar i wszyscy grali tę samą piosenkę.

Jaszczurcza Góra to oficjalne miejsce spotkań kantrowców. W ramach jednak turystyki OPK organizowane są także małe koncerty i posiadówki przy gitarze w gościach, a w podmrągowskich wsiach stawia się malutkie sceny, gdzie zwoływani są znajomi i przyjaciele na amatorskie śpiewy i tańce. W przypadku mieszkańców wychowanych w tradycji Pikniku można mówić o naturalnym sposobie organizacji czasu, podporządkowanym rytmowi tego wydarzenia.

Ponadto przestrzeń festiwalowa poszerzona jest na całe miasto, gdzie ustawione są dwie sceny, na których w ciągu dnia grają różni polscy wykonawcy. Jest to opcja dla wszystkich mieszkańców i turystów, którzy niekoniecznie chcą kupować bilety do amfiteatru na koncerty polskich i zagranicznych gwiazd *country*. To trwający przez trzy dni miejski festyn, w trakcie którego po strojach można poznać, jak bardzo mieszają się ze sobą różne grupy: kantrowców (skórzany kapelusz, często skórzana kamizelka, koszula w kratę, charakterystyczny pasek z klamrą, kowbojki), turystów (np. kolorowy kapelusz ze straganu), mieszkańców wchodzących w konwencję kowbojską lub niekoniecznie, jednak bardzo swobodnie poruszających po festiwalowej przestrzeni.



Fot. 3. Mrągorwo, piknikowe stylizacje. Fot. Anna Nowakowska, 2023.

Na czas Pikniku również wystawy sklepowe zmieniają swój wizualny charakter. Manekiny w sklepach z ubraniami przebrane są za kowbojów i kowbojki, witryny sklepów z kosmetykami również mają dodatkowy akcent – obok kremów i perfum często położony jest skórzany kapelusz lub np. dostawiona figurka konia w kapeluszu. Na schodkach scen lub ważniejszych instytucji kultury porzucane są kostki siana.

Jest jednak jeszcze jedna Ameryka wyobrażona, która nie stała się częścią miasta osobistego, do której nikt nie ma emocjonalnego stosunku. Jest to Mrongoville – park rozrywki, wybudowany za blisko 8 mln zł, dofinansowany z UE kwotą 4,5 mln zł. Oddany do użytku w 2008 r., został uznany przez Polską Organizację Turystyczną za najlepszy produkt turystyczny roku. W miasteczku westernowym znajduje się posterunek szeryfa, *saloon*, bar meksykański, budynek miejskiego ratusza, dworzec i torowisko z lokomotywą, stajnia, hotel, strzelnica. Pomimo ogromnego potencjału, ze względu na brak inwestorów i dzierżawców Mrongoville przez lata popadało w ruinę. W ostatnich latach zostało nieco odświeżone, jednak wciąż jest to przestrzeń, w której niewiele się dzieje. Otoczenie XIX-wiecznej architektury rodem z Dzikiego Zachodu powinno przyciągać osoby, często przebrane na wzór amerykańskich pionierów, a jednak to Jaszczurcza Góra oddalona o około kilometr pozostaje wciąż głównym miejscem namiotowym. Podczas trwania Pikniku, w Mrongoville organizowane są czasem pokazy konne i jest to miejsce docelowe tzw. parady samochodów. Wówczas przestrzeń na

chwile się ożywia. Za przykład może posłużyć fotografia 4 ukazująca budynki parku rozrywki Mrongoville, pozwalająca odsłonić jeszcze inne ukryte znaczenia. Widzimy Saloon z charakterystycznym ogródkiem piwnym z napisem Tyskie oraz przejazd konny. Jeden z mężczyzn trzyma flagę Konfederacji. Dokonując konotacji – piasek i kurz tworzą tu przestrzeń rodem z pierwszych amerykańskich westernów, gdzie kowboj z charakterystyczną flagą Konfederacji głosi chęć oddzielenia się amerykańskich stanów południowych. Nawiązania do kultury popularnej same się nasuwają. W dużej mierze to ona zbudowała obraz Ameryki wyobrażonej Mrongoville, bardzo mocno zakorzenionej w stereotypach. Jednocześnie respondenci – bez względu na to czy są to rekreacyjni turyści, czy stali bywalcy bardzo często nawiązują do takich bohaterów serialowych jak John Dutton, Dr Quinn, czy Chuck Norris.



Fot. 4. Mrągowo, kowboje w Mrongoville. Fot. Anna Nowakowska, 2023.

Mrongoville jest przykładem tego, jak atrakcja turystyczna o wielkim potencjale ze względu na historię miasta i zanurzenie w kulturze amerykańskiej, nie przyjęła się, prawdopodobnie z powodu niefortunnego odczytania nastrojów piknikowych. Festiwalowe tradycje i rytuały są niezmiennie od kilku dekad. Zdaniem wielu to właśnie komercjalizacja festiwalu zepsuła wyjątkową atmosferę pierwszych edycji. Kantrowcy wolą grać na podwórkach swoich znajomych – często właścicieli wynajmowanych mieszkań – lub w różnych zakątkach Jaszczurczej Góry, zamiast wkroczyć w symulakryczną przestrzeń (Baudrillard 1998), która nie jest ich. Przestrzeń, która nie jest częścią ich miasta osobistego.



Fot. 5. Mrągorwo, wóz amerykańskich pionierów w Mrongoville. Fot. Anna Nowakowska, 2023.



Fot. 6. Mrągorwo, parada samochodów zmierzająca do Mrongoville. Fot. Anna Nowakowska, 2023.

O tym, że dziś miasto osobiste kantrowców tworzą bardziej sentyment i nostalgia wobec Ameryki wyobrażonej pierwszych edycji niż sama Ameryka, świadczą słowa jednego z respondentów: „Kiedyś wszyscy chcieli jechać do Ameryki, uciekać (...) A potem zobaczyłem Amerykę i pomyślałem, że Amerykę to my mamy teraz w Polsce. W Europie i w Polsce jest Ameryka”. Ameryka w latach 80. i 90. XX, ze względu na sytuację geopolityczną, ruch wizowy i koszty wyjazdu nie była łatwo dostępna, co sprzyjało tworzeniu różnych, nigdy niezwyfikowanych wyobrażeń. Dziś obraz mitycznej Ameryki, przede wszystkim wśród młodych ludzi niekoniecznie nadal rezonuje. Co jednak ciekawe – nawet jeżeli pod tym względem nastąpiła zmiana kulturowa, to nie dotyczy to Mrągowa i Pikniku Country. Mrągowska Ameryka wyobrażona została zamrożona po to, aby osobiste miasto kantrowców mogło istnieć.

## Wnioski

Przeprowadzone w Mrągowie badania ukazały, jak skomplikowanym konstruktem kulturowym jest wyobrażona Ameryka. Niniejszy artykuł pozostawia dysonanse wynikające z różnicy pokoleniowej, a stara się odpowiedzieć na pytanie o to, jakie czynniki sprawiają, że utrwalone narracje nie ulegają reinterpretacjom – są odporne na zmieniający się świat i próby komercjalizacji miasta.

Pierwszym czynnikiem jest turystyka OPK i chęć spotykania się z osobami z czasów młodości lub po prostu wspólnego biesiadowania z osobami w swoim wieku. Co więcej, celem tych podróży nie zawsze bywa scena amfiteatru, ale np. podwórko przyjaciela, które pod koniec lipca, w okresie festiwalowym od rana do wieczora jest przepełnione gitarowymi dźwiękami. Wraz ze spotkaniami istotne jest przestrzeganie wewnętrznych długich tradycji i rytuałów, np. przygotowanie odświętnych strojów, stałe punkty spotkań, powtarzający się repertuar muzyczny wśród poszczególnych grup znajomych itp. Z tego względu można dostrzec niechęć wobec większych zmian albo brak akceptacji wszelkich nowinek.

Drugim czynnikiem jest zniuansowana historia PRL-u, która była źródłem tęsknoty za wolnością i to uczucie zostało zapamiętane. Odzwierciedleniem tego uczucia w Mrągowie była właśnie flaga amerykańska, a dziś nostalgia, która nakazuje pielęgnować te wspomnienia w tej właśnie konkretnej przestrzeni. Mrągowskie miasto osobiste kantrowców jest sentymentalne – wracają, bo chcą, tęsknią, muszą – bo czują powinność. Problemem jest brak dziedziców. Wiedzą, że jak oni przestaną przyjeżdżać, to wydarzenie nie przetrwa. Średnia wieku festiwalowiczów to ok. 50 lat i nawet jeżeli pojawiają się młode osoby, to nie rozumieją istoty Pikniku *Country*, ukrytej głęboko we wspomnieniach osób dojrzałych, ukrytej właśnie w ich mieście osobistym.

## Bibliografia

Anderson B. 1991. *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London and New York: Verso Books.

- Andrews H. i Roberts L. (red.) 2012. *Liminal Landscapes. Travel, Experience and Spaces Inbetween*. London and New York: Routledge.
- Banaszkiewicz M. i Duda A. 2019. To be a S.T.A.L.K.E.R. On architecture, computer games and tourist experience in the Chernobyl exclusion zone. [W:] M. Gravari-Barbas, N. Graburn i J.F. Staszak (red.), *Tourism fictions, simulacra and virtualities*. London & New York: Routledge, 197-210.
- Barthes R. 2008. *Światło obrazu. Uwagi o fotografii*. Warszawa: Aletheia.
- Baudrillard J. 1998. *Ameryka*. Warszawa: Sic!
- Baudrillard J. 2005. *Symulakry i symulacja*. Warszawa: Sic!
- Crouch D., Jackson R. i Thompson F. (red.) 2005. *The media and the tourist imagination: Converging cultures*. London & New York: Routledge.
- Culler J. 1981. Semiotics of tourism. *The American Journal of Semiotics* 1(1), 127-140.
- Dostlieva L. et al. (red.) 2022. *Uwierzyć w festiwal. Aksjonormatywne wymiary współczesnych festiwali muzycznych w Polsce*. Warszawa: Książka i Prasa.
- Duyvendak J. 2011. *The Politics of Home*. New York: Palgrave MacMillan.
- Graburn N. 2011. Tourism as ritual: A general theory of tourism. [W:] V. Smith i M. Brent (red.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century*. London: Cognizant Communications, 42-52.
- Graburn N. 2024. Tourism, pilgrimage and the sacred: At home or away. *Annals of Tourism Research* 104 (103719), 1-7.
- Gravari-Barbas M. i Graburn N. (red.) 2016. *Tourism imaginaries at the disciplinary crossroads. Places, practices, media*. London and New York: Routledge.
- Gravari-Barbas M., Graburn N. i Staszak J.F. (red.) 2020. *Tourism fictions, simulacra and virtualities*. London and New York: Routledge.
- Kuligowski W. 2015. Sentymentalizacja, topofilia i pokoleniowość: Jarocin re-study. *Czas Kultury* 31(4), 32-42.
- Majer A. 2015. *Mikropolis. Socjologia miasta osobistego*. Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Marschall S. (red.) 2017. *Tourism and Memories of Home: Migrants, Displaced People, Exiles and Diasporic Communities*. Bristol: Channel View Publications.
- Prayag G. i Del Chiappa G. 2020. Nostalgic feelings: motivation, positive and negative emotions, and authenticity at heritage sites. *Journal of Heritage Tourism* 18(3), 349-364.
- Reijnders S. 2011. *Places of imagination. Media, tourism, culture*. Farnham: Ashgate.
- Rose G. 2015. *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Warszawa PWN.
- Selwyn T. 1996. *The tourist image: Myths and mythmaking in tourism*. Chichester: John Wiley.
- Sharpley R. 2022. *Routledge Handbook of the Tourist Experience*. London and New York: Routledge.
- Szymkowska-Bartyzel J. 2015. *Nasza Ameryka wyobrażona. Polskie spotkania z amerykańską kulturą popularną po 1918 r.* Kraków: Księgarnia Akademicka.
- Urry J. i Larsen J. 2011. *The tourist gaze 3.0*. London: Sage Publications LTD.
- Wiącek E. (red.) 2015. *Semiotyczna mapa Małopolski*. Kraków: Księgarnia Akademicka.

**Autorka:**

dr Anna Duda

e-mail: [ania.duda@uj.edu.pl](mailto:ania.duda@uj.edu.pl)