

Katarzyna Ceklarz

Podhalańska Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Targu

WSPÓŁCZESNE ARANŻACJE OBIEKTÓW KOMERCYJNYCH I TURYSTYCZNYCH NA PODHALU

Naukowa i medialna dyskusja na temat podhalańskiej, w tym zwłaszcza zakopiańskiej, architektury trwa od wielu lat. Wypowiadali się m.in. architekci¹, historycy², regionaliści³ i artyści różnych epok, dla których estetyka i harmonia zmienianego przez człowieka krajobrazu Podtatrza była istotnym zagadnieniem. Jednym z przedstawicieli artystów związanych z Zakopanem, który w zdecydowanych słowach podsumował różnorodność budownictwa powstającego pod Tatrami w pierwszej połowie XX stulecia był malarz Rafał Malczewski (1892–1965).

W owych czasach [latach 20. i 30. XX w. – przyp. K.C.] poczęły powstawać wille, pseudogóralskie, coraz obszerniejsze, spuchnięte od „stylu” i bokówek. Aż wreszcie zrobił się barok witkiewiczowski góralskiej proveniencji, wcale udatny i dostosowany do wymogów lokatorów. Powstają także domy na wzór wycinanek z drewna, paskudztwa w rodzaju „Zimejerówki” i innych świństw, wyciętych leubzegą. Powstają wszelkiego rodzaju kleconki, bez składu i sensu, budowane nieraz przez górali lub bystrych ceprów. [...] Szpetota dzierży prym, czasem jednak dziwotwór nabiera wdzięku przez swój bezsens – surrealizm mieszkaniowy. Tu i ówdzie stało domostwo godne góralskiego smaku, wykwin-tu i mądrości budowlanej⁴.

¹ Dla przykładu na temat stylu zakopiańskiego zaproponowanego przez Stanisława Witkiewicza (1851–1915) wypowiadali się architekci m.in. w cyklu artykułów pt. *Spór o styl*, publikowanych na łamach „Kurier Lwowski”; Zob. też Z. Moździerz, *Architektura i rozwój przestrzenny Zakopanego 1600–2013*, Zakopane 2013, s. 176; W. Zin, *Rola architektury regionalnej w dobie budownictwa masowego* [w:] *Aktualne problemy planistyczne i architektoniczne w zespołach architektury regionalnej i ich sąsiedztwie, materiały z III Ogólnopolskiego Sympozjum Architektury Regionalnej*, Kraków–Zakopane 14–16 października 1982, red. Z. Radziewanowski, J. Zieliński, Kraków 1983, s. 37–38.

² M.in. K. Estreicher, *Środowisko artystyczne zakopanego w okresie Młodej Polski (1900–1914)* [w:] *Sztuka około 1900. Materiały Sesji Historyków Sztuki*, Kraków, grudzień 1967, Warszawa 1969, s. 134; B. Tondos, *Związki stylu zakopiańskiego ze sztuką góralską*, „Biuletyn Historii Sztuki” R. 43: 1981, nr 2, s. 237.

³ M.in. W. Matlakowski, *Budownictwo ludowe na Podhalu*, Kraków 1892.

⁴ J. Malczewski, *Peppek świata. Wspomnienia z Zakopanego*, Dziekanów Leśny [ok. 2010], s. 16–17.

Te krytyczne słowa Malczewskiego nadal odbijają się echem⁵ ponieważ krajobraz kulturowy Podhala ulega nieustannym procesom zmiany. Przemiany te architekci i historycy sztuki omawiają kładąc na osi czasu i określając takimi terminami jak: budownictwo ludowe – styl zakopiański – modernizm – styl zakopiański drugi – styl nowozakopiański – regionalizm socmodernistyczny – architektura postmodernistyczna i wreszcie, aktualnie realizowana architektura przełomu stuleci⁶. Ta ostatnia bywa również określana szerszym pojęciem, jako „neomodernistyczny regionalizm”⁷. Styl ten charakteryzuje się, jak pisze Marek Konwicki m.in. „czytelnym nawiązaniem nowego obiektu do archetypu” oraz „swoim własnym wyrazem kompozycyjnym, ale także mnóstwem architektonicznych cytatów i parafraz z architektury ludowej”⁸. Wymienione wyżej etapy kształtowania i rozwoju koncepcji architektonicznych wpływają na antropogeniczne ukształtowanie przestrzeni Podhala. Pojęcia te można odnieść nie tylko do bryły, konstrukcji czy fasady, ale także do wykreowanych w tych budynkach wnętrz. Zaobserwować je można w ogólnodostępnych obiektach użyteczności publicznej i publiczno-prywatnej. Aranżacje pomieszczeń ewoluują podobnie jak zewnętrzne elementy architektoniczne. Analizując je można wskazać styl, epokę i modę, w jakiej zostały zaprojektowane i wykonane. Turystyczne przestrzenie komercyjne, wraz z otaczającym je krajobrazem kulturowym, składają się na całościową autoprezentację Podhala, świadomie dawkaną gościom. Poprzez wystrój neomodernistycznych wnętrz turystom dostarczana jest namiastka autentyczności, dawności, swojskości i egzotyki powszechnie kojarzonej z górami. Te pożądane przez przyjezdnych „wrażenia góralskości” aplikowane są m.in. poprzez one architektoniczne cytaty, które etniczują przestrzeń. W ostatnich latach dostrzegalne i czytelne stały się tendencje ciągłego podkreślania i eksponowania walorów kulturowych, w tym zwłaszcza tradycji regionu. Za Anną Wieczorkiewicz można stwierdzić, że pod Tatrami

⁵ 4 marca 2019 r. Podhalańskie Towarzystwo Opieki nad Zabytkami podniosło „Zakopiański Alarm Urbanistyczny” zawierający sprzeciw wobec chaotycznej zabudowie Zakopanego (wraz z raportem na temat obiektów zmienionych bądź już nieistniejących) oraz petycję w sprawie ochrony krajobrazu. W dniu 27 marca 2019 r. petycję podpisało 1283 osób. https://www.petycjeonline.com/zakopiaski_alarm_urbanistyczny_kategoryczne_stop_budowie_wie?fbclid=IwAR2vDPQYYLDU8Lpljf3rblE8oaohT9Priobkub6BjvDHmrkCNtjFbra54ZM (dostęp: 27.03.2019).

⁶ Z. Moździerz, *Główne nurty architektury Zakopanego (1600–2008)* [w:] *Architektura ziem górskich – wczoraj, dziś, jutro. Międzynarodowa konferencja naukowa Instytutu Architektury i Urbanistyki PPWSZ w Nowym Targu, 12–13 grudnia 2008*, red. M. Ponikiewska-Arct, Nowy Targ 2011, s. 39–53.

⁷ B.M. Pawlicki, *Regionalizm i modernizm na Podhalu* [w:] *Architektura ziem górskich...*, s. 26–28.

⁸ M. Konwicki, *Różne oblicza regionalizmu w architekturze* [w:] *Architektura ziem górskich...*, s. 94–95.

zaistniała przytłaczająca detalem „sztuka turystyczna”⁹, będąca „skondensowaną góralszczyzną” opartą na uproszonych znaczeniach¹⁰. Cele, które patronują konstruowaniu przestrzeni turystycznej, są jednoznaczne – włączenie elementów lokalnej tradycji do oferty turystycznej, dostarczenie jej w odpowiedniej postaci i sprzedanie oczekującym tego klientom.

CEL I METODA BADAŃ

Artykuł powstał w oparciu o dwa podstawowe źródła: badania terenowe przeprowadzone na Podhalu w roku akademickim 2017/2018 oraz analizę tekstów (opinii, komentarzy, recenzji) zamieszczonych w Internecie. Podstawowym założeniem badań terenowych była inwentaryzacja i fotograficzna dokumentacja obiektów komercyjnych i turystycznych na Podtatrzu, w celu uchwycenia współczesnych trendów panujących w wystroju nowo aranżowanych przestrzeni komercyjnych (hotele, karczmy, kawiarnie, pensjonatów itp.). W badaniach udział wzięło 47 studentów, inwentaryzując 50 obiektów na 162 fotografiach. Są to budynki użyteczności publicznej zlokalizowane w 95% na terenie Podhala (głównie w Zakopanem)¹¹. Studenci mieli dowolność wyboru dokumentowanego obiektu. Wytyczne, którymi mieli się kierować, ograniczone zostały do roku budowy lub modernizacji budynku, który nie mógł być starszy niż 17 lat. Nacisk położony został na udokumentowanie architektury budynków nowych, powstałych (lub wyremontowanych) w XXI wieku. Dwie ostatnie dekady charakteryzują się bowiem nasileniem, wspomnianych we wstępie, trendów mających uwypuklić „swojszczyznę”, a nawet sztucznie „dogóralszczyć” miejsca komercyjne na zasadzie odtwarzania i przetwarzania lokalnej kultury tradycyjnej¹².

Kolejnym kryterium doboru inwentaryzowanych obiektów była ich „góralskość” wyrażana poprzez widoczne odwołania do szeroko rozumianej kultury regionu. Studenci (w większości rodowici górale) mieli dokonać wyboru i wykonać dokumentację obiektu, który uznali za góralski. Analizując dostarczony materiał można stwierdzić, że młodzi mieszkańcy Podhala (w wieku 22–23 lat) za „góralskie” uznali te inwestycje, które

⁹ A. Wieczorkiewicz, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Kraków 2008, s. 57.

¹⁰ P. Trzeszczyńska, *O sposobach doświadczenia przestrzeni turystycznej Zakopanego*, „Prace Pienińskie” Nr 19: 2009, s. 132–133.

¹¹ Pozostałe 5% stanowią obiekty z: Niedzicy, Szczawnicy i Zawoi.

¹² W kontekście reklamy pisałam o tym zjawisku w poprzednim numerze rocznika „Małopolska”, zob. K. Ceklarz, *Góralszczyzna na sprzedaż. Komercjalizacja tradycji widoczna w krajobrazie Podhala*, „Małopolska” Nr 20: 2018, s. 227–246. Zagadnienie „dogóralszczenia” i związanej z tym „neogóralszczyzny” poruszył etnograf Antoni Kroh w kontrowersyjnej na Podhalu książce: *Sklep potrzeb kulturalnych po remoncie*, Warszawa 2013, s. 442–443.

wzniesiono przy użyciu naturalnych materiałów budowlanych (drewna, kamienia); były kryte gontem lub blachą „gontopodobną”; miały drewnianą stolarkę okienną i drzwiową, wyposażone były w meble wykonane z drewna oraz przedmioty tworzone na Podhalu lub kojarzące się z nim, np. skóry baranie, elementy kute z żelaza, tybetańskie tkaniny, ryzowane zdobienia itp.

Założyliśmy, za Piotrem Sztompką, że wizualna strona ma znaczenie przy przekazywaniu informacji, emocji i wartości w przestrzeni publicznej¹³. Wykonana inwentaryzacja umożliwiła więc „interpretację interpretacji”, ponieważ zgromadzone fotografie przedstawiają wyobrażenia twórców aranżacji „góralskich” wnętrz, którzy w sposób intencjonalny działali w tym kierunku, aby było „góralsko”. Estetyka nie stanowiła jednak głównego celu podjętych rozważań (staraliśmy się nie oceniać), skupiając się na opisie samego zjawiska i omówieniu reakcji odbiorców na daną aranżację. Jednym z założeń projektu było sprawdzenie jak na Podhalu przejawia się etniczająca terenu – czyli czy, i jak częste stosowanie wzornictwa uważanego za góralskie sprzyja afirmowaniu góralszczyzny. Etnicyzacja terenu następuje m.in. poprzez wyraźne sygnalizowanie przynależności określonego terenu do danej kultury i tradycji wyrażane za pomocą symboli, np. parzenicy, rozety. Monika Mazurek badająca to zjawisko na Kaszubach stwierdziła, że symbolami są m.in. znaki wytyczające granice terytorium zajmowanego przez daną społeczność. W związku z tym, im większe nasycenie znaków znaczących, tym większe prawdopodobieństwo, że jesteśmy już na terenie danej grupy¹⁴. Kolejnym celem badań było sprawdzenie czy poprzez aranżacje wnętrz dochodzi do banalizacji regionalnej kultury (rozumianej jako powszechne, powtarzalne i bezrefleksyjne wykorzystanie jej w celach komercyjnych).

Wraz z wzrastającym tempem inwestycji budowlanych na Podhalu, wzrasta ilość komentarzy i opinii na jej temat. W ostatnich latach widoczna stała się tendencja przenoszenia debaty z dotychczasowych środków komunikacji medialnej (prasy, forum publicznego, publikacji) na łamy, a raczej strony portali społecznościowych, prezentujących opinie ekspertów z danej dziedziny, ale także (albo przede wszystkim) nieformalnych grup społecznych oraz indywidualnych blogerów. Z tego względu równoprawnym źródłem informacji, poza zebraniem materiałem fotograficznym, były wyniki badań internetowych. Przeanalizowano wypowiedzi internautów, blogerów i komentatorów, dotyczące współczesnej architektury Podhala i tendencji stylistycznych widocznych we wnętrzach podtatrzańskich lokali. Internautami komentującymi infrastrukturę Podhala są głównie amatorzy w dziedzinie architektury i aranżacji wnętrz. Cechuje ich zdolność wnikliwej obserwacji

¹³ P. Sztompka, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Warszawa 2005, s. 12.

¹⁴ M. Mazurek, *Język, przestrzeń, pochodzenie. Analiza tożsamości kaszubskiej*, Gdańsk 2010, s. 325.

i szybkiej reakcji na zmieniającą się rzeczywistość¹⁵. Są to przeważnie świadomi i zdeklarowani tzw. miłośnicy gór i góralskiej tradycji, którzy z krytycyzmem i troską spoglądają na Podhale. Apogeum dyskusji przypadło na rok 2017, w którym w plebiscycie internetowym, organizowanym przez portal bryła.pl (należący do koncernu Agora SA), główną antynagrodę Makabryła 2017 przyznano przebudowywanej willi „Monte” w Zakopanem. W konkursie tym internauci oddali ponad 25 tys. głosów, z których ponad połowa (12 658) przypadła zakopiańskiej inwestycji.

WSPÓŁCZESNE ARANŻACJE WNĘTRZ

Zinwentaryzowane w trakcie badań obiekty zostały podzielone na dwie kategorie: profesjonalne i amatorskie. Pierwsze to wnętrza zaprojektowane przez zawodowych architektów, drugie – zaaranżowane przez amatorów, najczęściej właścicieli lub dzierżawców obiektu, bez wsparcia ze strony projektantów. W obydwu kategoriach można wyróżnić trzy tendencje stylistyczne, związane z ogólnym gospodarowaniem dostępną przestrzenią, doborem ruchomych elementów wyposażenia oraz dodatków zdobniczych.

Pierwsza tendencja stylistyczna, najczęściej spotykana w lokalach gastronomicznych Podhala, określona jest przez internautów jako „Wiedźmińska Gospoda”. Przejawia się ona w chęci zagospodarowania każdej wolnej przestrzeni w sposób przemyślany, obejmujący jedną konwencję stylistyczną (w wersji profesjonalnej) lub w sposób nieprzemyślany, poprzez nieustanne dokładanie kolejnych elementów wystroju. W tym drugim przypadku dominuje kamień i drewno, połączone z chaotycznie rozmieszczonymi przedmiotami codziennego użytku związanymi z góralszczyzną. Rzeczy te pochodzą z różnych okresów w historii regionu i dziedzin życia. Myślistwo, rolnictwo oraz strój regionalny to jedne z najchętniej wykorzystywanych obszarów.

Druga tendencja, będąca przeciwwagą dla omówionej wyżej, dąży w kierunku minimalizmu oraz łączenia tradycyjnych rozwiązań technicznych z industrialną nowoczesnością. Profesjonalni dizajnerzy w harmonijny sposób łączą drewno, kamień i metal, tworząc proste i funkcjonalne wnętrza. Przykładem jest recepcyjny hol hotelu „Aries” w Zakopanem, w którym, w trakcie generalnego remontu, zdecydowano się pozostawić ceramiczne mozaiki z lat 50. XX wieku¹⁶.

¹⁵ Przykładem tego typu portalu jest Górski Dom Kultury <https://www.facebook.com/gorskidomkultury/?fb>, działający na Facebooku od 2014 r., posiadający stronę internetową: <http://gorskidomkultury.eu/>. Kolejnym jest portal Sto Lat Planowania, dokumentujący absurdy niektórych rozwiązań architektonicznych w Polsce i na świecie.

¹⁶ Hotel „Aries” to dawny Dom Turysty PTTK (generalny remont odbył się w latach 2012–2014), którego wnętrza wyposażone były w dekoracje autorstwa m.in. Barbary Gawdzik-Brzozowskiej, Antoniego Kenara, Kazimierza Fajkosza. Zob. B. Kostuch, *Kolor i blask. Ceramika architektoniczna oraz mozaiki w Krakowie i Małopolsce po 1945 roku*, Kraków 2015, s. 495.



Kolejka alpejska jako element wystroju wnętrza w hotelu „Aries” w Zakopanem.

Fot. archiwum Podhalańskiej Państwowej Uczelni Zawodowej w Nowym Targu (dalej PPWSZ)

Trzecia tendencja, określona przez studentów terminem „po taniości”, charakteryzuje się sprowadzeniem wystroju wnętrza do obłożenia jego ścian deskami oraz wstawienia prostych drewnianych stołów i ław. W lokalach tego typu nie występują dodatkowe elementy dekoracyjne lub pojawiają się w sposób symboliczny. Przykładem może być wystrój restauracji „Czarna Owca” w Nowym Targu. W tej grupie przeważają lokale przeznaczone do szybkiej obsługi noclegowo-gastronomicznej grup zorganizowanych, jak kolonie czy wycieczki zakładowe.

Podczas prowadzonej inwentaryzacji notowane były spostrzeżenia dotyczące dekoracyjności dachu i elewacji budynku oraz zaaranżowania przestrzeni wokół obiektu (ogrodu, parkingu, terenu rekreacyjnego itp.). Z krajobrazu Podhala niemal zupełnie zniknęły dawne wiejskie podwórka, wypełnione maszynami rolniczymi oraz innymi przedmiotami, które „mogą się przydać”. Współcześnie dominują wygodne podjazdy na posesje, wyłożone kostką brukową w otoczeniu zadbanych klombów z krzewami z rodziny cyprysowatych. Zewnętrzna architektura budynków zwraca uwagę wielopiętrowością oraz skomplikowaniem więzby dachowej, ze sporą ilością szczytów i lukarn (określonych ironicznie „plantacją turystów”). Kolejną zauważalną cechą nowoczesnych inwestycji budowlanych pod Tatrami jest



Wnętrze sali jadalnej w restauracji „Czarna Owca” w Nowym Targu.

Fot. czarnaowca.com (dostęp: 28.03.2019)

ich monumentalizm, związany m.in. z ambicjami dotyczącymi kompleksowej obsługi klienta, jak to ma miejsce m.in. w przypadku zespołu obiektów „Term Bukovina” czy rozbudowującego się nieustannie „Nosalowego Dworu”.

Jedną z najbardziej kontrowersyjnych inwestycji pod Tatrami jest, wspomniana wcześniej, przebudowa willi „Monte”. Willa ta, to zabytkowy obiekt zaprojektowany w 1925 roku przez architekta Karola Stryjeńskiego (1887–1932) w tzw. manierze na trójkątno, charakterystycznej dla krakowskiego nurtu art deco¹⁷. W 2015 roku budynek został zlicytowany przez komornika. Nowy inwestor – firma Euro-Trademax – przystąpił do legalnej przebudowy i rozbudowy obiektu, mając zgodę konserwatora zabytków, która narzucała obowiązek zachowania dwóch ścian zewnętrznych i ścian wewnętrznych budynku. Projekt, przygotowany przez architekta Piotra Leja, zakładał przykrycie obiektu betonową nadbudową oraz wchłonięcie willi w strukturę budowanego hotelu, co ostatecznie dało kuriozalny efekt¹⁸. Komentarze,

¹⁷ <http://www.bryla.pl/bryla/56,85300,23169152,makabryla-2017-przebudowa-willi-monte-w-zakopanem-wyniki.html> (dostęp: 12.09.2018).

¹⁸ W momencie oddawania artykułu do druku przebudowa willi zatrzymała się na etapie „stanu surowego”.

nadesłane przez głosujących internautów, zostały podsumowane w raporcie przyznającym antynagrodę, w którym stwierdzono, że: „Makabryla 2017 dla przebudowy willi Monte jest symbolem złych zmian zachodzących w mieście”¹⁹.

Drugim symbolem zmian wywołującym falę medialnej dyskusji o zmianach zachodzących w przestrzeni publicznej Zakopanego była przebudowa, a raczej nowa aranżacja wnętrza, restauracji „Europejska” przy Krupówkach. Do 2017 roku była to, jak pisano w „Tygodniku Podhalańskim” – „kultowa kawiarnia”.

W „Europejskiej” czas się zatrzymał. Wystrój przypominał czasy PRL, a mimo to miejsce to przyciągało tłumy. W wakacje trudno było się do „Europejskiej” wcisnąć. Magnesem przyciągającym turystów i zakopiańczyków był Ryszard Ricardo Wadowski, który wspaniale wyśpiewywał muzyczne przeboje i wciągał gości do tanecznej zabawy²⁰.

lub, jak przedstawił to miejsce portal turystyczny:

Restauracja „Europejska” jest miejscem niewątpliwie magicznym. Czas zatrzymał się w niej w miejscu i dzięki temu, osoby nieco starsze przypominają sobie, a młodsze doświadczą klimatu zabawy z czasów PRL-u. To tutaj można powszechnie minąć stare czasy, gdy „na topie” były imprezy taneczne zwane dancingami²¹.

Wnętrze lokalu utrzymane było w stylu lat 60.–70. XX wieku a jego autentyzm tkwił w opieraniu się wszelkim modom, braku remontów oraz wymiany elementów wyposażenia, które rzeczywiście pamiętały czasy, w których zostały wyprodukowane. Wydaje się, że najtrafniej atmosferę lokalu oddała Beata Słama, redaktorka portalu „Górski Dom Kultury”, pisząc, iż kawiarnia „Europejska”:

Była fenomenem, bo jej siła tkwiła w obciachowości i egalitarności. W przypominającym najstraszniejsze koszmary komuny wnętrzu, przy puszczonej i śpiewanej przez pana Ricarda muzyce wywijają korpo, warszawka, nauczycielki-na-urlopie-dla-poratowania-zdrowia, lokalsi bogaci i biedni, artyści i urzędnicy, ratownicy i przewodnicy, żołnierze i cywile, policjanci i złodzieje, menele i arystokraci. Było to miejsce dla tych, którzy czują konwencję, miejsce szczególnej czułości dla pana Ryszarda, bo wszyscy bywalcy akceptowali go bez

¹⁹ <http://www.bryla.pl/bryla/56,85300,23169152,makabryla-2017-przebudowa-willi-monte-w-zakopanem-wyniki.html> (dostęp: 12.09.2018).

²⁰ <http://24tp.pl/n/38988> (dostęp: 28.09.2018).

²¹ https://www.zakopane-willa.com.pl/restauracja_z_niepowtarzalnym_klimatem_prl-u,s78.html (dostęp: 1.02.2019).

zastrzeżeń i chcieli, by przez trzy weekendowe wieczory był superstar. Wódka była droga, wino było drogie, soki były drogie. Podawały je zmęczone panie, od lat te same. Europejska stała się lokalnym dobrem narodowym²².

W 2016 roku kamienicę z „Europejską” kupił zakopiański biznesmen, który zlecił jej modernizację. Metamorfozę, do jakiej doszło, portal *weranda.pl* podsumował słowami: „po gruntownym remoncie jedna z najstarszych zakopiańskich kawiarni znów jaśniej ekskluzywnością na miarę europejskich kurortów”²³. W wystroju wnętrza dominują nagromadzone przez projektanta motywy zaczerpnięte z regionalnego zdobnictwa, zaproponowane w nowej aranżacji. Są to dla przykładu parzenice wycinane w szkło, lustrach i przedstawione na tapecie. Na wyłożonym drewnem suficie umieszczono olbrzymią rozetę w kształcie dziewięciśiłu oraz rzeźbione belki imitujące sosręby. Na nich wiszą dyskotekowe, lustrzane kule. Głębiej ściany obłożono drewnem na przemian z jasną tapetą w parzenice oraz pokryte kilimami tkanymi w regionalne wzory. Podobne znajdują się na kanapach i siedziskach przy stolikach. Szklany bar wyposażono w sztuczne płomienie połyskujące pomarańczowym światłem pomiędzy butelkami oferowanych przez kawiarnię trunków. Kolejnym elementem wystroju jest sporej wielkości ceramiczny kominek zdobiony arkadą imitującą góralską snycerkę.

Nowa aranżacja wnętrza „Europejskiej” budzi skrajne emocje: od słów szczerzego uznania i zachwyty: „Lokal znany z dawien dawna przybrał nowy wystrój w doskonałym stylu z zachowaniem bardzo dobrego smaku”²⁴ lub „bardzo serdecznie polecam wszystkim ten odnowiony lokal :) wystrój jest genialny, przepiękny. Dawno nie byłam w tak pięknej kawiarni”²⁵; po całkowitą negację: „Prawdziwa perełka pośród zakopiańskiego kiczu i tandety”²⁶ lub „To co nowy właściciel zrobił z tym miejscem to żart. Tandetny wystrój, nabzdyczona obsługa za barem, zero klimatu. Jedynie stary dobry Ricardo trzyma poziom”²⁷. Szerszy komentarz znaleźć można na cytowanym już portalu „Górski Dom Kultury”:

²² (bs), *Kultura pod-górska gastronomiczno-rozrywkowa, pan Ricardo płasza w luksusach*, https://www.facebook.com/search/top/?q=g%C3%B3rski%20dom%20kultury&epa=SEARCH_BOX (dostęp: 13.03.2019).

²³ Ł. Łukaszczyk, *Zakopane: nowe wnętrza kultowej Kawiarni Europejskiej*, <https://www.werandaweekend.pl/dzieje-sie/zakopane-nowe-wnetrza-kawiarni-europejskiej> (dostęp: 25.03.2019).

²⁴ https://pl.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g274793-d750307-Reviews-Europejska-Zakopane_Lesser_Poland_Province_Southern_Poland.html (dostęp: 8.03.2019).

²⁵ Tamże, (dostęp: 8.03.2019).

²⁶ Anna Mularczyk-Mayer (@prostyblog), www.pictame.com/media/1942972746503252953_4587547415#media-1 (dostęp: 28.10.2019).

²⁷ https://pl.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g274793-d750307-Reviews-or10-Europejska-Zakopane_Lesser_Poland_Province_Southern_Poland.html (dostęp: 8.03.2019).

Wnętrze nowej „Europejskiej” wygląda jak showroom sklepu meblarskiego w chicagowskim Jackowie lub na nowojorskim Greenpoincie. [...] Gdy tam wejdziecie, zatęsknicie za przasną karczmą z wypchanymi głowami koziczek spoglądających smętnie w wasze talerze. [...] Europejska to przykład tego, że pieniądze mogą być przekleństwem. Bo każdy element tego wstrząsającego zjawiska jest bardzo drogi i niezły. Wokół każdego z tych elementów można by skomponować dobre wnętrze. Spiętrzone razem tworzą całość, której prosty umysł, siedzący na kanapie z Ikea, nie ogarnie. [...] Jeśli ktoś ma głód góralszczyzny i napad ludomanii, wystarczy, że położy się na podłodze i popatrzy na plafon, a otrzyma porcję góralszczyzny w wersji turbo. Znajdzie coś dla siebie i miłośnik art deco, i prastarej kultury Azteków. Fan baroku i fan renesansu. A nawet średniowiecza. A wszystkiemu przyświeca stary neon Europejska, którego pozostawienie miało być zapewne ukłonem, ale w stronę czego, nie wiem. A pośród tego przepychu pan Ricardo, niczym Alibaba, Arab z bajki, udaje się parostatkiem w piękny rejs. A dokąd płynie, tego też nie wiem. Ale nie smućmy się! Wygląda na to, że Europejska nadal jest obciachowa i egalitarna, a więc tak naprawdę nic się nie zmieniło²⁸.

Widoczną w „Europejskiej” nowoczesną architekturę wnętrz internauci określili jako góralsko-imperialną, która nie ma odpowiedników w innym regionie i pod wieloma względami może konkurować tylko sama ze sobą²⁹. Wewnętrzne aranżacje na wzór „Europejskiej” nazwano również anglojęzycznym określeniem „low-tech”³⁰.

W podobnej konwencji co „Europejska” utrzymane są wnętrza restauracji i cukierni „Góralska Tradycja” oraz „Góralski Browar” zlokalizowanych na ostatnim piętrze galerii handlowej na Krupówkach. Lokale te udostępniono w styczniu 2019 roku w ramach imprezy z udziałem celebrytów, promowanej pod nazwą „Góralski Projekt X”. Na oficjalnej stronie obiektu znajduje się informacja, że:

Znajdziesz tu wszystko to, co w zakopiańskiej tradycji najlepsze. [...] Zachwyci Cię u nas nie tylko wspaniała, góralska kuchnia, ale też przepiękne wnętrza stworzone z inspiracji zakopiańskim stylem Stanisława Witkiewicza. Każdy element wystroju restauracji jest dopracowanym dziełem sztuki stworzonym przez rzemieślników z Podhala, związanych z góralską sztuką i rzemiosłem od lat³¹.

²⁸ (bs), *Kultura pod-górska...*, (dostęp: 13.03.2019).

²⁹ <https://www.facebook.com/stolatplanowania/photos/pcb.1699663660097093/1699662100097249/?type=3&theater>.

³⁰ Niski poziom zaawansowania technologii, minimalizacja technologii, wykorzystanie tradycyjnych rozwiązań technicznych.

³¹ <http://www.goralskatradycja.pl/o-nas> (dostęp: 18.02.2019).



Wnętrze „Górskiej Tradycji”.

Fot. K. Ceklarz, 2019

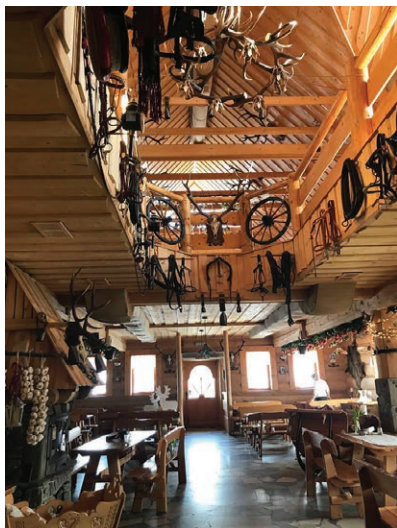
I rzeczywiście, w wystroju dominują rozwiązania dekoracyjne zaczerpnięte z koncepcji Stanisława Witkiewicza, twórcy indywidualnej kreacji architektonicznej – stylu zakopiańskiego. Artysta ten w latach 90. XIX wieku tworzył projekty willowej zabudowy przeznaczonej dla inwestorów pochodzących z miast, nawiązującej do tradycyjnych rozwiązań konstrukcyjnych i zdobniczych charakterystycznych dla Podtatrz. Ponadto projektował wystroje wnętrz oraz niezbędne w tym celu przedmioty codziennego użytku³². Repliki wielu z nich wypełniają wnętrze „Górskiej Tradycji”. Są to m.in. zasłony z wyhaftowanymi parzenicami, kominek zdobiony lelujami³³, zwieńczony koroną (podobny znajduje się w willi „Pod Jedłami”), bogato rzeźbione stoły, krzesła i ławy oraz inne detale jak m.in. klamki w formie ciupagi (pierwowzory można zobaczyć w willi „Koliba”), elementy snycerskie (ryzowane *parzenice*, *pazury* z kalenic dachowych, gadziki, mirwy, leluje, piłki) opisywane przez Władysława Matlakowskiego³⁴.

W wystroju wnętrza pojawiają się nie tylko cytaty „witkiewiczowskie”, ale również konkretne przedmioty związane z życiem codziennym i kulturą ludową Podhala. Są to m.in. przedmioty kojarzone z pasterstwem (zbyrcoki,

³² B. Tondos, *Styl zakopiański i zakopiańszczyzna*, Wrocław 2009, s. 150–155.

³³ Leluje – ornament zdobniczy w formie kwiatu, nawiązujący do lilii złotogłów (*Lilium martagon* L.).

³⁴ W. Matlakowski, *Zdobienie i sprzęt ludu polskiego na Podhalu*, Warszawa 1901.



*Nagromadzenie przedmiotów związanych z myślistwem i rolnictwem w Zajeżdź Furmańskim na Pardałówce w Zakopanem.
Fot. archiwum PPWSZ*



*Nagromadzenie sprzętów codziennego użytku w karczmie „Zapiecek” w Zakopanem.
Fot. archiwum PPWSZ*

czerpaki, chochle, ciupagi, skóry baranie itp.), rolnictwem (pługi, kosy, brony, sanie, wozy drabiniaste itp.), myślistwem/kłusownictwem (kandelabry z rogów jeleni, trofea myśliwskie, wypchane zwierzęta), rzemiosłem (warsztaty kuźnicze wraz z wyposażeniem, stolarskie heble, warsztaty tkackie, koła młyńskie itp.), strojem (chustki, portki góralskie, kapelusze, spódnice, gorsety) oraz życiem codziennym w XIX wieku (rekonstrukcje pieców, obrazy malowane na szkle). Przedmioty te, zawieszone na ścianach, pod stropem lub ustawione na półkach, mają nadać przestrzeni odpowiedniego charakteru, poprzez nawiązanie do romantycznej, zmitologizowanej przeszłości regionu. Za ich pomocą wnętrza zyskują swojskość, znaną bywalcom podhalańskich lokali gastronomicznych z stosowanej od lat aranżacji karczm i pensjonatów.

Elementem wystroju „Góralskiej Tradycji” jest również sztuka m.in. monumentalna płaskorzeźba w drewnie, ukazująca górala z flintą siedzącego na skale oraz grafiki przedstawiające postać brodatego, dojrzałego mężczyzny w stroju regionalnym. Góral ten, zwany Gooral_zakolove, to komercyjna postać wykreowana na potrzeby promocji inwestycji gastronomicznych – „Góralskiej Tradycji”, „Góralskiego Browaru” oraz Nowoczesnego Centrum Turystycznego „ZakoLove”. Fotografie z jego podobizną znajdują się w eksponowanych miejscach, m.in. na drzwiach wejściowych, wydrukach na płótnie, folderach i wyświetlanych na monitorach spotach reklamowych, a także na opakowaniach piwa z „Góralskiego Browaru” i w karcie dań.



Gooral_zakolove, obraz we wnętrzu restauracji „Górska Tradycja”.

Fot. K. Ceklarz, 2019



Wnętrze siedziby „Księstwa Góralskiego”.

Fot. K. Ceklarz 2019

W przestrzeni galerii handlowej spotkać można wielkoformatowe zdjęcia z udziałem tego „Local Heroesa”, jak określono górala w mediach. Model pozuje na nich najczęściej w towarzystwie zwierząt hodowanych na Podhalu (koni, owiec, owczarków podhalańskich), ubrany w odświętny strój regionalny. Tło fotografii stanowi panorama Tatr lub innego, słynącego z urody, miejsca na Podhalu. W rolę Gooralu_zakolove wcielił się cieśla i fiakier z Krzeptówek – Tadeusz Gąsienica-Bednarz. Profesjonalne sesje zdjęciowe z jego udziałem kreowane są w taki sposób, aby model, będący twarzą promowanego biznesu, spełniał także rolę „ambasadora regionu”³⁵. Fotografie, poza zakopiańskimi obiektami, zobaczyć można na Instagramie, na którym stają się coraz popularniejsze³⁶. Ponadto „srebrnego influencerza”³⁷ można

³⁵ Gooral to absolutna sensacja Instagrama. Takiej postaci z polskich gór jeszcze nie widzieliście, „Styl Życia”, <https://bliss.natemat.pl/260979,wyjatkowy-influencer-z-polskich-gor-zdjecia-goorala-z-podhala-to-hit> (dostęp: 20.03.2019); B. Załot, Góral z Krzeptówek, który patrzy na góry i marzy o morzu. Górale twarde jak skała. Fotografie Bartłomieja Jureckiego, <http://www.jurecki.com/pf/twardy-jak-skała-1/> (dostęp: 19.03.2019).

³⁶ https://www.instagram.com/gooral_zakolove/ (dostęp: 19.03.2019); ER, Polski góral robi karierę na Instagramie. Od jego zdjęć nie sposób oderwać wzroku, www.podroze.gazeta.pl/, (dostęp: 19.03.2019).

³⁷ Termin pochodzący od słowa influenza (łac. grypa, wpływ, oddziaływanie). Oznacza osobę w wieku 50+, która prowadzi bloga lub posiada konto na portalu społecznościowym, poprzez które wpływa na opinie szerokiego grona odbiorców.

spotkać osobiście, gdy przechadza się po galerii handlowej pozując do fotografii z każdym, kto ma na to ochotę.

Jeszcze innym przykładem współczesnej aranżacji wnętrz jest siedziba tzw. Księstwa Góralskiego³⁸ – lokalu gastronomicznego oferującego czekoladki w kształcie i o smaku oscypka. Koncepcja zakłada stworzenie nowej marki ekskluzywnych pamiątek z Zakopanego oraz elementów wyposażenia wnętrz nawiązujących dizajnem do tradycji regionu.

W firmie Księstwo Góralskie kultywujemy tę wyjątkową tradycję. Praliny, biżuterię i lampy produkujemy łącząc regionalne wzorce z najwyższej jakości surowcami i nowoczesnym designem. W codziennej pracy inspirujemy się Szkołą Przemysłu Drzewnego i Szkołą Witkiewiczowską: nawiązujemy do wypracowanych przez nie stylów i prezentujemy je w odświeżonej formie³⁹.

W oparciu o lokalnych rzemieślników mają w przyszłości powstać unikatowe wyroby pamiątkarskie, cechujące się wysoką jakością. W lokalnej prasie pojawiły się doniesienia, iż będzie to m.in. alkohol w butelkach przypominających pomnik legendarnego gawędziarza i muzykanta Jana Krzeptowskiego „Sabały” (1809–1894) oraz spodnie góralskie wyszywane kamieniami od Swarovskiego⁴⁰. Aktualnie w ofercie „Księstwa” znajdują się przedmioty użytkowe, nawiązujące kształtem lub zdobieniami do popularnego owcze-go sera – oscypka. Jest to m.in. biżuteria (pierścionki, naszyjniki, kolczyki) w kształcie oscypka, mosiężne kinkiety i lampy wysadzone kryształami Swarovskiego, kształtem również przypominające owczy ser oraz meble zdobione romboidalnym motywem kojarzonym ze „złotem Podhala”, jak czasem określany jest ten popularny przysmak. W przyszłości „Księstwo Góralskie” oferować będzie dodatkowo odzież oraz firmowaną swoim logotypem sieć restauracji, hoteli, pensjonatów oraz taksówek.

³⁸ Internautów bardziej intryguje kontrowersyjna nazwa projektu niż sam wystrój wnętrza czy oferowane produkty. Nazwa kojarzy się z okresem okupacji niemieckiej na Podhalu oraz określeniem stosowanym względem Wacława Krzeptowskiego (1897–1945) – przywódcy „Komitetu Góralskiego” utworzonego w ramach akcji germanizacyjnej „Goralenvolk”, którego nazywano „księciem góralskim”. Internauci komentowali: „Księstwo Góralskie jako propagowanie nazwy związanej z faszyzmem i zdradą ojczyzny winno zgodnie z polskim prawem być zakazane. Czekamy na reakcję władz miasta i powiatu. Co na to IPN!”, zob. J. Słowik, *Spodnie góralskie wyszywane kamieniami...*, komentarz autorstwa: Świdrowaty z dn. 13.10.2017, <http://24tp.pl/n/42650> (dostęp: 24.02.2019) lub „Księstwo Góralskie kojarzy się z «księciem» Wacławem Krzeptowskim i Goralenvolkiem. Ktoś, kto wymyślił taką nazwę dla przedsięwzięcia biznesowego, chyba nie zna historii Podhala...” zob. komentarz autorstwa: helka z dn. 13.10.2017, <http://24tp.pl/n/42650> (dostęp: 24.02.2019).

³⁹ <http://www.ksiestwogoralskie.pl/o-nas> (dostęp: 20.03.2019).

⁴⁰ J. Słowik, *Spodnie góralskie wyszywane kamieniami od Swarovskiego, pamiątki wyrabiane na Podhalu, a nie sprowadzane z Chin. Wszystko sygnowane znakiem „Księstwa Góralskiego”*, <http://24tp.pl/n/42650> (dostęp: 24.02.2019).



Lampa w kształcie oscypka w siedzibie „Księstwa Góralskiego”.

Fot. K. Ceklarz 2019

„Księstwo Góralskie” zapowiada także monumentalną inwestycję gastronomiczno-handlową na stokach Gubałówki. Wizualizacja projektu, przekazana w 2018 roku do oceny radnym miasta Zakopanego, przedstawia przeszkloną wieżę, zwieńczoną galerią widokową w kształcie góralskiego kapelusza oraz rozłożyste tarasy u jej stóp, przeznaczone na punkty handlowe⁴¹.

Analizując zgromadzony materiał fotograficzny można stwierdzić, że zarówno profesjonaliści, jak i projektanci-amatorzy, tworząc „góralskie” oprawy, czerpią inspiracje z tego co w powszechnej świadomości

⁴¹ W. Gojke, *Wieża z góralskim „kapeluszem”. Powstanie nowa atrakcja w stolicy Tatr?*, <https://turystyka.wp.pl/wieza-z-goralskim-kapeluszem-powstanie-nowa-atrakcja-w-stolicy-tatr-6220916671899265a> (dostęp: 21.03.2019).

i wyobraźni stanowi element „kultury tradycyjnej”. W nowych kontekstach wykorzystywane są emblematy i przedmioty, którym przypisuje się dawny rodowód. Najlepszym przykładem jest parzenica, która modyfikowana i przekształcana stanowi najbardziej rozpoznawalny symbol góralszczyzny. Współcześnie funkcjonuje ona w oderwaniu od kontekstu kulturowego, jako zobiektywizowane dobro wspólne. Podobnymi motywami zdobniczymi są rozety, leluje i dziewięściły, które na stałe zagościły w regionalnej kulturze popularnej, a także kreowany na symbol romboidalny emblemat nawiązujący do kształtu oscypka. Ornamenty te funkcjonują w różnych kontekstach (na szyldach i reklamach, stronach internetowych, logach firm, ubiorze, wystroju wnętrz) stając się „marką określającą” region. Pojawia się więc pytanie, czy te regionalno-historyczne cytaty i odwołania służą jedynie „na pokaz” i „na sprzedaż”, czy może również do realizacji innych, głębszych celów?

Etnolog Tomasz Siemiński przekonuje, że powielane i rozpoznawalne wzornictwo, pojawiające się w oderwaniu od korzeni zaistniało jako „tekst folklorystyczny”, który niczym „wzór regionalny” określa geograficzny teren zasięgu danej społeczności kulturowej, a przez to buduje jej tożsamość oraz legitymizuje te instytucje, które go stosują jako swój⁴². „Góralski” wystrój wnętrz, bogaty w wspomniane emblematy, jest więc „dobrym nośnikiem do zapisywania i przekazywania mitu”⁴³ góralskiego, w społeczności, która najwyraźniej cały czas potrzebuje wyrazistych znaków swej tożsamości. „Góralskie” wnętrza wykonane na potrzeby turystów mają za zadanie stworzyć klimat „góralskości” i wpisać dany produkt w lokalny pejzaż kulturowy, ale służą także do wzmacniania poczucia identyfikacji i przynależności grupowej.

Monika Mazurek określiła przedmioty wyposażone w motywy typowe dla danego regionu „mikroznakami etniczności”⁴⁴, które mają za zadanie oznaczyć miejsca, instytucję lub osobę jako przedstawiciela konkretnej społeczności. Ta „etniczność na co dzień” służy więc do afirmowania góralszczyzny. Każda kolejna aranżacja wnętrza z użyciem mikroznaków napędza kolejne etnorealizacje, które dzięki ich zastosowaniu stają się egzotyczne. Za przykładem wspomnianych w artykule stylizacji idą następni inwestorzy, tworząc profesjonalnie przygotowane aranżacje wnętrz, np. hotelu „Bania” w Białce Tatrzańskiej, restauracji „Kabanos” w Jabłonce na Orawie i „Schroniska Smaków” w Bukowinie Tatrzańskiej.

⁴² T. Siemiński, *Konteksty funkcjonowania wzornictwa haftu kaszubskiego* [w:] *Etnoinspiracje. Inspiracje kulturą ludową we współczesnym polskim wzornictwie, modzie, architekturze, reklamie...*, red. K. Kulikowska, C. Obracht-Prondzyński, Gdańsk 2012, s. 31–32.

⁴³ Tamże, s. 35.

⁴⁴ M. Mazurek, dz. cyt., s. 305.

Omówiony projekt badawczy nie jest zakończony. W planach założona jest kontynuacja inwentaryzacji w 2019 i 2020 roku. Szersza dokumentacja badanego zjawiska pozwoli bowiem dojrzeć nowe aspekty i dogłębniej przeanalizować kwestie funkcjonowania „neomodernistycznej góralszczyzny” w kontekście kulturowym, ekonomicznym i turystycznym.

BIBLIOGRAFIA

PUBLIKACJE

- K. Ceklarz, *Góraliszczyzna na sprzedaż. Komercjalizacja tradycji widoczna w krajobrazie Podhala*, „Małopolska” Nr 20: 2018, s. 227–246
- K. Estreicher, *Środowisko artystyczne zakopanego w okresie Młodej Polski (1900–1914)* [w:] *Sztuka około 1900. Materiały Sesji Historyków Sztuki*, Kraków, grudzień 1967, Warszawa 1969, s. 129–140
- M. Konwicki, *Różne oblicza regionalizmu w architekturze* [w:] *Architektura ziem górskich – wczoraj, dziś, jutro. Międzynarodowa konferencja naukowa Instytutu Architektury i Urbanistyki PPWSZ w Nowym Targu, 12–13 grudnia 2008*, red. M. Ponikiewska-Arct, Nowy Targ 2011, s. 94–95
- B. Kostuch, *Kolor i blask. Ceramika architektoniczna oraz mozaiki w Krakowie i Małopolsce po 1945 roku*, Kraków 2015
- A. Kroh, *Sklep potrzeb kulturalnych po remoncie*, Warszawa 2013
- R. Malczewski, *Pępek świata. Wspomnienia z Zakopanego*, Dziekanów Leśny [ok. 2010]
- W. Matlakowski, *Budownictwo ludowe na Podhalu*, Kraków 1892
- W. Matlakowski, *Zdobienie i sprzęt ludu polskiego na Podhalu*, Warszawa 1901
- M. Mazurek, *Język, przestrzeń, pochodzenie. Analiza tożsamości kaszubskiej*, Gdańsk 2010
- Z. Moździerz, *Architektura i rozwój przestrzenny Zakopanego 1600–2013*, Zakopane 2013
- Z. Moździerz, *Główne nurty architektury Zakopanego (1600–2008)* [w:] *Architektura ziem górskich. Wczoraj-dziś-jutro. Międzynarodowa konferencja naukowa Instytutu Architektury i Urbanistyki PPWSZ w Nowym Targu, 12–13 grudnia 2008*, red. M. Ponikiewska-Arct, Nowy Targ 2011, s. 39–53
- B.M. Pawlicki, *Regionalizm i modernizm na Podhalu* [w:] *Architektura ziem górskich. Wczoraj-dziś-jutro. Międzynarodowa konferencja naukowa Instytutu Architektury i Urbanistyki PPWSZ w Nowym Targu, 12–13 grudnia 2008*, red. M. Ponikiewska-Arct, Nowy Targ 2011, s. 26–28
- T. Siemiński, *Konteksty funkcjonowania wzornictwa haftu kaszubskiego* [w:] *Etnoinspiracje. Inspiracje kulturą ludową we współczesnym polskim wzornictwie, modzie, architekturze, reklamie...*, red. K. Kulikowska, C. Obracht-Prondzyński, Gdańsk 2012, s. 29–36
- P. Sztompka, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Warszawa 2005
- B. Tondos, *Związki stylu zakopiańskiego ze sztuką góralską*, „Biuletyn Historii Sztuki”, R. 43: 1981, nr 2, s. 237
- B. Tondos, *Styl zakopiański i zakopiańszczyzna*, Wrocław 2009

- P. Trzeszczyńska, *O sposobach doświadczania przestrzeni turystycznej Zakopanego*, „Prace Pienińskie” Nr 19: 2009, s. 121–138
- A. Wieczorkiewicz, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Kraków 2008
- W. Zin, *Rola architektury regionalnej w dobie budownictwa masowego* [w:] *Aktualne problemy planistyczne i architektoniczne w zespołach architektury regionalnej i ich sąsiedztwie. Materiały z III Ogólnopolskiego Sympozjum Architektury Regionalnej. Kraków–Zakopane 14–16 października 1982*, red. Z. Radziewanowski, J. Zieliński, Kraków 1983, s. 37–38

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

Anna Mularczyk-Mayer (@prostyblog)

www.pictame.com/media/1942972746503252953_4587547415#media-1 (dostęp: 28.10.2019)

(bs), *Kultura pod-górska gastronomiczno-rozrywkowa, pan Ricardo płąsa w luksusach*, https://www.facebook.com/search/top/?q=g%C3%B3rski%20dom%20kultury&pa=SE-ARCH_BOX (dostęp: 13.03.2019)

ER, *Polski góral robi karierę na Instagramie. Od jego zdjęć nie sposób oderwać wzroku*, www.podroze.gazeta.pl/ (dostęp: 19.03.2019)

Gojke, *Wieża z góralskim „kapeluszem”. Powstanie nowa atrakcja w stolicy Tatr?* <https://turystyka.wp.pl/wieza-z-goralskim-kapeluszem-powstanie-nowa-atrakcja-w-stolicy-tatr-6220916671899265a> (dostęp: 21.03.2019)

Gooral to absolutna sensacja Instagrama. Takiej postaci z polskich gór jeszcze nie widzieliście, „Styl Życia”, <https://bliss.natemat.pl/260979,wyjatkowy-influencer-z-polskich-gor-dzjecia-goorala-z-podhala-to-hit> (dostęp: 20.03.2019)

Ł. Łukaszczyk, *Zakopane: nowe wnętrze kultowej Kawiarni Europejskiej*, <https://www.werandaweekend.pl/dzieje-sie/zakopane-nowe-wnetrza-kawiarni-europejskiej> (dostęp: 25.03.2019)

J. Słowik, *Spodnie góralskie wyszywane kamieniami od Swarovskiego, pamiątki wyrabiane na Podhalu, a nie sprowadzane z Chin. Wszystko sygnowane znakiem „Księstwa Góralskiego”*, <http://24tp.pl/n/42650> (dostęp: 24.02.2019)

B. Zalot, *Góral z Krzeptówek, który patrzy na góry i marzy o morzu. Górale twarzą jak skała. Fotografie Bartłomieja Jureckiego*, <http://www.jurecki.com/pf/twardy-jak-skala-1/> (dostęp: 19.03.2019)

<http://24tp.pl/n/38988> (dostęp: 28.09.2018)

<http://gorskidomkultury.eu/>

https://pl.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g274793-d750307-Reviews-Europejska-Zakopane_Lesser_Poland_Province_Southern_Poland.html (dostęp: 8.03.2019)

<http://www.bryla.pl/bryla/56,85300,23169152,makabryla-2017-przebudowa-willimonte-w-zakopanem-wyniki.html> (dostęp: 12.09.2018)

<https://www.facebook.com/gorskidomkultury/?fb>

<https://www.facebook.com/stolatplanowania/photos/pcb.1699663660097093/1699662100097249/?type=3&theater>

https://www.instagram.com/gooral_zakolove/ (dostęp: 19.03.2019)

<http://www.ksiestwogoralskie.pl/o-nas>, (dostęp: 20.03.2019)

<http://www.goralskatradycja.pl/o-nas> (dostęp: 18.02.2019)

https://www.petycjeonline.com/zakopiaski_alarm_urbanistyczny__kategoryczne_stop_budowie_wie?fbclid=IwAR2vDPQYYLDU8Lpljf3rbIE8oaht9Priobkub6BJvDHmrkCNtjFbra54ZM (dostęp: 27.03.2019)

https://www.zakopane-willa.com.pl/restauracja_z_niepowtarzalnym_klimatem_prl-u,s78.html (dostęp: 1.02.2019)

SUMMARY

Katarzyna Ceklarz

MODERN ARRANGEMENTS OF COMMERCIAL AND TOURIST BUILDINGS IN THE PODHALE REGION

The Podhale region is known for its highlanders attachment to their native tradition. The highland treasure shall be considered not only as our cultural heritage but also as a factor which has an impact on the economic situation of the inhabitants. The author of the article depicts the way the unique tradition inspires architects and in which way is used in modern commercial arrangements. Based on the photo documentation and internet research, the author sets apart and describes stylistic trends of modern interior design decorated for tourists. The study also deals with the issue of building the image of Podhale and its treasure by the intentional creation of the highland public space.

KEY WORDS: PODHALE REGION, ARCHITECTURE, ADVERTISEMENT, TOURISM