

Alicja Baczyńska-Hryhorowicz

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

e-mail: alicja-baczynska@wp.pl

<https://orcid.org/0000-0001-7000-7644>

Znaki podróży we wnętrzach mieszkalnych – typy, funkcje, znaczenia

TRAVEL SIGNS IN RESIDENTIAL INTERIORS: TYPES, FUNCTIONS AND MEANINGS

Summary

The article deals with the subject of travel souvenirs and objects associated with tourist destinations which contemporary Poles place in their homes. The author interprets such objects as signs, using Ch. S. Peirce's sign theory. Analysing the textual material obtained from interior design magazines and interior design guides, she distinguishes four functions that objects associated with travel fulfil in domestic space: 1. reviving memories of travels; 2. evoking associations with rest and carefreeness; 3. self-expression and self-identification of the home dwellers; 4. interior aesthetics. The author notes that these functions are consistent with the phenomena characteristic of postmodern culture and testify to the growing interest in cultural diversity in contemporary society.

Keywords: travel; tourism; souvenirs; interior decoration; Peirce's theory of sign

Streszczenie

Artykuł podejmuje temat pamiątek z podróży i przedmiotów kojarzących się z turystycznymi destynacjami, które współcześnie żyjący Polacy umieszczają we wnętrzach mieszkalnych. Autorka interpretuje tego rodzaju przedmioty jako znaki, posługując się teorią znaku Ch.S. Peirce'a. Analizując materiał tekstowy pozyskany z czasopism wnętrzarskich oraz poradników urządzania wnętrz, wyodrębnia cztery funkcje, jakie kojarzone z podróżą obiekty pełnią w domowej przestrzeni. Są to: 1) przywołanie wspomnień o odbytych podróżach; 2) przywołanie skojarzeń z odpoczynkiem i bez troską; 3) autoekspresja i autoidentyfikacja domowników; 4) estetyzacja wnętrza. Autorka zauważa, że funkcje te są spójne ze zjawiskami charakterystycznymi dla kultury epoki ponowoczesnej oraz świadczą o rosnącym we współczesnym społeczeństwie zainteresowaniu odmiennością kulturową.

Słowa kluczowe: podróżowanie; turystyka; pamiątki; urządzanie wnętrz; teoria znaku Peirce'a

Wstęp

W XXI wieku podróżowanie to coś więcej niż wyjazd poza miejsce zamieszkania – to fenomen społeczny, który ogniskuje potrzeby i pragnienia współczesnego człowieka. Motywacje podróżowania mogą być wielorakie: chęć wypoczynku, obcowania z naturą, poznania nowych miejsc i kultur, przeżycie przygody lub ucieczka od codzienności – w każdym przypadku wiążą się jednak z samorealizacją jednostki¹. Oznacza to, że podróżowanie jest zjawiskiem kompensacyjnym – człowiek decyduje się na podróż wówczas, gdy odczuwa pewien życiowy brak. Ponieważ jednak brak ten może być zaspokajany tylko okresowo, w czasie wyjazdu, ludzie dążą do tego, by móc obcować z ideą podróży również we własnym domu, w toku codziennego życia. Krzysztof Podemski zauważa: „Rzeczywistej przestrzennej mobilności towarzyszy często «podróż mentalna», czyli marzenia związane z podróżą, które mogą występować przed, w trakcie podróży oraz jako reminiscencje po jej zakończeniu”². W niniejszym artykule będzie mnie interesować pierwsza i ostatnia z wymienionych kategorii. Obie powodują bowiem, że elementem codziennego życia prowadzonego „tu” stają się obiekty odwołujące się do wymarzonego „tam” – w przestrzeni codziennego funkcjonowania umieszcza się symbole podróży, które przenikając powszedniość, przypominają o marzeniach związanych z przeżyтыми lub upragnionymi wyjazdami.

Najpopularniejszą formą ucieleśnienia podróżniczych reminiscencji są pamiątki – przedmioty zdobywane w miejscu wyjazdu i przywożone do miejsca stałego zamieszkania, by przywoływać wspomnienia minionych wypraw. Jednak skojarzenia z podróżą mogą wywoływać również przedmioty, które nie pochodzą z obcego miejsca, a jedynie w pewien sposób konotują z turystycznymi destynacjami. Mogą je budzić także konkretne cechy obiektów, takie jak barwa, wzór, tworzywo. Wszystkie nawiązujące do podróży elementy umieszczane we wnętrzach mieszkalnych postanowiłam określić mianem „**znaków podróży**”, gdyż – jak wykażę w następnym podrozdziale – spełniają one semiotyczną definicję znaku.

Przystępując do rozważań będących tematem artykułu, przyjąłam dwa założenia. Pierwsze: elementy nawiązujące do podróży we wnętrzach mieszkalnych mają charakter znaku. Drugie: we współczesnych polskich mieszkaniach elementy te występują jako wyposażenie wnętrza bądź jego dekoracja. Bazując na tych tezach, postawiłam pytanie badawcze o funkcje, jakie pełnią przedmioty kojarzone z podróżą dla używających ich osób. Odpowiedź na nie, będąca podstawowym celem niniejszego tekstu, umożliwiła refleksję na temat znaczeń nadawanych takim obiektom (a za ich pośrednictwem podróżom)

1 J. Suprewicz, *Socjologia turystyki*, Lublin 2008, s. 65, 88-90.

2 K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań 2005, s. 112.

przez współcześnie żyjących Polaków. Ukazała również związki tych znaczeń ze zjawiskami kultury ponowoczesnej, takimi jak indywidualizm, globalizacja i konsumpcjonizm.

Danych pozwalających udzielić odpowiedzi na pytanie badawcze dostarczyły mi badania, które przeprowadziłam w marcu 2022 roku metodą jakościowej analizy tekstu. Podstawę materiałową badań stanowiły: czasopisma poświęcone aranżacji i wystroju wewnątrz „Moje Mieszkanie” i „M jak Mieszkanie”, wydawane od lipca 2020 roku do czerwca 2021 roku (łącznie 24 numery); dwie publikacje książkowe o charakterze poradnikowym (*Mieszkaj pięknie* Jagody Kutkowskiej i *Mieszkaj po swojemu* Katarzyny Sojki) oraz dwie publikacje książkowe w formie wywiadów z osobami posiadającymi ciekawie urządzone domy (*Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie* i *Dizajn miejsc codziennych* Aleksandry Koperdy). Ustaliłam trzy kryteria doboru materiału badawczego: 1) ukazanie się w ciągu ostatnich dziesięciu lat; 2) treść dotycząca aranżacji wewnątrz znajdujących się w Polsce oraz 3) wnętrza należących do tzw. zwykłych ludzi³. W analizowanych tekstach interesowała mnie przede wszystkim perspektywa indywidualnych doświadczeń i refleksji, toteż skupiałam się na fragmentach, w których wypowiadały się osoby dekorujące mieszkanie – ich właściciele bądź architekci. Kilukrotnie wykorzystałam również teksty z narracją typu poradniczego, uznając, że ich główną funkcją jest zachęcenie do podjęcia określonych działań, w związku z czym mogą mieć przełożenie na faktyczne praktyki aranżacyjne.

1. Znaki – jako nawiązanie do podróży – we wnętrzach mieszkalnych

Postrzeganie pamiątek z podróży jako znaków wydaje się naturalną konsekwencją ich kulturowej interpretacji. Anna Wiczorkiewicz pisze:

Pamiątki pod pewnymi względami przypominają eksponaty muzealne – jedno i drugie są znakami odsyłającymi do czegoś, co sytuuje się poza ich materialną postacią, ewokują narracje, często bardzo rozbudowane⁴.

Nie muszą mieć więc wartości samej w sobie – mają ją dlatego, że kierują myśli ku innym ideom, obiektom czy zdarzeniom. Jednak nie tylko o przywiezionych z wyjazdów przedmiotach można mówić jako o znakach – są nimi wszystkie elementy wystroju, które nawiązują do idei podróży rozumianej przeze mnie za K. Podemskim jako fizyczne,

3 Wykluczam z analizy teksty o mieszkaniach znanych osób publicznych (aktorów, piosenkarzy, polityków itp.), ponieważ kreowane przez nich wnętrza mogą stanowić element wizerunku medialnego i jako takie są pozbawione cech typowości, na poznaniu których mi zależy.

4 A. Wiczorkiewicz, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Kraków 2008, s. 44.

rzeczywiste przemieszczenie się w przestrzeni⁵, wiążące się z czasowym opuszczeniem codziennego środowiska i znalezieniem się w środowisku niecodziennym⁶.

W swojej analizie będę posługiwać się teorią znaku sformułowaną przez jednego z twórców nowoczesnej semiotyki, amerykańskiego filozofa Charlesa Sandersa Peirce'a. Zgodnie z nią znak można definiować jako coś, „co dla kogoś zastępuje coś innego pod pewnym względem lub ze względu na pewną właściwość”⁷. W interpretacji Ch.S. Peirce'a znak jest podstawą procesu poznania i nieodłączną częścią ludzkiego myślenia – „zewnątrzną szatą myśli”⁸. Oznacza to, że każde wytworzenie myśli jest wytworzeniem znaku, a bez znaków człowiek nie jest w stanie poznać siebie ani świata. Najistotniejszym aspektem teorii amerykańskiego filozofa jest trójdzielna struktura znaku, tzw. relacja triadyczna. Sytuacja znakowa ma trzy nierozzerwalnie ze sobą związane elementy. Pierwszym jest **reprezentamen** (**środek przekazu** tłumaczony też jako nośnik znaczenia), czyli to, co człowiek spostrzega jako znak (może być jakością zmysłową, umowną bądź realnie istniejącą). Drugi to **przedmiot znaku**, a więc to, co znak zastępuje (przedmiot można bezpośrednio zaobserwować lub może być on jedynie wytworem ludzkiego umysłu). Trzecim elementem jest **interpretant znaku**, który wiąże środek przekazu z przedmiotem i w ten sposób przekazuje jego znaczenie⁹. Co jednak z punktu widzenia moich badań najbardziej interesujące, Ch.S. Peirce wprowadził podział związany ze stosunkiem znaku do reprezentowanego przedmiotu – na znaki ikoniczne, indeksy i symbole. **Znak ikoniczny** to znak oparty na związku podobieństwa z reprezentowanym przedmiotem (np. fotografia). **Indeksem** (zwanym również wskaźnikiem) jest znak mający bezpośredni kontakt z reprezentowanym przedmiotem (np. dym będący oznaką ognia). **Symbol** natomiast to znak o charakterze konwencjonalnym (będą nim np. znaki drogowe)¹⁰.

Analiza zebranego materiału badawczego pozwoliła stwierdzić, że wśród znaków podróży znajdujących się we wnętrzach mieszkalnych można odnaleźć każdy z wyodrębnionych przez Peirce'a typów. Znakiem ikonicznym będą przede wszystkim fotografie, pocztówki, plakaty oraz wszelkie przedmioty odzwierciedlające wygląd danego obiektu, bez względu na formę – a więc zarówno figurka, jak i magnes na lodówkę, przedstawiająca jakąś atrakcję turystyczną, np. smoka wawelskiego. Ikonami będą również wzory czy

5 Podróż rozumiana może być również metaforycznie – jako doświadczenie artystyczne (podróż filmowa, literacka, muzyczna) lub psychologiczne (podróż w głąb siebie). Ujęcie to wykracza jednak poza zakres tematu podejmowanego w tym artykule.

6 K. Podemski, *Sociologia podróży*, s. 111-112.

7 H. Buczyńska, *Peirce*, Warszawa 1966, s. 68.

8 Tamże, s. 57.

9 A. Baldy, *Przyczynek do Ch.S. Peirce'a koncepcji znaku*, „Studia Philosophiae Christianae”, 43 (2007), nr 2, s. 119-123.

10 Tamże, s. 120.

faktury jednoznacznie związane z określonym dziedzictwem kulturowym, czego dobrym przykładem jest fragment artykułu w jednym z wnętrzarskich czasopism:

W łazience przy sypialni właściciele od razu po wejściu czuje się klimat wnętrz arabskich. Powierzchnia ścian przypomina tadelakt – gładzony tynk wapienny stosowany w marokańskich łaźniach¹¹.

Za indeksy można uznać z kolei wszystkie obiekty mające styczność z miejscami lub przedmiotami w miejscu podróży i będące z nimi w jakiś sposób powiązane, np. muszelki zebrane na plaży, odłamki pochodzące z ruin budowli, bilety z lokalnych muzeów lub środków transportu. Jedna z rozmówczyń Aleksandry Koperdy przyznaje:

Ja raczej niczego nie zbieram [...]. Ale jest wyjątek – lubię sobie czasem przywieźć kamień z Étretat w północnej Francji. Mam już sporą kolekcję¹².

Charakter symbolu mają w przestrzeni mieszkalnej kolory, materiały i formy – ich znaczenie jest generowane przez kulturę formującą konkretne skojarzenia i punkty odniesień, co jest widoczne w tekście na temat aranżacji balkonu:

Słoneczny odcień żółtego zestawiony z beżem oraz jasnym drewnem i plecionkami to kwintesencja wakacyjnego pejzażu – będziesz się czuła jak na plaży! Braki w materiale podstawowym, czyli piasku, nadrób, ustawiając stolik i siedziska na jutowej macie¹³.

Reasumując, przedmioty przywiezione z podróży i umieszczone we wnętrzach mieszkalnych można określić mianem „znaków podróży”, wypełniają one bowiem zacytowaną wyżej definicję: ze względu na pewne właściwości (kształt, kolor, pochodzenie) zastępują swoim właścicielom miejsca, do których ci podróżowali lub chcieliby podróżować. Istotne wobec tego wydaje się postawienie pytania: w jakim celu ludzie umieszczają w swoich domach kojarzące się z podróżą obiekty i jakie potrzeby w ten sposób zaspokajają? Odpowiedzi na nie udzieli kolejna część artykułu.

2. Funkcje znaków podróży we wnętrzach mieszkalnych

Analiza zgromadzonego materiału badawczego pozwoliła na wyodrębnienie czterech funkcji, jakie pełnią w domowej przestrzeni kojarzone z podróżą obiekty. Są to:

11 „M jak Mieszkanie”, 2021, nr 1 (252), s. 25.

12 A. Koperda, *Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie*, Kraków 2020, s. 185.

13 „Moje Mieszkanie”, 2020, nr 7 (263), s. 14.

- 1) przywołanie wspomnień o odbytych podróżach;
- 2) przywołanie skojarzeń z odpoczynkiem i beztrąską;
- 3) autoekspresja i autoidentyfikacja domowników;
- 4) estetyzacja wnętrza.

W dalszej części tekstu omówię je oraz zilustruję cytatami ze zgromadzonych materiałów źródłowych.

Przywoływanie wspomnień o odbytych podróżach to odtwarzanie w pamięci odwiedzanych w przeszłości miejsc oraz przeżyć, jakie się z tym wiązały. Tę funkcję realizują przede wszystkim przywożone z podróży pamiątki, których głównym zadaniem jest przywoływanie wspomnień i związanych z nimi emocji. W analizowanym materiale pojawiały się rozmaite pamiątkowe przedmioty – od tych uniwersalnych dla wszystkich turystycznych destynacji, jak kubki, magnesy czy widokówki, po charakterystyczne dla danych miejsc, np. figurki *maneki-neko* przywiezione z Dalekiego Wschodu¹⁴, perski dywan będący pamiątką z podróży do Iranu¹⁵ czy poduszka w kształcie głowy Myszki Miki kupiona w kalifornijskim Disneylandzie¹⁶. W opowieściach bohaterów wywiadów i reportaży pojawiają się również obiekty nietypowe, które nie miały statutu pamiątki, dopóki nie została ona im nadana:

Coś wyjątkowego i niesztampowego staramy się przywieźć z każdej podróży. I tak błękitna okiennica została znaleziona na śmietniku na Santorini. Wysłaliśmy ją do domu pocztą i zawisła przy kuchennym oknie¹⁷.

Tak więc obiekt niemający pamiątkowych konotacji, również może pełnić rolę przywoływania podróżniczych wspomnień, jeśli w roli tej umieszcza go domownicy. Zdarza się, że przywożony z podróży przedmiot oprócz funkcji pamiątkowej zyskuje też funkcję użytkową i praktyczną, jak w tej opowieści:

Drzwi do pomieszczenia gospodarczego pochodzą z Estonii [...]. Podczas jednej z wycieczek znaleźliśmy stare zabudowania i dostaliśmy pozwolenie na ściągnięcie dwóch par drzwi z nieużywanej obory. Drugie zostały przerobione na szafkę pod telewizor¹⁸.

Niekiedy funkcję wywoływania wspomnień sprawują nie przedmioty przywiezione z innego miejsca, a zakupione już po podróży. Tak samo mają one jednak za zadanie kojarzyć się z odwiedzaną lokalizacją. Na przykład bohaterowie jednego z reportaży we

14 A. Koperda, *Dizajn miejsc codziennych*, Kraków 2021, s. 83.

15 Tamże, s. 114-115.

16 A. Koperda, *Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie*, s. 159.

17 Tamże, *Dizajn miejsc codziennych*, s. 142.

18 Tamże, s. 266.

wnętrzarskim czasopiśmie oczarowani wycieczką do Londynu zawiesili na ścianie plakat ze współrzędnymi geograficznymi tego miasta¹⁹.

W wielu wypowiedziach dotyczących podróżniczych pamiątek pojawiał się wątek wzbudzania przy ich pomocy pozytywnych emocji: „Przypominają nam miłe, beztro-
skie chwile”²⁰ – mówią właściciele kolekcji przywożonych z podróży kolorowych talerzy; „Ileż na nie patrzę, pojawiają się miłe wspomnienia i uśmiech”²¹ – przyznaje kobieta opowiadająca o pochodzących z Maroka drewnianych figurkach. Funkcja przywoływania podróżniczych wspomnień wyraźnie łączy się więc z generowaniem dobrego nastroju. Przy założeniu, że czas podróży jest przede wszystkim czasem wypoczynku, podtrzymywania relacji międzyludzkich i rozwijania wiedzy o świecie, a więc czynności wartościowanych pozytywnie, naturalna wydaje się potrzeba otaczania się tym, co owe doświadczenia przywołuje. Przypominające o radosnych chwilach znaki podróży ułatwiają radzenie sobie z tęsknotą za minionymi wakacjami i pomagają znieść czas oczekiwania na kolejne.

Przywoływanie skojarzeń z odpoczynkiem i bez troską to funkcja, która w przeciwieństwie do poprzedniej nie musi być realizowana przez przedmioty związane z faktyczną bytnością w określonym miejscu. Pełniące ją elementy nie muszą również odnosić się do konkretnych lokalizacji geograficznych, mogą określać jedynie pewne typy krajobrazu, takie jak plaża czy góry. Ich głównym zadaniem jest bowiem kreowanie nastroju związanego z radością, relaksem, spokojem, komfortem. Tworzone w ten sposób skojarzenia wiążą się z ideą wakacji i urlopu – najczęstszymi kontekstami podróżowania, których celem jest przede wszystkim wypocznik, przeważnie na łonie przyrody. Odzwierciedlają to zebrane przeze mnie teksty odwołujące się do krajobrazów naturalnych – głównie tych konotujących z ciepłym klimatem. Dobrze widać to w poniższych cytatach: „Ustawiony w ogrodzie czy na tarasie [parasol – A.B.H.] będzie punktem wyjścia dla aranżacji w stylu rajskej plaży. Dołóż leżaki i siedziska w słonecznych odcieniach oraz muszle, i gotowe!”²²; „Stół z drewna mango, ratanowe krzesła i lampy z liści palmowych tworzą w jadalni klimat domku na plaży”²³; „W sypialni króluje wakacyjny klimat. Tworzą go ponadczasowa kolorystyka, tekstylia w paski i prążki oraz grafiki przedstawiające koralowce”²⁴. Asocjacja ze słońcem i ciepłem jest też największym atutem obiektów symbolizujących przestrzenie miejskie, co widać w komentarzu dotyczącym wzorzystych płytek podłogowych, „które przywołują skojarzenia z domami w ciepłym klimacie”²⁵ czy

19 „Moje Mieszkanie”, 2020, nr 7 (263), s. 57.

20 Tamże, nr 12 (268), s. 28.

21 A. Koperda, *Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie*, s. 173.

22 „Moje Mieszkanie”, 2020, nr 7 (263), s. 13.

23 Tamże, nr 10 (266), s. 31.

24 Tamże, nr 9 (265), s. 58.

25 „M jak Mieszkanie”, 2020, nr 11 (250), s. 51.

w tekście opisującym tapetę z motywem południowoeuropejskich budynków: „Wizerunek hiszpańskiej architektury skąpanej w słońcu oddaje entuzjazm i paletę barw Hiszpanii, można się tu poczuć jak na wakacjach”²⁶. Rzadziej w analizowanych tekstach pojawiały się nawiązania do krajobrazu polskiej wsi, jednak i ona była wiązana z wakacyjnym odpoczynkiem na łonie natury: „Sięgnij po barwne detale w jasnych kolorach lata: żółtym, zielonym, błękitnym. Wybraliśmy je do naszych wnętrz. Wnoszą przytulność, kojarzą się z wakacjami na wsi”²⁷.

Opisana wyżej funkcja trafnie odzwierciedla współczesne tendencje do traktowania podróży przede wszystkim w kategoriach rekreacyjnych²⁸. Warto zaznaczyć, że doświadczenie podróży nie musi być wyłącznie doświadczeniem przyjemnym – może wiązać się z wysiłkiem i zmęczeniem fizycznym oraz przeżywaniem negatywnych emocji, takich jak rozczarowanie czy frustracja, np. gdy odwiedzane miejsce nie przystaje do pokładanych w nim oczekiwań. Jednak umieszczane we wnętrzach mieszkalnych znaki podróży odsyłały do tego, co ładne, miłe i komfortowe, utrwalając ten sposób wizję podróży jako czasu wypoczynku, rozrywki i przyjemności²⁹.

Trzecią wyodrębnioną przeze mnie funkcją jest **autoekspresja i autoidentyfikacja**. Realizują ją znaki podróży, które pomagają domownikom „wyrzucić siebie”: swoją osobowość, pasję, zainteresowania. Funkcja ta ukazuje fakt, że podróżowanie stało się współcześnie elementem stylu życia, odzwierciedlającym oprócz upodobań jednostki również jej status majątkowy czy przynależność do określonej grupy społecznej³⁰. Funkcja ta wpisuje się w antropologiczną refleksję na temat roli, jaką w życiu współczesnego człowieka pełni dom: oprócz zasadniczej funkcji użytkowej (spełnia podstawowe potrzeby bytowe) pełni też funkcje uczuciowe – jest formą uzewnętrznienia osobowości i tożsamości mieszkańców³¹.

W przeanalizowanym przeze mnie materiale ujawnia się fakt, że podróżowanie nie jest obecnie jedynie formą spędzania czasu wolnego, ale pasją, która w znacznym stopniu definiuje tożsamość właścicieli. Artykuł prezentujący dom, którego wystrój został zainspirowany kulturą Bliskiego Wschodu, zaczyna się od słów:

Do niedawna życie zawodowe i pasje gospodarzy wiązały się z częstymi wożażami po świecie. Stąd w ich mieszkaniu przedmioty i meble przywiezione z miejsc, które

26 „Moje Mieszkanie”, 2020, nr 11 (267), s. 17.

27 Tamże, s. 30.

28 J. Suprewicz, *Socjologia turystyki*, s. 89, 96-97.

29 Naturalnie, podróżowanie może mieć również inne cele, przede wszystkim poznawcze, badawcze czy edukacyjne. Nie ujawniły się one jednak w analizowanym materiale, stąd pomijam w swoich rozważaniach tego typu peregrynacje.

30 Zob. K. Podemski, *Socjologia podróży*.

31 J. Goryński, *Mieszkanie wczoraj, dziś i jutro*, Warszawa 1973, s. 25.

ich zafascynowały, albo nawiązujące do nich. Teraz, w czasie pandemii, gdy wyjazdy nie są możliwe, nabrały szczególnego znaczenia³².

Aranżacja wnętrza odzwierciedla więc osobowość i styl życia właścicieli, a dodatkowo stanowi substytut ulubionego zajęcia w czasie, gdy podróżowanie zostało poddane licznym obostrzeniom. Przestrzeń wypełniona tym, co bliskie, sprawia, że domownicy czują się w niej komfortowo i budują z nią emocjonalną więź. Tak tworzy się poczucie przynależności do miejsca, skłonność do traktowania go jako „własne” nie tylko na poziomie formalnym, ale przede wszystkim emocjonalnym. Jak mówi jedna z bohaterek:

Bilety z promu wodnego w Bangkoku wiszą w przedpokoju obok rysunków, grafik i pocztówek z wycieczek. Pożłacane lusterko z Barcelony, słoiczki z piaskiem i kamieniami z każdej z plaż, na których byliśmy, rysunek Jagienki na serwetce z włoskiej restauracji – to rzeczy, które sprawiają, że przestrzeń jest „nasza”³³.

W podobnym tonie są utrzymane teksty o charakterze poradnikowym, które zalecają, by dekorować wnętrza pamiątkami, jeśli chce się nadać mu indywidualny rys: „Mój ulubiony rodzaj dodatków to pamiątki [...]. Kilka wyjątkowych obiektów, ciekawie wyeksponowanych, doda wnętrzu to coś, czego nie da się podrobić”³⁴; „Jeśli masz piękne wspomnienia z dalekich podróży, otaczaj się przedmiotami, które je przywołają – będą wpływać na Ciebie inspirująco. Muszelki zebrane na plaży, figurka z Dalekiego Wschodu lub magnesy na lodówce sprawiają, że twoje mieszkanie stanie się prawdziwie osobistą przestrzenią”³⁵.

Odniesienie do podróżniczych pasji domowników często staje się wiodącą wytyczną w architektonicznych projektach. W jednym z reportaży architektka opowiada: „Pani domu świetnie włada hiszpańskim i ma chyba sentyment do Półwyspu Iberyjskiego. Postanowiłam do tego nawiązać wzorzystymi płytkami”³⁶. W innym architektka zaprojektowała siedziska i szafki z ażurowymi frontami, przywołujące „skojarzenia z wnętrzami Bliskiego Wschodu, którym są zauroczeni właściciele”³⁷. Działania takie z punktu widzenia użytkowników mieszkania są oceniane pozytywnie, dzięki nim mogą na co dzień przebywać w miejscu, które współgra z ich preferencjami, a co za tym idzie – utożsamiać się z przestrzenią własnego domu.

32 „M jak Mieszkanie”, 2021, nr 1 (252), s. 19.

33 A. Koperda, *Dizajn miejsc codziennych*, s. 142.

34 K. Sojka, *Mieszkaj po swojemu*, Warszawa 2020, s. 203.

35 J. Kutkowska, *Mieszkaj pięknie. Piękne wnętrza to kwestia pomysłu, a nie pieniędzy*, Kraków 2018, s. 226.

36 „M jak Mieszkanie”, 2020, nr 11 (250), s. 64.

37 „M jak Mieszkanie”, 2021, nr 1 (252), s. 18.

Ostatnia z wyodrębnionych przeze mnie funkcji to **estetyzacja**, którą rozumiem jako wizualne uatrakcyjnienie wnętrza mieszkalnego. Inaczej niż poprzednie nie odnosi się ona do przedmiotu znaku, a jedynie do fizycznej formy jego nośnika. Przedmioty kojarzone z podróżami mają więc być piękne, dekorować dom, przykuwać wzrok, sprawiać wizualną przyjemność. Jak głosi jeden z tekstów poradnikowych: ozdabiając wnętrza pałaczkami, „przy niewielkim wysiłku [można – A.B.H.] osiągnąć świetny efekt”³⁸.

Do funkcji estetycznej zaliczam opowieści o elementach wyposażenia, pojawiające się we wnętrzu na skutek inspiracji obiektami dostrzeżonymi w czasie podróży. Bohaterowie wprowadzają do swoich mieszkań koncepcje i rozwiązania, które spodobały im się podczas pobytu poza miejscem zamieszkania. Trafnie oddają to wypowiedzi:

W trakcie studiów przez semestr mieszkałam w Danii i miałam tam szansę zobaczyć wiele ciekawych rozwiązań. Jedną z rzeczy, które najbardziej do mnie przemówiły, były bardzo popularne białe, kwadratowe płytki. Niezależnie od zamożności właściciela prawie wszędzie stosowano to samo zwyczajne i piękne rozwiązanie. Obiecałam sobie, że kiedyś tak będzie i u mnie. Więc zarówno w łazience, jak i w kuchni na ścianach są właśnie białe płytki³⁹.

*

Inspiracją [do urządzenia wnętrza – A.B.H.] była Francja [...]. Mój pokój w Cité Universitaire de Paris miał drewniany parkiet, wymyślne zielone okiennice, mozaiki na korytarzach. Bardzo dobrze odnajduję się w takich wnętrzach – są przytulne, nienachalne, wesołe i ciepłe. Ale równocześnie eleganckie i stylowe⁴⁰.

*

Inspirowałam się stylem francuskim, z którym jest mi bardzo po drodze. Uwielbiam piękno w szerokim tego słowa znaczeniu, kocham podróżować, szukać wspaniałych miejsc, a największą słabość mam właśnie do paryskich kamienic⁴¹.

*

Podczas niedawnej podróży do Marrakeszu uzmysłowiliśmy sobie, jak kolor potrafi wpływać na otoczenie i nastrój miejsca. Zdecydowaliśmy się dodać trochę koloru na fragment ściany w kuchni [...]. Postawiliśmy na surową sjenę⁴².

Warto zwrócić uwagę, że w zacytowanych wypowiedziach najistotniejszy jest wygląd przedmiotów i „klimat”, jaki za jego pomocą tworzą – użyteczność zapożyczanych obiektów ma dla bohaterów zdecydowanie mniejsze znaczenie.

38 A. Koperda, *Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie*, s. 293.

39 Tamże, s. 140.

40 Tamże, s. 209.

41 „M jak Mieszkanie”, 2021, nr 2 (253), s. 51.

42 A. Koperda, *Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie*, s. 141.

Podobnie jest w przypadku wnętrz, które zostały zaaranżowane na podstawie określonego stylu estetycznego, zaczerpniętego bezpośrednio z konkretnego obszaru geograficznego. To nie funkcjonalność decyduje o ich zastosowaniu we wnętrzu, ale właśnie subiektywnie postrzegana uroda. „Lubimy styl hampton, więc nie mogło u nas zabraknąć nadmorskich barw, naturalnych plecionek oraz jasnego drewna”⁴³ – stwierdza bohaterka jednego z analizowanych tekstów. „Zawsze bardzo podobały mi się wnętrza w stylu skandynawskim”⁴⁴ – przyznaje inna. Warto odnotowania wydają mi się również przejawy swobodnego łączenia stylów i motywów wizualnych z różnych części świata – ukazuje to bowiem, że chęć realizacji funkcji estetycznej (jak również trzech pozostałych) jest silniejsza niż potrzeba spójności i wierności geograficznej. Za przykład tego mechanizmu może posłużyć następujący opis:

Na ścianach białe tynki wapienne jak na greckiej wyspie Mykonos. Etniczne dekoracje i plecionki niczym z Afryki lub Australii. Płytki w kuchni i łazience prosto z Maroka, a drewno eukaliptusowe na klatce schodowej z RPA. Niemal w każdym wnętrzu egzotyczne rośliny. Gdzie jesteśmy? W domu we Wrocławiu. Tu naprawdę można odpocząć!⁴⁵

Zakończenie

Omówione wyżej funkcje znaków podróży we wnętrzach mieszkalnych pozwalają na wysnuć refleksji dotyczących kontekstów podróżowania właściwych dla kultury epoki nowoczesnej⁴⁶. Wśród nich w pierwszej kolejności należy wymienić indywidualizm, który determinuje fakt sięgania po związane z podróżą przedmioty – z analizowanych tekstów można wywnioskować, że motywacja do umieszczania znaków podróży w mieszkaniu jest w dużej mierze wewnętrzna: wynika z osobistej potrzeby, a nie z chęci wypełnienia kulturowych czy środowiskowych norm. Z indywidualizmu wynika również dobór elementów kojarzonych z podróżą dyktowany subiektywnym gustem, co ukazała opisana wyżej funkcja estetyczna. Z kolei wspomniane łączenie ze sobą stylów z różnych obszarów geograficznych wydaje się być przejawem globalizacji unifikującej różnice kulturowe między regionami. Samo gromadzenie i przechowywanie różnorodnych obiektów, opisane w funkcji przywoływania wspomnień, można uznać za efekt konsumpcjonizmu, który wymusza działania koncentrujące się na zdobywaniu różnorodnych dóbr materialnych.

43 „Moje Mieszkanie”, 2020, nr 9 (265), s. 57.

44 Tamże, nr 7 (263), s. 55.

45 „M jak Mieszkanie”, 2020, nr 10 (249), s. 28.

46 Zob. K. Sala, *Postmodernistyczne zachowania konsumentów na rynku turystycznym w Polsce*, Kraków 2018, s. 12-76.

Istotną cechą współczesnego dyskursu podróźniczego jest również modyfikacja kategorii obcości. Socjolog Eric Cohen w swoich tekstach zauważa, że inność, która kiedyś była źródłem lęku, z początkiem XX wieku stała się źródłem fascynacji, a jej doświadczenie zamiast dyskomfortu zaczęło przynosić satysfakcję. Jego zdaniem obcość jest obecnie wartością samą w sobie i z tego powodu stanowi obiekt pragnień podróżników i turystów⁴⁷. Analizowane przeze mnie teksty zdają się potwierdzać, że dla współczesnych Polaków obcość nie jest już kategorią, która budzi strach czy wrogość. Wręcz przeciwnie: jest ona tym, co intryguje i fascynuje, czymś, czego warto doświadczyć nie tylko w czasie podróży, lecz także po jej zakończeniu, przenosząc związane z nią symbole do własnego domu. Znaki podróży są przecież w dużej mierze „znakami obcości”, jest to jednak obcość pożądana, a z czasem też oswojona i akceptowana jako część tego, co własne, a nawet – co udowodniła funkcja identyfikacyjna – jako czynnik konstruujący tożsamość. Jak ujmuje A. Wiczorkiewicz:

W ten sposób świat odległy i egzotyczny zostaje zamieniony w przestrzeń osobistego przeżycia, a jednocześnie egzotyczna pamiątka wskazuje na to, że jej właściciel jest kimś wyjątkowym⁴⁸.

Znamienny jest również wizualny wymiar analizowanych znaków. W zebranych materiale pojawił się tylko jeden tekst odnoszący się do zmysłu innego niż wzrok – była to wypowiedź dotycząca przywożenia z podróży „przypraw i pomysłów na gotowanie”⁴⁹. Tezę, że doświadczenie podróży jest związane przede wszystkim z percepcją wizualną, rozpowszechnił w swojej książce *Spojrzenie turysty* brytyjski socjolog John Urry, wychodzący z założenia, że współczesny turysta przede wszystkim patrzy, ogląda i obserwuje. Zauważa on, że turyści widzą obiekty konstytuowane poprzez znaki, a następnie starają się je reprodukcować przy pomocy fotografii, filmów czy widokówek – turystyka jest więc w pewnym sensie kolekcjonowaniem znaków⁵⁰. Opisane w niniejszym artykule znaki podróży wpisują się w podejmowane przez J. Urry’ego rozważania, udowadniając, że dominujące trendy kulturowe mają swoje odzwierciedlenie w wielu przejawach życia społecznego – również w dekorowaniu wnętrz mieszkalnych.

47 K. Podemski, *Socjologia podróży*, s. 46.

48 A. Wiczorkiewicz, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, s. 47.

49 A. Koperda, *Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie*, s. 279.

50 Zob. J. Urry, *Spojrzenie turysty*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2007.

Bibliografia

ŹRÓDŁA WYDANE

- Koperda A., *Dizajn miejsc codziennych*, Kraków 2021.
Koperda A., *Odwiedziny. Rozmowy o dizajnie*, Kraków 2020.
Kutkowska J., *Mieszkaj pięknie. Piękne wnętrza to kwestia pomysłu, a nie pieniędzy*, Kraków 2018.
Sojka K., *Mieszkaj po swojemu*, Warszawa 2020.

PRASA

- „Moje Mieszkanie”, 2020, nr 7 (263).
„Moje Mieszkanie”, 2020, nr 9 (265).
„Moje Mieszkanie”, 2020, nr 11 (267).
„Moje Mieszkanie”, 2020, nr 12 (268).
„Moje Mieszkanie”, 2021, nr 2 (270).
„Moje Mieszkanie”, 2021, nr 5 (273).
„M jak Mieszkanie”, 2020, nr 10 (249).
„M jak Mieszkanie”, 2020, nr 11 (250).
„M jak Mieszkanie”, 2021, nr 1 (252).
„M jak Mieszkanie”, 2021, nr 5 (256).

OPRACOWANIA

- Baldy A., *Przyczynek do Ch.S. Peirce'a koncepcji znaku*, „Studia Philosophiae Christianae”, 43 (2007), nr 2, s. 119-131.
Buczyńska H., *Peirce*, Warszawa 1966.
Goryński J., *Mieszkanie wczoraj, dziś i jutro*, Warszawa 1973.
Podemski K., *Socjologia podróży*, Poznań 2005.
Sala K., *Postmodernistyczne zachowania konsumentów na rynku turystycznym w Polsce*, Kraków 2018.
Suprewicz J., *Socjologia turystyki*, Lublin 2008.
Urry J., *Spojrzenie turysty*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2007.
Wieczorkiewicz A., *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Kraków 2008.