

Tomasz Koralewski

BITWA POD GETTYSBURGIEM W 1863 ROKU JAKO PRZYKŁAD WYKORZYSTANIA HISTORII NA POTRZEBY ROZWOJU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

Wojna secesyjna w Ameryce Północnej, jak nieco złośliwie w 1862 r. zauważył wicehrabia angielski Wolseley

jeśli nawet nie będzie miała innych skutków, to przynajmniej dostarczy amerykańskim historykom czegoś, o czym można będzie pisać i uratuje ich od dziecinady opisywania szczegółów potyczek w leśnych ostępach lub w górach Meksyku, tak jakby były to bitwy pod Waterloo czy Solferino (Swoboda 1990).

Rozgrywana pomiędzy 1 a 3 lipca 1863 r. bitwa pod Gettysburgiem stała się najlepszym tego przykładem. Była największą i najkrwawszą batalią w czasie tej wojny, a jednocześnie pełną przypadkowości, z wyraźnie określonymi bohaterami po obydwu stronach.

Dwie armie: Potomacu (Północ) dowodzona przez generała George'a Meade i Północnej Wirginii (Południe) pod generałem Robertem E. Lee pozostawiły w sumie na placu boju blisko 50 000 zabitych i rannych¹. Działania w pierwszym dniu prowadzone były na północ i północny zachód od miasteczka Gettysburg, w kolejnych dniach przeniosły się na wzgórza położone po jego południowej stronie: Cmentarne (*Cemetery Ridge*), Seminaryjne (*Seminary Ridge*), Culpa (*Culp's Hill*), Mały i Wielki Okrągły Szczyt (*Little Round Top & Round Top*), a także na obszary

¹ Walczące w wojnie secesyjnej strony to Skonfederowane Stany Ameryki (*Confederate States of America*), zwane zwyczajowo Południem, rebeliantami lub konfederatami oraz Stany Zjednoczone Ameryki (*United States of America*), czyli upraszczając Północ, Unia lub nieco pogardliwie „jankesi”.

pomiędzy, pokryte w owym czasie sadami brzoskwinowymi, polami pszenicy, skalnymi uskokami, z miejscami porośniętymi gęstym lasem².

Od bitwy minęło ponad 146 lat i Amerykanie zakończyli już rozliczanie się z przeszłością. W 1978 r., wywodzący się z głębokiego Południa prezydent Jimmy Carter podpisał akt amnestyjny, przywracający obywatelstwo amerykańskie ostatniemu z Konfederatów – eksprezydentowi tego kraju, Jeffersonowi Davisowi. Generał Lee tej amnestii doświadczył jako przedostatni, dwa lata wcześniej (Swoboda 1990).

Obecnie bitwa pod Gettysburgiem stanowi punkt obowiązkowy w edukacji dzieci i młodzieży we wszystkich szkołach Stanów Zjednoczonych. Rozpatrywana jest i rozkładana na czynniki pierwsze zarówno przez profesjonalnych historyków, jak i amatorów militariów z okresu wojny secesyjnej, autorów sztuk teatralnych, pisarzy, poetów, reżyserów filmowych, twórców gier komputerowych, plastyków, muzyków i przedstawicieli wielu innych dziedzin ludzkiej aktywności. Hasło Gettysburg wpisane do przeglądarki internetowej Google daje blisko 6 200 000 wyników wyszukiwania, znacznie ponad 2 mln zdjęć, rysunków, map i innych grafik oraz ponad 8500 plików video. Odwiedzający miasteczko mają wrażenie powrotu do przeszłości i śmiało można stwierdzić, iż dzisiejsi mieszkańcy Gettysburga cały czas żyją samą bitwą i jej zawdzięczają swoją egzystencję.

Jak wygląda zatem to niewielkie miasteczko w Pensylwanii, które gdyby nie wydarzenia z lipca 1863 r., byłoby niczym tysiące innych, podobnych miasteczek rozsianych po całych Stanach Zjednoczonych? Co powoduje, iż Gettysburg jest obecnie destynacją turystyczną odwiedzaną rokrocznie przez ponad 1,5 mln osób? W jaki sposób udaje się pogodzić komercję związaną z obsługą ruchu turystycznego z miejscem pamięci poległych? I wreszcie – jak bardzo Gettysburg jako miasto ewoluuje w obliczu zmieniających się trendów w turystyce?

² W historiografii polskiej na razie ukazała się tylko jedna publikacja poświęcona przebiegowi bitwy (Swoboda 1990). Jest to jednak dzieło napisane bardzo przystępnym językiem, z wieloma ciekawymi anegdotami. Za oceanem natomiast na samej bitwie oraz na całej wojnie secesyjnej wychowały się kolejne pokolenia historyków. Z najnowszych, dostępnych na rynku pozycji, polecam szczególnie: Stephen W. Sears, *Gettysburg*, New York 2004, ss. 623; Mark Adkin, *The Gettysburg Companion, A Guide to the Most Famous Battle of the Civil War*, Harrisburg 2008, ss. 554; Noah Andre Trudeau, *Gettysburg: A Testing of Courage*, New York 2003, ss. 694.

O tym, że Gettysburg ma duże możliwości w zakresie wykorzystania wydarzeń historycznych do rozwijania biznesu, można się było przekonać już kilka miesięcy po bitwie. Wtedy to w lokalnej gazecie pojawiło się pierwsze ogłoszenie reklamujące zestaw pocztówek z obrazami pola bitwy z przeznaczeniem na doskonały prezent, oraz galerię, w której można je było zobaczyć i kupić. Należy pamiętać, iż wojna trwała jeszcze dwa lata! Swoisty pragmatyzm Amerykanów pozwolił im jednak niezwykle szybko na wykorzystanie znaczenia bitwy zarówno jako miejsca pamięci narodowej, jak i miejsca nadającego się do komercyjnego wykorzystania.

Zaraz po wojnie do Gettysburga licznie zjeżdżały rodziny zmarłych tam żołnierzy w poszukiwaniu informacji dotyczących ich losów oraz w celu uczczenia ich pamięci. Żołnierze walczący w obydwu armiach wywodzili się ze wszystkich istniejących w owym czasie stanów i niejednokrotnie rodziny musiały przebyć tysiące kilometrów, aby dotrzeć na miejsce pochówku swoich bliskich. Wraz z dynamicznym rozwojem transportu, najpierw kolejowego, a potem również samochodowego, strumień osób przyjeżdżających do Gettysburga zwiększał się. Z czasem zmieniły się jednak główne cele przyjazdów. Już nie pamięć i hołd dla poległych, ale ciekawość miejsca o wielkim znaczeniu historycznym powodowała, że ludzie przyjeżdżali do tego miasta.

Wraz z coraz większą dominacją kultury konsumenckiej w USA zmienił się również zakres oferty Gettysburga. Początkowo ograniczała się ona tylko do obiektów noclegowych dla rodzin poległych, niekiedy zapewniających również posiłki. Bardzo szybko zorganizowany został cmentarz wojenny dla żołnierzy Unii. W 1869 r. pojawił się pierwszy pomnik upamiętniający 1. Pułk Piechoty z Minnesoty i pojawienie się następnych było tylko kwestią czasu. Ich lokalizacja nie była przypadkowa. Kolejne pomniki pułków, regimentów i korpusów wznoszone były przeważnie w centralnym punkcie, gdzie historycznie rozmieszczona była dana jednostka.

Pod koniec XIX w. pojawiły się również pierwsze pomniki poświęcone oddziałom Konfederatów. Z czasem dodawano dalsze rzeźby, znaczniki lokalizacji jednostek, tablice informacyjne ze zdjęciami czy odlewane baterie dział artyleryjskich, ustawiane dokładnie w lokalizacji z 1863 r. Dzisiaj po całym polu bitwy rozsypanych jest blisko 1400 miejsc pamięci,

które znajdują się w zarządzie Narodowego Parku Wojskowego Gettysburg (*Gettysburg National Military Park*)³.

Centralnym miejscem w Parku, do którego kierują się wszyscy turyści jest Centrum Informacji (*Visitor Centre*), które pracuje 362 dni w roku, w godzinach od 8.00 rano do 17.00 (w wysokim sezonie – od czerwca do sierpnia – do godziny 19.00)⁴. Na miejscu, oprócz uzyskania profesjonalnej informacji, można również zwiedzić muzeum poświęcone samej bitwie i częściowo również wojnie secesyjnej. W 12 obszernych salach zgromadzono eksponaty, które doskonale wprowadzają zwiedzających w klimat epoki i dają podłoże historyczne dla tego, z czym będzie się można potem zetknąć. Bardzo duże znaczenie przykładu się tu do multi-mediów (filmy, dźwięki, gry edukacyjne), które w aktywny sposób wymagają uwagi i interakcji zwiedzających w każdym wieku⁵.

Bardzo dużym zainteresowaniem cieszy się, otworzona w 2008 r. w obrębie Centrum Informacji, Cyklorama – odpowiednik polskiej Panoramy Racławickiej oraz kino wyświetlające filmy edukacyjne i historyczne, w tym także filmy w technologii 3D. Nieodzownym elementem Centrum jest sklep z pamiątkami, głównie książkami oraz niewielki bar z przekąskami, kawą, herbatą i kanapkami. Wszystkie atrakcje w obrębie Centrum są dostępne dla osób niepełnosprawnych.

Podstawową funkcją Centrum jest udzielanie informacji na temat możliwości zwiedzania pola bitewnego oraz innych atrakcji dostępnych w Gettysburgu, w tym również licznie odbywających się imprez kulturalnych i turystycznych. Dystrybuowane są materiały informacyjne zarówno w wersji papierowej (ulotki ksero z bieżącym programem dnia, aktualnymi godzinami i trasami tourów, foldery ogólne), jak i w formie elektronicznej (płyty CD, DVD, audiobooki). Odwiedzający mogą wybrać różne sposoby

³ http://www.gettysburgfoundation.org/learn/monuments_memorials.html – według nie-sprawdzonych informacji jest to największa na świecie liczba pomników poświęconych jednej bitwie, ustawionych na tak ograniczonym obszarze.

⁴ Zamknięte jest tylko w Święto Dziękczynienia, Święto Bożego Narodzenia i Nowy Rok.

⁵ Wstęp do Muzeum jest płatny – w 2009 r. ceny kształtowały się na poziomie 10,50 USD za osobę dorosłą, 9,50 USD dla emerytów i wojskowych w czynnej służbie i 6,50 USD dla dzieci w wieku od 6 do 18 lat. Dzieci poniżej 6 lat wchodzi za darmo. Dla grup zorganizowanych powyżej 16 osób obowiązują specjalne taryfy 7,50 USD dorośli i 6,00 USD dzieci. Bilet obejmuje zarówno wstęp do Muzeum, jak i do kina oraz na Cykloramę (<http://www.nps.gov/gett/planyourvisit/feesandreservations.htm>). Ciekawostką jest fakt, iż wszystkie bilety można również kupić *on-line*, a ich cena obniża się wtedy o 10%.

zapoznajanie się z bitwą: od najprostszego, indywidualnego spaceru wytyczoną ścieżką edukacyjną, gdzie na każdym niemal kroku znajdują się tablice informacyjne z opisem poszczególnych miejsc, manewrów wykonywanych przez oddziały i ich znaczenia dla bitwy, przez objazdy motocyklami, segwayami, starymi busikami szkolnymi, po w pełni zorganizowane objazdy autokarami z otwartymi dachami w towarzystwie licencjonowanych przewodników⁶ bądź prywatnymi samochodami z audio-przewodnikami, które w obszerny sposób wprowadzają w historię wojny, bitwy i okolicy⁷.

Miłośnicy nowych technologii i gadżetów mogą za darmo w ramach systemu „Podcast Tours” ściągnąć w sumie 90-minutowe nagranie z pięciu wybranych epizodów bitwy. Pliki mp3 są dostosowane do odtwarzania na iPodach, telefonach komórkowych i innych odtwarzaczach tego formatu. Dostępne są na stronie oficjalnego partnera Parku Civil War Traveler.com wraz z mapami w darmowym formacie pdf, niezbędnymi do sprawnego poruszania się po polu bitwy⁸.

Dla turystów preferujących aktywny wypoczynek wytyczone zostały specjalne trasy konne i rowerowe (ok. 65 km) – w tym wypadku także można skorzystać z usług profesjonalnego przewodnika, który dodatkowo przebrany jest w strój z epoki. Bardzo istotny jest fakt personalizacji opowieści przewodników. Przeważne występuje w nich główny bohater – żołnierz, oficer lub dowódca armii, który przewija się przez poszczególne elementy historii. To pozwala uczestnikom na poznawanie bitwy jego oczami, „wczucie się” w jego los i większe zaangażowanie się w opo-

⁶ Przewodnika można wynająć prywatnie do własnego samochodu lub dla grupy w autokarze, można też wykorzystać specjalne туры organizowane przez służby parku. Ceny kształtują się w zależności od liczby osób: w przypadku 1–6 osób (55,00 USD); 7–15 osób (70,00 USD), powyżej 16 osób (125,00 USD). Uczestnictwo w zorganizowanym tourze kosztuje 25,95 USD za osobę powyżej 13 roku życia oraz 15,50 USD za dziecko w wieku 6–12 lat. Jako dobry zwyczaj przyjęto, że w przypadku zadowolenia klientów z jakości świadczonej usługi przewodnicy otrzymują od każdej osoby niewielki napiwek.

⁷ Usługa audioprzewodników realizowana jest przez wyspecjalizowaną w nagrywaniu podobnych materiałów firmę zewnętrzną Auto Tape Tours – gdzie w narrację historyczną wplecione są odgłosy bitwy, życia obozowego czy fragmenty listów żołnierzy. Usługa kosztuje 16,95 USD za wypożyczenie dla jednego samochodu bez względu na liczbę osób siedzących w środku (płyta CD lub DVD). Użytkownicy poruszają się wokół pola bitwy asfaltowymi drogami i w miejscach oznaczonych słuchawkami i kolejnymi numerami, odsłuchując przyporządkowane nagrania: <http://www.autotapetours.com/Gettysburg.htm>

⁸ <http://www.nps.gov/gett/historyculture/gettysburg-podcast-tours.htm>;
<http://www.civilwartraveler.com>

wieść. Ma to również szczególne znaczenie dla osób, które niejednokrotnie nie są zainteresowane dokładnymi opisami militarnymi i ruchami całych oddziałów czy armii, a chętnie słuchają prawdziwych historii o ludziach z krwi i kości. Charakterystyczne jest również, że dla dzieci przygotowano specjalne toury, gdzie zamiast dorosłych koni swoją przejażdżkę mogą odbyć na kucach, a przewodnicy dopasowują swoją opowieść do wieku odbiorców.

Ważnym elementem jest umożliwienie zwiedzania części parku osobom niepełnosprawnym. Czekają na nich ponad 40 km specjalnie przygotowanych tras, które dają możliwość poruszania się osobom na wózkach, jak również tym, którzy używają prywatnych samochodów.

Czynnikiem ułatwiającym zwiedzanie pola bitwy jest działalność Strażników Parkowych (*Park Rangers*), którzy o określonych godzinach wyruszają na trasy z grupami zainteresowanych turystów. Ich funkcją, oprócz oprowadzania odwiedzających po parku, jest również pilnowanie porządku na trasie i czuwanie nad bezpieczeństwem.

Wzdłuż całej trasy przygotowano specjalne tarasy i platformy widokowe z tablicami informacyjnymi, które mają za zadanie rozszerzyć zwiedzającym zakres widzenia. Jest to zwłaszcza pomocne w sytuacji, gdy widok z ziemi przysłonięty jest przez zarośla lub las, którego nie było w tym miejscu w 1863 r.

Miejszem szczególnym na trasie jest Żołnierski Cmentarz Narodowy (*Soldier's National Cemetery*), gdzie oprócz grobów żołnierzy Północy poległych pod Gettysburgiem, usytuowane są również mogiły żołnierzy poległych na różnych wojnach prowadzonych przez Stany Zjednoczone – od wojny secesyjnej aż po wojnę w Wietnamie. Jest to również miejsce, gdzie prezydent Abraham Lincoln wygłosił z okazji otwarcia cmentarza swoje słynne orędzie⁹.

Pole bitewne w Gettysburgu nie byłoby jednak tak atrakcyjne, gdyby nie całoroczna działalność licznych grup rekonstrukcyjnych. Należą do nich tysiące entuzjastów wojny secesyjnej rozsianych po całym kraju. Szczytową aktywność wykazują oczywiście w okresie rocznicy historycz-

⁹ Orędzie Gettysburskie zostało wygłoszone przez Lincolna 19 listopada 1863 r. z okazji poświęcenia cmentarza wojskowego żołnierzy Unii. Jest jedną z najczęściej cytowanych mów w historii Stanów Zjednoczonych. Miejsce wygłoszenia uświetnia obecnie sporej wielkości pomnik, gdzie na tablicach zapisano tekst wystąpienia i gdzie przedstawione jest popiersie Lincolna (Sabol 1961; Sears 2004).

nej bitwy. Wtedy liczba uczestniczących w inscenizacji żołnierzy sięga 10 000.

W sezonie letnim codziennie można spotkać grupy zapaleńców, którzy przyjeżdżają na urlop bądź na weekend, aby „na żywo” uczestniczyć w historii i dzielić się swoją wiedzą i pasją z turystami. Organizowane są pokazy musztry pułkowej, strzelania w formacjach i taktyki wojennej dla wojsk z okresu wojny secesyjnej. Można przyrzuć się codziennemu życiu obozowemu, spróbować potraw z epoki, bliżej przyrzuć się mundurom, broni lub też po prostu porozmawiać z rekonstruktorami. Grupy rekonstrukcyjne dodatkowo dbają o zachowywanie historycznego wyglądu pola bitwy, blisko przy tym współpracując z Narodowym Parkiem Wojskowym w Gettysburgu. Wypełniają również szczerlnie kalendarz imprez organizowanych w układzie weekendowym¹⁰.

Co roku na początku lipca realizowana jest też wielka inscenizacja bitwy, trwająca zwykle 3 dni i szczegółowo ukazująca działania wojenne tego kluczowego dla losów wojny starcia. Oprócz walk można również obejrzeć pokazy na żywo salw armatnich, przyrzuć się codziennemu życiu obozowemu żołnierzy biorących udział w inscenizacji (obowiązuje restrykcyjny regulamin dotyczący zarówno ubioru, jak i zachowania się uczestników biorących bezpośredni udział w bitwie), uczestniczyć w degustacjach potraw i napojów sporządzanych według oryginalnych receptur, a także przejść się przez wioskę armijną organizowaną na wzór historyczny z kramami i sklepikami, które kiedyś zaopatrywały żołnierzy w artykuły pierwszej potrzeby oraz w żywność (*Sutler Village*)¹¹.

Bilety na inscenizację w cenie 30,00 USD/os. można kupić w Parku i przez sieć dystrybucyjną w Gettysburgu (10 punktów) oraz za pośred-

¹⁰ Według aktualnego kalendarza imprez, umieszczonego na stronie: <http://www.nps.gov/gett/planyourvisit/events.htm>, od 1 września do 30 listopada 2009 r. w każdy weekend odbywa się wydarzenie z cyklu *living history* („żyjąca historia”). Funkcję organizatora pełnią poszczególne grupy rekonstrukcyjne działające w układzie pułków – odpowiedników pułków historycznych biorących udział w bitwie np.: 53 Pułk z Pensylwanii, Brygada Stonewalla, 146 Pułk z Nowego Jorku i inne.

¹¹ Uczestnictwo w bitwie to dość drogie i wymagające zaangażowania hobby. Treningi przed pokazem wymagają wielu godzin ćwiczeń (marsz w formacjach, manewry, strzelanie). Przeciętny koszt wyposażenia żołnierza od stóp do głowy wraz z bronią białą i strzelecką wynosi ok. 2500,00 USD, przy czym różnorodność akcesoriów jest tak olbrzymia, że ta kwota może być znacznie wyższa. Przykładowe sklepy internetowe sprzedające w szerokim asortymencie produkty z okresu wojny secesyjnej: <http://fcsutler.com> lub <http://www.confederate-store.com>.

nictwem strony internetowej: <http://tickets.gettysburgreenactment.com/>. Cena obejmuje wstęp i udział we wszystkich atrakcjach na polu bitwy, a dla wygody oglądania można ze sobą zabrać krzeselka lub koc. Obowiązuje zasada, że im wcześniej ktoś przyjdzie, tym lepsze miejsca może zdobyć. Dlatego też pierwsi chętni niejednokrotnie pojawiają się już we wczesnych godzinach rannych¹².

Z Centrum Informacji można również wyruszyć na zorganizowane wycieczki autokarowe z przewodnikiem po całym stanie Pensylwania – w ramach których w ofercie znajduje się m.in. przejazd kolejką wąskotorową (atrakcja niezwiązana bezpośrednio z bitwą), degustacje w lokalnych winiarniach i browarach, przejazdy do kurortów narciarskich w Appalachach oraz zabawa na miniaturowych lub profesjonalnych polach golfowych, których w promieniu 40 km od Gettysburga zlokalizowanych jest ponad 20.

Dodatkową atrakcją oferowaną w ramach Narodowego Parku Wojskowego, jest ulokowane w centrum miasta muzeum w domu Davida Willsa¹³. Poświęcone jest prezydentowi Abrahamowi Lincolnowi, jego słynnemu orędziu i okresowi po zakończeniu bitwy. Operatorem placówki jest Main Street Gettysburg, organizacja non-profit, działająca w ścisłej współpracy z Parkiem¹⁴.

¹² Główna strona internetowa inscenizacji: <http://www.gettysburgreenactment.com>. Relacje uczestników poprzednich inscenizacji można znaleźć m.in. w serwisie: <http://www.tripadvisor.com>. Co ciekawe uczestnicy w krańcowo różny sposób wypowiadają się na temat swoich wrażeń po imprezie. Generalną zasadą jest, że im w lepszym miejscu ktoś siedział, tym bardziej potem był zadowolony, co pasuje do wzoru ze wszystkich masowych imprez outdoorowych.

¹³ Bitwa pod Gettysburgiem tylko w preludium swego trwania odbywała się w mieście. Żołnierze Armii Północnej Wirginii weszli do miasta w poszukiwaniu butów, które dla Południowców były towarem deficytowym – mieszkańcy zaalarmowali pobliskie patrole żołnierzy Północy, co z kolei rozwinęło się w największą bitwę wojny. Główną areną zmaganiań w drugim i trzecim dniu były wzgórza i rozłożyste doliny położone na południe i na południowy zachód od miasta, które obecnie objęte są ochroną Parku.

¹⁴ Otworzone w lutym 2009 r. muzeum składa się z 7 sal wystawowych, wraz z dwoma pomieszczeniami, które zostały przywrócone do stanu z 1863 r. W jednym z nich Lincoln przygotowywał się do wygłoszenia swojej słynnej mowy. Liczbę odwiedzających muzeum szacuje się na ponad 180 tys. każdego roku. Wstęp kosztuje 6,50 USD osoba dorosła, 5,50 USD emeryt i 4,00 USD dziecko w wieku od 6 do 18 lat. Godziny otwarcia w sezonie od maja do sierpnia: 8.30–18.00 (niedziele–środy) i 8.30–19.00 (czwartki–soboty). Poza sezonem muzeum czynne jest w godzinach 9.00–17.00 we wszystkie dni oprócz wtorków. Strona internetowa muzeum znajduje się pod adresem: <http://davidwillshouse.com/>.

Produkt turystyczny Gettysburga uzupełniony jest przez liczne atrakcje ulokowane na terenie miasta, które powstały i działają z inicjatywy lokalnego samorządu, bądź przedsiębiorców powiązanych wspólnie ze sobą w układzie stowarzyszeniowym. Czołową rolę odgrywa tutaj powołana do życia w 1984 r. organizacja Main Street Gettysburg. Skupia ona samorządowców, przedstawicieli organizacji pozarządowych, w tym również kościelnych, uczelni, szpitali oraz izb przedsiębiorców. Finansowanie organizacji, oprócz składek samych członków oraz środków z budżetu federalnego, bazuje na dotacjach od przedsiębiorców, którzy są zainteresowani rozwojem historycznego Gettysburga¹⁵.

W mieście działa obecnie 7 kolejnych placówek muzealnych – Muzeum Wojny Secesyjnej (*American Civil War Museum*), Muzeum Odkryć dla Dzieci (*Explore & More Child Museum*), Muzeum Kwatery Głównej Generała Lee (*General Lee Headquarters Museum*), Muzeum Pociągu Lincolna (*Lincoln Train Museum*), Dom Schrivera (*Schriver House Museum*), Dom Jennie Wade (*Jennie Wade House Museum*) oraz Muzeum Chrześcijan Amerykańskich (*U.S. Christian Commission Museum*). W teatrach miejskich i kinach komercyjnych można obejrzeć liczne produkcje związane z bitwą pod Gettysburgiem. Niezwykłą popularnością cieszą się też wycieczki z duchami (*ghost tours*) oraz wieczorne spacerory z pochodniami lub lampionami. Znajdują się one w ofertach większości moteli i obiektów typu B&B w mieście, a organizowane są przez wyspecjalizowane firmy¹⁶.

Centrum miasta obejmuje także ponad 100 sklepów, w których kupić można wszystko, co związane jest z wojną secesyjną i historią Stanów Zjednoczonych. Inwencja producentów jest olbrzymia. Oprócz standardowych militariów i innych gadżetów związanych z armią, takich jak: kubeczki, mapy, książki, miniatury żołnierzy, T-shirty, breloki czy magnesy na lodówkę, można przykładowo kupić strój kąpielowy z flagą Kon-

¹⁵ Jest to odpowiednik polskich lokalnych organizacji turystycznych. Więcej informacji o samej organizacji, jej członkach i działalności statutowej można znaleźć na stronie: <http://www.mainstreetgettysburg.org/mainstreet.html>.

¹⁶ Jako przykłady wykorzystania duchów i sił nadprzyrodzonych na potrzeby turystyczne można polecić Farnsworth House: http://www.gettysburgshauntedaddress.com/farnsworth_house_ghost_presentations_002.htm lub specjalistyczną firmę organizującą tego typu atrakcje: <http://www.ghostsofgettysburg.com>. Takie spacerory kosztują od 9,00 USD do 11,00 USD + 10% podatek od rozrywki. Dla grup powyżej 15 osób jest zniżka 1,00 USD od każdego biletu. Dzieci poniżej 7 lat biorą udział w imprezach za darmo.

federacji, pocztówki ze spaceru Neila Armstronga na Księżycu, na której zamiast flagi Stanów Zjednoczonych znajduje się flaga stanów południowych, zestawy bombek i ozdób choinkowych z motywami wojskowymi z epoki lub zestaw bielizny kobiecej według wzorów z czasu wojny secesyjnej. W mieście zlokalizowano kilkanaście galerii oferujących portrety żołnierzy walczących po obydwu stronach oraz obrazy i fotografie obrazujące przebieg bitwy. Można zamówić sobie także szybką karykaturę w stroju żołnierskim Unii lub Konfederacji w zależności od preferencji kupującego.

Bardzo rozbudowana jest baza noclegowa. W ofercie Gettysburg Convention & Visitors Bureau dla miasta i najbliższej okolicy wylistowano 32 obiekty typu bed & breakfast, 7 pól namiotowych, 33 hotele i motele, a także 10 wakacyjnych domów do wynajęcia¹⁷. Bardzo łatwo można również zakupić oferty pakietowane w różnorodnych konfiguracjach, które powodują, iż pobyt dla turystów indywidualnych jest nieco tańszy, a branża gwarantują stałe źródło dochodu¹⁸.

W mieście ulokowały się też znaczące amerykańskie sieci hotelowe (Hilton, Best Western, Quality Inn, Comfort Inn), które oferują miejsce dla spotkań biznesowych, a ich działania są dodatkowo wspomagane przez Gettysburskie Biuro Convention (Gettysburg Convention & Visitors Bureau). W ramach rozbudowanej oferty można m.in. zorganizować konferencję w klimacie wojny secesyjnej z wystawnym bankietem połączonym z degustacją lokalnych win. Te działania zdają się w pełni potwierdzać powiedzenie jednego z amerykańskich burmistrzów: „gdy mamy w naszym mieście kongres, to tak jakby przeleciał nad nami samolot rozrzucający dolary” (Davidson, Cope 2003). Przychody miasta w związku z obsługą ruchu biznesowego wciąż zwiększają swój udział procentowy w ogólnym bilansie.

¹⁷ <http://www.gettysburg.travel/visitor/stay.asp>. Ceny wahają się od 34,00 USD za namiot dla 4-osobowej rodziny na polu namiotowym po 125,00 USD za pokój 2-osobowy w Hilton Garden Inn.

¹⁸ W ofercie Gettysburg Convention & Visitors Bureau znajduje się według stanu na wrzesień 2009 r. 99 dostępnych pakietów oszczędnościowych – począwszy od zniżek w lokalach gastronomicznych po pakiety weekendowe i lojalnościowe oraz zniżki w okresie niskiego ruchu turystycznego: <http://www.gettysburg.travel/visitor/ps.asp>

To wszystko powoduje, że już dzisiaj do Gettysburga przyjeżdża według różnych szacunków od 1,5 do 2 mln turystów rocznie¹⁹. Dominują indywidualni turyści weekendowi, pasjonaci historii oraz zorganizowane grupy szkolne i biznesowe. W mieście panuje swoista atmosfera, będąca mieszkanką historii, tradycji, miejsca pamięci narodowej i poległych żołnierzy, a jednocześnie miejsca zabawy i rozrywki z wszechobecną komercją. To powoduje, że Gettysburg ma ofertę niemal dla każdego, jak słusznie stwierdził J. Weeks (2003) w swojej książce *Gettysburg jest świątynią, a świątynie wymagają pielgrzymów*. Tyle że pielgrzymami w nowoczesnych społeczeństwach, a zwłaszcza w USA, są konsumenci usług i wizerunków.

Z pobytu zadowolony będzie zarówno zapalczywy maniak wojny secesyjnej ze wszystkimi jej detalami, studiujący losy pojedynczych żołnierzy biorących udział w bitwie, jak i rodzice z dziećmi, którzy przyjechali, aby wyrwać się z atmosfery wielkiego miasta i mile spędzić czas na zabawie, spacerach z duchami, oglądaniu filmów w kinie czy degustowaniu potraw kuchni regionalnej²⁰. W tym mieście rzeczywiście daje się odczuć atmosferę z 1863 r. Kobiety ubrane w stroje z epoki, chroniące się ażurowymi parasolkami przed słońcem, mijają z uśmiechem spacerujących po ulicy zwiedzających, powozy konne z krzyczącymi dorożkarzami przejeżdżające po głównej ulicy miasta czy też chłopcy biegający wokół w łachmanach, tak jakby byli żywcem wyjęci z plantacji lub XIX-wiecznej farmy – to wszystko powoduje, iż pojęcie „żywej historii” zaczyna rzeczywiście działać.

Kwintesencją miejsca może być wreszcie widok w restauracji, gdzie za barem, ramię w ramię, siedzą w pełnym umundurowaniu kapitan wojsk

¹⁹ W planach Main Street Gettysburg jest przeprowadzenie przy współudziale środków federalnych, stanowych, miejskich i prywatnych, masowej rewitalizacji centrum miasta, mającej na celu przywrócenie w jeszcze większym stopniu klimatu z czasu wojny secesyjnej. Projekt zakłada wyłączenie części ulic z ruchu samochodowego, wybudowanie rozległych alei dla pieszych, odrestaurowanie fasad budynków, a nawet dostosowanie barów typu *fast food* do czasów przeszłych. Ma to według planu na 150. rocznicę bitwy przyciągnąć o blisko 1,5 mln turystów więcej. Zainteresowanym polecam prezentację dotyczącą rewitalizacji ulicy Steinwehr na stronie: <http://www.mainstreetgettysburg.org/mainstreet.html>.

²⁰ Gettysburg dzisiaj liczy zaledwie 7500 mieszkańców, którzy w głównej mierze żyją z turystyki. Z pełną ofertą turystyczną miasta i Parku można się zapoznać po przeczytaniu 76-stronicowego (sic!) katalogu ofert przyjazdowych, który został umieszczony na stronie: <http://www.gettysburg.travel> w dziale „View our 2009 Visitor Guide”.

Północy i major wojsk Południa, popijając piwo i gawędząc na temat najbliższych planów i ulepszeń, które sprawiłyby, że ich pokazy byłyby jeszcze bardziej atrakcyjne. To wyraźny sygnał, iż przynajmniej w Gettysburgu konflikt pomiędzy Północą a Południem został już dawno zażegnany, a teraz jest dobry czas na zarabianie pieniędzy.

Literatura

- Davidson R., Cope B., 2003, *Turystyki biznesowa*, Warszawa.
Sabot D.J. (red.), 1961, *A civil war sampler*, New York.
Sears W.S., 2004, *Gettysburg*, New York.
Swoboda G., 1990, *Gettysburg 1863*, Warszawa.
Weeks J., 2003, *Gettysburg: memory, market and an American shrine*, Princeton.

Strony internetowe

<http://davidwillshouse.com>
<http://fcsutler.com>
<http://www.autotapetours.com/Gettysburg.htm>
<http://www.civilwartraveler.com>
<http://www.confederate-store.com>
<http://www.gettysburg.travel>
<http://www.gettysburgfoundation.org>
<http://www.gettysburgreenactment.com>
<http://www.gettysburgshauntedaddress.com>
<http://www.ghostsofgettysburg.com>
<http://www.mainstreetgettysburg.org>
<http://www.nps.gov>
<http://www.tripadvisor.com>