

Duch Gór jako kapitał narracyjny Karkonoszy – od legendy do współczesnych reinterpretacji mitu w literaturze, muzeach i mediach cyfrowych

Barbara Weźgowiec

b.wezgowiec@uj.edu.pl

Uniwersytet Jagielloński

orcid: 0000-0003-3133-3759

Abstrakt: Celem artykułu jest analiza mitu Ducha Gór (Liczyrzepy / Rübezahl) jako kapitału narracyjnego Karkonoszy i jego znaczenia dla współczesnej turystyki kulturowej. Wychodząc z założenia, że turystyka ta opiera się na narracyjnych sposobach organizowania doświadczenia miejsca, ukazano funkcjonowanie i transformacje mitu w trzech obszarach: literaturze popularnej, muzealnictwie narracyjnym oraz mediach cyfrowych. W części literackiej szczególną uwagę poświęcono serii kryminałów Sławomira Gortycha, w której realne miejsca Karkonoszy współtworzą znaczenie narracyjne i potencjał turystyki literackiej. Analiza muzealna obejmuje przede wszystkim immersyjne praktyki interpretacji dziedzictwa obecne w interaktywnym centrum Karkonoskie Tajemnice. W trzecim obszarze koncentruję się na cyfrowych reprezentacjach mitu (projekty audiowizualne i digital storytelling), które rozszerzają przestrzeń odbioru legendy poza tradycyjne media i przestrzeń fizyczną. Artykuł wskazuje, że mit Ducha Gór przekształca się z folklorystycznego elementu dziedzictwa niematerialnego w dynamiczny zasób kulturowy, który współorganizuje doświadczenie turystyczne i uczestniczy w procesie budowania marki regionu. Jednocześnie uwzględniono ambiwalentny charakter tych przemian, związany z procesem komercjalizacji i upraszczania dziedzictwa, które mogą prowadzić do jego redukcji do formy produktu turystycznego. W tym ujęciu kapitał narracyjny jawi się jako kategoria wymagająca nie tylko wykorzystania, lecz także świadomego i zrównoważonego zarządzania.

Słowa kluczowe: turystyka literacka, kapitał narracyjny, Duch Gór (Liczyrzepa), Karkonosze, media cyfrowe

Wstęp

W refleksji nad współczesnym podróżowaniem obserwuje się wyraźny zwrot humanistyczny, w ramach którego turystyka przestaje być analizowana wyłącznie jako zjawisko ekonomiczne, a zaczyna być ujmowana jako praktyka kulturowa, interpretacyjna i symboliczna (Synowiec 2016: 326; Ogonowska 2010, s. 135). W tym ujęciu podróż nie polega jedynie na przemieszczaniu się w przestrzeni, lecz na jej „czytaniu” – interpretowaniu poprzez wcześniej przyswojone narracje, obrazy i wyobrażenia (Włodarczyk 2011, s. 273).

W kontekście kryzysu turystyki masowej, kojarzonej z konsumpcją „nieautentycznych atrap rzeczywistości”, rośnie znaczenie form opartych na narracji i doświadczaniu znaczeń, takich jak turystyka literacka i narracyjna, w których doświadczenie miejsca organizowane jest przez opowieść¹ (Iwasiński 2015, s. 30; Mikos von Rohrscheidt 2008). Narracja –

¹ Turystyka literacka, rozumiana jako podróż motywowana chęcią odwiedzenia miejsc związanych z twórczością literacką bądź światem przedstawionym dzieła (Zmysłony 2001: 22–23), płynnie przechodzi dziś w turystykę narracyjną, której istotą jest organizowanie doświadczenia przestrzeni poprzez opowieść (Ogonowska 2010: 135–138).

ujmowana jako sposób nadawania sensu światu – pełni tu funkcję zarówno interpretacyjną, jak i performatywną – nie tyle opisuje przestrzeń, ile współtworzy jej znaczenie i wpływa na sposób jej doświadczania (Ogonowska 2010, s. 135-138). Turysta staje się w tym ujęciu uczestnikiem procesu nadawania sensu, a nie wyłącznie odbiorcą gotowych treści (por. Mikos von Rohrscheidt 2023, s. 279–280).

Szczególnie interesujące pole badawcze dla tego typu analiz stanowią Karkonosze – region o silnie ugruntowanej tradycji kulturowej i mitologicznej. Centralną rolę odgrywa w nim postać Ducha Gór (Liczyrzepy / Rübezahla / Krakonoša), funkcjonująca jako lokalny *genius loci* oraz transgraniczny symbol kulturowy (Friedrich 2024, s. 53–54). Współcześnie mit ten podlega intensywnym reinterpretacjom, obecnym w literaturze popularnej, muzealnictwie narracyjnym oraz mediach cyfrowych, tworząc intermedialną sieć znaczeń organizującą percepcję regionu i modelującą praktyki turystyczne².

Jednocześnie należy podkreślić, że procesy te nie mają charakteru jednoznacznie pozytywnego. W literaturze przedmiotu wskazuje się, że wykorzystanie dziedzictwa kulturowego – zwłaszcza niematerialnego – w turystyce może prowadzić do jego komercjalizacji, uproszczenia oraz podporządkowania logice rynku doświadczeń (Urry, Larsen 2011). W efekcie złożone narracje kulturowe mogą ulegać redukcji do atrakcyjnych wizualnie, lecz powierzchownych reprezentacji.

Zjawisko to związane jest z funkcjonowaniem tzw. pułapek turystycznych, które – jak zauważa Zygmunt Kruczek – oferują doświadczenie pozornie autentyczne, w rzeczywistości jednak silnie wystandaryzowane i podporządkowane konsumpcji (2009). W takim ujęciu turysta nie tyle doświadcza dziedzictwa, ile uczestniczy w jego symulacji, co może prowadzić do pauperyzacji znaczeń kulturowych oraz osłabienia lokalnej tożsamości.

Celem artykułu jest analiza mechanizmów, za pomocą których współczesne reinterpretacje mitu Ducha Gór funkcjonują jako kapitał narracyjny Karkonoszy, wpływając na rozwój turystyki kulturowej oraz na sposób doświadczania lokalnej przestrzeni. Jednocześnie podjęta zostaje próba uchwycenia ambiwalentnego charakteru tych procesów, sytuujących się pomiędzy wzmacnianiem lokalnej tożsamości a ryzykiem jej komercjalizacji.

W artykule zastosowano interdyscyplinarne podejście badawcze, łączące perspektywę literaturoznawczą, kulturoznawczą oraz geografii turystyki (Browarny, 2021, s. 256-257; Ogonowska, 2010, s. 135). W warstwie teoretycznej odwołuję się do koncepcji turystyki

² Za sprawą tych reinterpretacji konstruowana jest nowa „kultura widzialności”, w której turysta funkcjonuje w tzw. „poetyce *déjà vu*”, poszukując na szlakach widoków i obiektów znanych mu już „z drugiej ręki” – z kart powieści, legend czy przekazów medialnych (Ogonowska, 2010, s. 136, 138).

literackiej i narracyjnej (Mikos von Rohrscheidt 2008; Iwasiński 2015), teorii reprezentacji i semiotyzacji przestrzeni (Ogonowska 2010), a także do ujęć miasta i przestrzeni turystycznej jako konstrukt kulturowego (Włodarczyk 2011).

Podstawową metodą jest jakościowa analiza treści dyskursu i narracji (*content analysis*) wybranych tekstów kultury, obejmująca literaturę popularną (współczesna proza kryminalna Sławomira Gortycha), ekspozycje muzealne (ze szczególnym uwzględnieniem interaktywnego centrum Karkonoskie Tajemnice) oraz przekazy medialne (m.in. utwór Egona i projekt muzyczny Tafla). Analiza ta pozwala uchwycić sposób, w jaki narracje organizują (turystyczne) doświadczenie przestrzeni oraz uczestniczą w procesie jej kulturowej reinterpretacji (por. Rancew-Sikora i Skowronek, 2015, s. 7, 17; Ogonowska, 2010, s. 135).

Proces badawczy wsparto kwerendą źródłową i archiwalną, obejmującą materiały polskie, niemieckie i czeskie, co jest niezbędne do pełnego ujęcia transgranicznego charakteru mitu Ducha Gór (Browarny, 2021, s. 256; Friedrich, 2024, s. 54). Ważnym uzupełnieniem są wizje lokalne przeprowadzone w karkonoskich muzeach i schroniskach pozwalające na analizę procesu quasi-eksploracji, podczas której turysta weryfikuje swoje wyobrażenia literackie w przestrzeni realnej (Włodarczyk, 2011, s. 276; Browarny, 2021, s. 256). Całość wywodów osadzono w ramach teoretycznych geopoetyki oraz filozofii reprezentacji (mimetycznej i performatywnej), co umożliwia zbadanie mechanizmów semiotyzacji krajobrazu i konstruowania „miejsc magicznych” poprzez uwidacznianie tego, co w historii regionu niewidzialne (Browarny, 2021, s. 252; Ogonowska, 2010, s. 138-139, 149; Rybicka, 2024, s. 64).

Artykuł nie ma charakteru badań ilościowych nad ruchem turystycznym, lecz koncentruje się na analizie mechanizmów symbolicznych i narracyjnych, które poprzedzają i modelują praktyki turystyczne. Tym samym badanie sytuowane jest w obszarze humanistycznych studiów nad turystyką, gdzie kluczowe znaczenie ma nie pomiar frekwencyjny, ale interpretacja znaczeń. Tę z kolei warto rozpocząć od krótkiego przedstawienia „głównego bohatera” niniejszego tekstu – tytułowego Ducha Gór.

Duch Gór jako konstrukt kulturowy – geneza, nazewnictwo i kontekst europejski

Postać Ducha Gór stanowi jeden z najbardziej wyrazistych przykładów transgranicznego dziedzictwa kulturowego Europy Środkowej. Funkcjonuje ona w różnych tradycjach językowych i kulturowych – jako niemiecki Rübexahl, czeski Krakonoš czy polski

Liczyrzepa bądź Rzepiór – co wskazuje na jej głęboko zakorzeniony, wielowarstwowy charakter oraz długotrwały proces reinterpretacji (Friedrich, 2024, s. 54-54).

Geneza mitu Ducha Gór sięga wczesno nowożytnych wyobrażeń o górskiej przestrzeni jako obszarze niebezpiecznym, nieoswojonym i wymykającym się racjonalnemu poznaniu. Wiąże się ona z wierzeniami ludowymi Karkonoszy i Gór Izerskich, utrwalonymi najpierw w przekazach ustnych, a następnie w źródłach pisanych i kartograficznych XVI wieku. Karkonosze funkcjonowały przy tym jako swoista *terra incognita*³ – przestrzeń nie tylko geograficznie trudnodostępna, lecz także symbolicznie obciążona znaczeniami związanymi z lękiem, tajemnicą i sacrum (Włodarczyk 2011). Duch Gór uosabiał zatem nieprzewidywalność natury oraz graniczny charakter przestrzeni górskiej, sytuującej się pomiędzy światem ludzkim a sferą nadprzyrodzoną.

Jednym z najwcześniejszych świadectw ikonograficznych jest przedstawienie zamieszczone na mapie Śląska autorstwa Martina Helwiga z 1561 roku. Duch Gór (podpisany jako *Rübenzal*), ukazany tu został jako dominująca nad górskim krajobrazem hybrydyczna, demoniczna istota łącząca cechy orła (głowa i poroże), lwa (tułów i przednie łapy) oraz kozła (tylne odnóża i kopyta), a także wyposażona w charakterystyczny, rozdwojony ogon (Friedrich, 2024, s. 54-55; Neubauer, 2024, s. 209, Historykon, 2025).



Ryc. 1. Duch Gór na mapie Śląska z 1561 roku.

źródło: <https://halaszrenicka.pl/2017/04/26/legenda-o-uchu-gor-karkonoskich-liczyrzepa/>, 21.01.2026

³ *Terra incognita* – to pojęcie wywodzące się z dawnej kartografii, oznaczające „ziemię nieznaną” – obszar nieopisany, nieucywilizowany lub niedostępny. W humanistyce współczesnej termin ten pełni funkcję metafory przestrzeni nieoswojonej kulturowo, która dopiero w procesie narracyjnym zostaje wyposażona w znaczenia i wartości (Harley 2001).

Ten „potworny” wizerunek uosabiał nieokiełznaną i groźną potęgę natury, pełniąc zarazem funkcję strażnika bogactw mineralnych Karkonoszy⁴. Jednocześnie mocno odbiegał od późniejszych wyobrażeń (Gortych, 2024, s. 357).

Szczególne znaczenie dla recepcji tej postaci ma kwestia nazewnictwa. Przywołane w opisie ryciny Helwiga niemieckie imię *Rübezahl* bywa tłumaczone jako „Liczący rzepy” lub „Liczący brukwie”. Według jednej z najpopularniejszych legend Duch Gór zakochał się w księżniczce, którą uprowadził do swego podziemnego królestwa. Aby ją zabawić, zamieniał rzepy w ludzi i tworzył iluzoryczny dwór. Gdy jednak księżniczka zaczęła liczyć warzywa i wyśmiewać jego sztuczki, rozwścieczony duch wypuścił ją na wolność. Od tego momentu przezwisko „Rübezahl” miało mieć charakter ironiczny i uwłaczający (por. klasyczne zbiory legend w opracowaniach XIX-wiecznych; Petrowicz 2015, s. 236)⁵.

W literaturze niemieckojęzycznej podkreśla się, że imię *Rübezahl* pierwotnie miało charakter prześmiewczy i było narzucone postaci przez ludzi, podczas gdy sam duch w legendach często reaguje gniewem na jego użycie (por. Bahlow 1965; Petrowicz 2015). Rozpowszechnione w czeskiej tradycji imię *Krkonoš* akcentuje raczej związek z przestrzenią (Krkonoše) niż z anegdotycznym epizodem. Polska forma „Liczyrzepa” stanowi zaś bezpośredni przekład niemieckiego pierwowzoru i została upowszechniona dopiero po 1945 roku, wraz z procesem polonizacji przestrzeni kulturowej Dolnego Śląska.

Ewolucja nazewnictwa odzwierciedla przemianę funkcji mitu: od demonicznej, ambiwalentnej siły natury, przez figurę ludowego *trickstera*⁶, aż po symbol regionalnej tożsamości. W badaniach niemieckich postać *Rübezahla* analizowana jest jako przykład *Berggeista* – ducha górskiego, należącego do szerokiej kategorii istot związanych z krajobrazem wysokogórskim (Bahlow 1965). W tym sensie Duch Gór wpisuje się w europejską tradycję figur „władców gór”, obecnych m.in. w folklorze alpejskim czy skandynawskim, gdzie góry personifikowane są jako przestrzeń sacrum, zamieszkała przez istoty o charakterze ambiwalentnym – opiekunów i zarazem strażników granicy między światem ludzi a naturą (por. analogiczne motywy w mitologiach alpejskich i nordyckich; Włodarczyk 2011, s. 105–108).

⁴ Jak sugerują źródła, tak mroczne przedstawienie Ducha Gór mogło być celowo podtrzymywane przez Walonów (poszukiwaczy kruszców), aby skutecznie odstraszać postronne osoby od zapuszczania się w niebezpieczne partie gór (Historykon, 2025; Gortych, 2022, s. 158).

⁵ W jednej z wersji legendy czytamy: „Z rzep uczynił dworzani i rycerzy, lecz gdy dziewczyna zaczęła je przeliczać, czar prysł, a duch poczuł się upokorzony” (cyt. za: Friedrich 2024: 55).

⁶ Trickster – figura antropologiczna i mitologiczna (Lévi-Strauss, 1963; Hyde, 1998; Struzik 2013), reprezentująca istotę ambiwalentną moralnie, przekraczającą granice społeczne i ontologiczne. Trickster bywa zarazem twórcą i niszczycielem, strażnikiem ładu i wywoływaczem chaosu. Jako trickster Duch Gór nie tylko destabilizuje zastany porządek, lecz także ujawnia jego ukryte reguły, działając na pograniczu chaosu i ładu.

W kolejnych stuleciach, szczególnie pod wpływem literatury baroku (Johannes Praetorius i jego *Daemonologia* z 1662 r.) oraz romantyzmu, a także wraz ze zmieniającym się stosunkiem do przyrody, postać Ducha Gór ulegała stopniowej humanizacji i udomowieniu (Historykon, 2025; Friedrich, 2024, s. 59). W nowożytnych przekazach Rübzahl jawi się zatem jako istota zmiennokształtna, przybierająca postać myśliwego, pielgrzyma czy żebraka. Testuje moralność napotkanych wędrowców, nagradzając pokornych i karząc pyszałków. Ten motyw „próby” stanowi stały element narracyjny legend i łączy Ducha Gór z szerokim europejskim repertuarem figur trickstera i strażnika porządku moralnego. Jak zauważa Petrowicz (2015, s. 307), postać ta „łączy w sobie cechy demona przyrody i sprawiedliwego sędziego”, co pozwalało jej funkcjonować zarówno w ludowym imaginariu, jak i w literackich przetworzeniach romantycznych.

W XIX wieku, wraz z rozwojem nowoczesnej turystyki, następowała stopniowa folkloryzacja i estetyzacja wizerunku Ducha Gór. Postać demoniczna ulegała oswojeniu i przekształceniu w brodatego starca w kapeluszu – strażnika gór i personifikację ich majestatu. Proces ten był równoległy do romantycznej mitologizacji krajobrazu i budowania regionalnej tożsamości Sudetów jako przestrzeni wyjątkowej (Rybicka 2023, s. 70–72)⁷. W tym ujęciu Duch Gór przestaje być figurą budzącą lęk, a zaczyna funkcjonować jako rozpoznawalny znak regionu, pełniący funkcję identyfikacyjną i promocyjną.



Ryc. 2 i 3 Romantyczne wcielenie Ducha Gór

Źródło: <https://e-karkonosze.eu/historia/wladca-karkonoszy-schaffgotschowie-muzeum-w-cieplicach-i-krolestwo-ducha-gor-czesc-2/>, 23.01.2026

⁷ W literaturze popularnej wskazuje się na możliwy związek ikonografii Ducha Gór z postacią Gandalfa z twórczości J.R.R. Tolkiena, przywołując jako potencjalne źródło inspiracji pocztówkę Josefa Madlenera *Der Berggeist* (ok. 1925), przedstawiającą sędziwego wędrowca w kapeluszu i płaszczu (por. Włodarczyk, 2011; Historykon, 2025). Hipoteza ta nie posiada jednoznacznego potwierdzenia w wypowiedziach autora *Władcy Pierścieni*, funkcjonuje jednak w regionalnym dyskursie jako element globalnej nobilitacji mitu.

Po 1945 roku mit Ducha Gór podlegał dalszej reinterpretacji w warunkach zmiany granic i wymiany ludności. Przejęcie przestrzeni przez polskich osadników wymagało symbolicznego „oswojenia” niemieckiego dziedzictwa kulturowego. Liczyrzepa – dotąd funkcjonujący przede wszystkim w niemieckim imaginariu – został włączony do polskiego dyskursu regionalnego, stając się elementem nowej narracji o miejscu (Petrowicz 2015, s. 307).

Współcześnie obserwujemy kolejną fazę transformacji: powrót do mroczniejszej, ambiwalentnej ikonografii oraz świadome wykorzystywanie mitu jako kapitału narracyjnego w turystyce kulturowej. Współczesna turystyka narracyjna podejmuje zatem próbę „odpoznania” (defamiliaryzacji) mitu, celowo powracając do demonicznych korzeni z mapy Helwiga. Przykładem tej strategii jest muzeum Karkonoskie Tajemnice w Karpaczu, które przed wejściem umieściło monumentalną rzeźbę wzorowaną na XVI-wiecznej hybrydzie (Friedrich, 2024, s. 54). Zabieg ten pozwala na zerwanie z infantylnym wizerunkiem „pocziwego starca” i przywraca Duchowi Gór status potężnego, budzącego respekt władcy żywiołów, co stanowi istotną barierę przed komercyjną „podhalanizacją”⁸ regionu (Gortych, 2025, s. 357; Friedrich, 2024, s. 56).



Ryc. 4. Współczesne przedstawienie Ducha Gór – rzeźba zapraszająca do odwiedzin interaktywnego muzeum Karkonoskie Tajemnice.

Źródło: <https://karkonoskietajemnice.pl/wystawa>, 29.01.2026

⁸ Termin „podhalanizacja” używany jest w refleksji regionalistycznej na określenie procesu symbolicznej homogenizacji krajobrazu kulturowego poprzez narzucanie mu dominującego wzorca estetyki podhalańskiej, marginalizującego lokalne tradycje architektoniczne i ikonograficzne (Kolbuszewski, 1997; Niedźwiedź, 2012).

Wskazane procesy można interpretować jako przykład przekształcenia elementu dziedzictwa niematerialnego w semiofor, czyli materialno-symboliczny nośnik znaczeń kulturowych (Pomian 1996, 2006)⁹. Współczesne reprezentacje Ducha Gór – obecne w przestrzeni publicznej, muzeach, literaturze czy produktach turystycznych – funkcjonują jako znaki kondensujące narracje o regionie, jego historii i tożsamości. Tym samym mit zostaje wpisany w obieg kulturowy, w którym jego znaczenia podlegają negocjacji i reinterpretacji.

Jednocześnie należy podkreślić, że proces ten wiąże się z określonymi napięciami. Z jednej strony przekształcenie Ducha Gór w symbol regionu sprzyja jego popularyzacji i wzmacnia rozpoznawalność Karkonoszy. Z drugiej jednak strony może prowadzić do uproszczenia i standaryzacji jego znaczeń, szczególnie w kontekście turystyki masowej. W takim ujęciu mit, pierwotnie wieloznaczny i zakorzeniony w lokalnych doświadczeniach, ulega redukcji do funkcji atrakcyjnego elementu oferty turystycznej.

Warto zauważyć, że analogiczne procesy obserwowane są w innych regionach Europy, gdzie lokalne figury mitologiczne podlegają podobnym mechanizmom reinterpretacji i komercjalizacji. Duch Gór wpisuje się zatem w szerszy kontekst europejskich przemian dziedzictwa kulturowego, w których granica między autentycznością a kreacją, tradycją a produktem turystycznym, staje się coraz bardziej płynna.

W tym sensie postać Ducha Gór może być traktowana jako modelowy przykład funkcjonowania kapitału narracyjnego – zasobu opartego na opowieści, który jednocześnie organizuje doświadczenie przestrzeni, buduje jej tożsamość oraz podlega mechanizmom rynkowym. Jego analiza pozwala uchwycić nie tylko specyfikę Karkonoszy, lecz także szersze procesy zachodzące we współczesnej turystyce kulturowej.

Literatura jako „Regionsmacher”: narracyjne konstruowanie Karkonoszy w prozie Sławomira Gortycha

Coraz istotniejszą rolę w procesie konstruowania wyobrażeń przestrzennych oraz organizowania doświadczenia turystycznego odgrywa współczesna literatura popularna. Tekst literacki przestaje być w tym ujęciu wyłącznie reprezentacją rzeczywistości, a zaczyna pełnić funkcję performatywną – współtworzy znaczenie miejsca, wpływa na jego percepcję

⁹ Semiofor w ujęciu Pomiana oznacza przedmiot lub element przestrzeni, który pełni funkcję nośnika znaczeń symbolicznych. Pośredniczy on między światem materialnym a sferą pamięci i wyobraźni; jest to obiekt, który „komunikuje” warstwy historii, kultury i mitu (Pomian 1996).

oraz inicjuje konkretne praktyki odbiorcze, w tym podróż (Mikos von Rohrscheidt 2023, s. 279).

Szczególnie wyraźnie proces ten uwidacznia się w odniesieniu do prozy Sławomira Gortycha, której akcja osadzona jest w przestrzeni Karkonoszy. Na serię składają się: *Schronisko, które przestało istnieć*, 2022; *Schronisko, które przetrwało*, 2023; *Schronisko, które spowijał mrok*, 2024; *Schronisko, które zostało zapomniane*, 2025¹⁰. Utwory te, łącząc elementy kryminału, powieści historycznej i narracji regionalnej, operują gęstą siecią odniesień topograficznych, historycznych i kulturowych. W efekcie tworzą one wielowarstwowy obraz regionu, który – choć zakorzeniony w realnej geografii – podlega jednocześnie literackiej intensyfikacji i reinterpretacji.

W tym kontekście szczególna okazuje się kategoria „Regionsmachera”¹¹, odnosząca się do twórcy, który poprzez narrację współtworzy symboliczny krajobraz regionu (Grzęda 2024, s. 331)¹². Gortych nie tylko opisuje Karkonosze, lecz aktywnie uczestniczy w procesie ich kulturowej produkcji, przekształcając przestrzeń geograficzną w przestrzeń znaczącą. Jego proza działa zatem jako narzędzie mediacji między czytelnikiem a miejscem, inicjując proces jego interpretacji jeszcze przed fizycznym doświadczeniem podróży.

Twórczość ta stanowi rodzaj literackiego „uruchamiania” krajobrazu, w którym mit Ducha Gór nie funkcjonuje jako dekoracyjny element folkloru, lecz jako struktura organizująca percepcję miejsca. W przeciwieństwie do XIX-wiecznej folkloryzacji, Gortych nie rekonstruuje sielankowego wizerunku brodatego opiekuna gór, lecz – jak zostało wspomniane – sięga do wcześniejszej, ambiwalentnej warstwy mitu – tej, która akcentuje tajemniczość, grozę i moralną niejednoznaczność postaci.

Zabieg ten można interpretować jako formę defamiliaryzacji (odpoznanania), polegającą na wytrąceniu czytelnika z utartego, turystycznego imaginarium Karkonoszy (por. Ogonowska 2010, s. 135–138). Literatura staje się w tym ujęciu narzędziem rewizji zastanych reprezentacji, a zarazem impulsem do nowego doświadczenia przestrzeni. Jak zauważa Rybicka (2023, s. 70–72), współczesne praktyki literackie coraz częściej uczestniczą

¹⁰ Warto wspomnieć, że sam autor swoje książki określa mianem „karkonoskiej serii kryminalnej”, w przygotowaniu jest jej kolejny tom.

¹¹ Pojęcie *Regionsmacher* (twórcy regionu) w ujęciu kulturowym akcentuje rolę aktorów narracyjnych (pisarzy, animatorów, instytucji) w wytwarzaniu i dystrybucji interpretacji przestrzeni. Ewa Grzęda (2024: 331) lokuje Gortycha wprost w tej roli, wskazując na jego programowe łączenie wiedzy lokalnej z atrakcyjną fabułą.

¹² Jednym z istotnych komponentów tej serii jest realizacja tzw. nowej narracji historycznej, polegającej na odtabuizowaniu problematyki powojennych migracji, wysiedleń ludności niemieckiej oraz skomplikowanych procesów adaptacyjnych na Dolnym Śląsku (Grzęda 2024: 331). Gortych programowo przywołuje zarówno współczesne, jak i przedwojenne nazwy miejscowe (np. Hampelbaude – Strzecha Akademicka), eksponując transgraniczny charakter dziedzictwa regionu (Gortych 2024: 313).

w procesie „wytwarzania miejsca”, wpływając realnie na jego recepcję kulturową i turystyczną.

W jednej ze scen bohater zauważa: „W Karkonoszach nigdy nie jest się samemu. Nawet jeśli nie wierzysz w Ducha Gór, masz wrażenie, że ktoś patrzy zza skał” (Gortych 2022, s. 118)¹³. Cytat ten nie wprowadza nadnaturalnej ingerencji, lecz ustanawia specyficzną atmosferę – krajobraz zostaje „ożywiony” poprzez sugestię obecności. Duch Gór funkcjonuje tu jako figura immanentna przestrzeni, wpisana w jej topografię i aurę. W innym fragmencie narrator przywołuje dawną legendę o zmiennokształtnym władcy gór: „Mówiono, że potrafi przybrać postać wędrowca, przewodnika, a nawet kogoś, komu ufamy. I właśnie dlatego trzeba było uważać” (Gortych 2023, s. 214). Ten motyw transformacji, obecny już w nowożytnych przekazach o Rübezahl (Petrowicz 2015, s. 236), zostaje przetworzony w strukturę fabularną kryminału: niepewność tożsamości, ukryta przeszłość, zmienność ról społecznych. Literacka obecność Ducha Gór ma zatem charakter pośredni i metonimiczny – nie jest to bohater działający w świecie przedstawionym, lecz zasada organizująca narrację. Mit staje się narzędziem interpretacyjnym dla historii regionu, zwłaszcza jego powojennych przemian i problematyki przesiedleń. W tym sensie pełni funkcję mediatora pamięci kulturowej, łącząc niemiecką przeszłość Sudetów z polską współczesnością (por. Rybicka 2023, s. 70–72).

Można tu mówić o procesie literackiego *place-making*, w którym tekst nie tylko opisuje przestrzeń, lecz ją performatywnie współtworzy. Jak zauważa Mikos von Rohrscheidt (2023, s. 279–280), w turystyce literackiej to narracja inicjuje akt podróży, wyznaczając miejsca warte odwiedzenia i nadając im sens symboliczny. W powieściach Gortycha szczegółowe opisy schronisk, szlaków i formacji skalnych (osadzonych w konkretnych lokalizacjach) działają jak mapa kulturowa, prowadząca czytelnika przez Karkonosze¹⁴. Duch Gór stanowi tu zaś metanarracyjną ramę, w której osadzona jest zarówno intryga, jak i refleksja nad pamięcią miejsca. Jednocześnie pełni on funkcję strażnika autentyczności. Autor wprost krytykuje zjawisko „podhalanizacji” Sudetów – wprowadzania obcych wzorców estetycznych do karkonoskiego krajobrazu. W tym

¹³ Cytat „W Karkonoszach nigdy nie jest się samemu...” pełni funkcję sygnału ontologicznego – wprowadza kategorię obecności jako doświadczenia fenomenologicznego, niecudowność w sensie Todorovskim. To przesunięcie od „fantastycznego zdarzenia” ku aurze przestrzeni umożliwia wpisanie Ducha Gór w logikę kryminału (niepewność, tropy, zasłonięte motywacje) bez naruszenia realizmu fabuły.

¹⁴ Przykładowo, scena rozgrywająca się w schronisku Samotnia nie ogranicza się do realistycznego opisu architektury czy krajobrazu: „Jezioro Mały Staw wyglądało jak czarne lustro, w którym odbijały się poszarpane kontury skał. To miejsce zawsze wydawało się trochę poza światem” (Gortych 2022: 89). Topografia zostaje tu nasycona aurą wyjątkowości i tajemnicy, co wzmacnia jej potencjał turystyczny jako miejsca „naładowanego” narracją.

kontekście Duch Gór jawi się jako symboliczny obrońca lokalnej odrębności (Grzęda 2024, s. 331)¹⁵.

Recepcja i realny wpływ na praktyki turystyczne

Znaczenie tetralogii nie ogranicza się do poziomu tekstualnego. Jej recepcja – mierzona wysoką sprzedażą, obecnością w rankingach literatury popularnej oraz aktywnością czytelników w mediach społecznościowych – wskazuje na realne przełożenie narracji literackiej na praktyki turystyczne. Czytelnicy organizują wyjazdy „śladami bohaterów”, odwiedzając opisane w powieściach schroniska, punkty widokowe i trasy górskie.

Mechanizm ten odpowiada klasycznemu modelowi turystyki literackiej, w której podróż stanowi formę materializacji wyobrazonego świata (Zmysłony 2001, s. 22–23; Iwasiński 2015, s. 30). W przypadku Karkonoszy literatura Gortycha działa jako katalizator quasi-eksploracji – czytelnik wyrusza w teren, aby skonfrontować własne doświadczenie z narracyjną mapą przestrzeni. Jak wskazuje Włodarczyk (2011, s. 273), przestrzeń turystyczna jest zawsze konstruowana poprzez reprezentacje; powieści Gortycha dostarczają właśnie takiej reprezentacji, która poprzedza i modeluje percepcję krajobrazu.

Co istotne, wpływ ten ma charakter jakościowy, a nie wyłącznie ilościowy. Literatura nie tylko zwiększa frekwencję w określonych miejscach, lecz przede wszystkim zmienia sposób ich postrzegania. Schronisko, szlak czy formacja skalna przestają być neutralnymi elementami krajobrazu, a stają się punktami w sieci narracyjnych odniesień. Duch Gór – jako figura integrująca historię, legendę i współczesność – pełni w tym procesie rolę interfejsu kulturowego, umożliwiającego czytelnikowi interpretację przestrzeni w kategoriach tajemnicy, ciągłości i głębi czasu.

W rezultacie tetralogia karkonoska wpisuje się w model turystyki narracyjnej, w której doświadczenie miejsca jest efektem wcześniejszej lektury i zanurzenia w opowieści (Ogonowska 2010, s. 135–138). Mit Ducha Gór zostaje tu ponownie „uruchomiony” – nie jako element folklorystycznej dekoracji, lecz jako aktywny czynnik wytwarzający ruch turystyczny i kształtujący kulturową tożsamość regionu.

Jednocześnie należy podkreślić ambiwalentny charakter tego zjawiska. Z jednej strony literatura przyczynia się do pogłębienia relacji odbiorcy z miejscem, oferując wielowymiarową interpretację przestrzeni oraz wzmacniając jej atrakcyjność kulturową.

¹⁵ „Podhalanizacja” jako figura krytyczna w odniesieniu do Sudetów oznacza import stylu i estetyki tatrzańskiej (architektura, ornament, oferta pamiątkarska), postrzegany jako dysonans kulturowy wobec lokalnego dziedzictwa sudecko-śląskiego. Ewa Grzęda (2024: 331) odczytuje u Gortycha liczne sygnały sprzeciwu wobec tak rozumianej homogenizacji krajobrazu kulturowego.

Z drugiej jednak strony może prowadzić do jej estetyzacji i selektywnego przedstawienia, wpisującego się w logikę rynku doświadczeń (Urry, Larsen 2011). W efekcie przestrzeń realna zostaje podporządkowana jej literackiej reprezentacji, a turysta poszukuje raczej potwierdzenia znanej narracji niż konfrontacji z jej złożonością.

W tym sensie proza Gortycha funkcjonuje jako istotny element kapitału narracyjnego Karkonoszy – zasobu opartego na opowieści, który jednocześnie wzmacnia atrakcyjność regionu, organizuje jego percepcję oraz podlega procesom rynkowym. Literatura nie tylko opowiada o miejscu, lecz współtworzy jego znaczenie, stając się jednym z istotnych narzędzi jego współczesnej interpretacji.

Muzealnictwo (nie tylko) narracyjne w Karkonoszach: doświadczenie, immersja i problem autentyczności

Współczesna turystyka narracyjna w Karkonoszach nie ogranicza się do praktyki lekturowej i indywidualnego doświadczenia przestrzeni. Jej naturalnym przedłużeniem stają się instytucje kultury, w których mit Ducha Gór podlega materializacji i instytucjonalizacji. Literatura – zwłaszcza tetralogia Sławomira Gortycha – inicjuje proces quasi-eksploracji, polegający na konfrontowaniu wyobrażeń nabytych podczas lektury z realną topografią (Włodarczyk 2011, s. 276). Muzea stają się w tym kontekście ogniwem pośrednim między tekstem a krajobrazem – przestrzenią, w której kapitał narracyjny mitu zostaje przetworzony w doświadczenie zmysłowe i performatywne.

Odwołując się do rozróżnienia zaproponowanego przez Agnieszkę Ogonowską (2010, s. 135–150), można wyróżnić dwa dominujące modele reprezentacji: mimetyczny oraz performatywny. Pierwszy koncentruje się na rekonstrukcji i dokumentacji przeszłości; drugi – na immersji, emocjonalnym zaangażowaniu odbiorcy i kreowaniu autonomicznego świata narracyjnego. Oba modele współistnieją w Karkonoszach, tworząc wielowarstwowy system re-animacji legendy. Ewolucja karkonoskich instytucji kultury odzwierciedla szerszą przemianę idei muzeum – od miejsca przechowywania eksponatów ku przestrzeni opowieści (Ogonowska 2010, s. 135-139). W pierwszym modelu przedmiot pełni funkcję substytutu nieobecnego bohatera historii (Zmyślony 2001, s. 24); w drugim – staje się elementem scenografii narracyjnej, inicjującej doświadczenie.

Najbardziej konsekwentną realizacją modelu performatywnego jest centrum ekspozycyjne Karkonoskie Tajemnice w Karpaczu (otwarte w 2011 roku) – instytucja odwołująca się bezpośrednio do mitu Ducha Gór i wykorzystująca nowoczesne środki ekspozycyjne, takie jak instalacje multimedialne, efekty dźwiękowe czy scenografie o charakterze immersyjnym (por. Bernat 2014, s. 35; Friedrich 2024, s. 65). Ekspozycja ta

nie tyle przekazuje wiedzę w sposób tradycyjny, ile konstruuje doświadczenie narracyjne, w którym odbiorca staje się uczestnikiem opowieści. Widz nie ogląda ekspozycji – lecz w nią wchodzi.

W tym sensie muzeum funkcjonuje jako przestrzeń, w której kapitał narracyjny ulega materializacji – mit Ducha Gór zostaje przekształcony w formę przestrzennego, wielozmysłowego doświadczenia. Instytucja ta nie rekonstruuje historii w sposób linearny, lecz tworzy środowisko immersyjne, oparte na multimediami, światłocieniu i warstwie dźwiękowej.

Dominującą strategią narracyjną jest tu – wspomniana wcześniej – defamiliaryzacja (odpoznanie). Monumentalna rzeźba przed wejściem – zoomorficzna hybryda z ptasim dziobem, jelenimi rogami i rozdwojonym ogonem – odwołująca się bezpośrednio do XVI-wiecznego wizerunku z mapy Martina Helwiga, przywraca demonologiczną, groźną postać Berggeista (Friedrich 2024, s. 55). Zabieg ten przełamuje XIX-wieczny, sielankowy wizerunek „dobrotliwego dziadka” i przywraca figurze jej ambiwalencję. Jeśli chodzi o strategie narracyjne obecne w Karpaczu, to obejmują one: immersję sensoryczną (światło, dźwięk, projekcje), rekonstrukcję mitu w wersji pierwotnej, afektywne oddziaływanie na odbiorcę, materializację grozy i potęgi natury (zob. Karkonoskie Tajemnice n.d.). W tym modelu Duch Gór funkcjonuje jako Władca Żywiołów – strażnik granicy między człowiekiem a naturą. Kapitał narracyjny zostaje tu przekształcony w kapitał doświadczenia: zwiedzający internalizuje mit poprzez emocjonalne zaangażowanie.

Podobnie, jak to było w przypadku literatury, także tego typu realizacje wymagają interpretacji uwzględniającej ich ambowalentny charakter. Jak wskazuje Kruczek, część współczesnych atrakcji turystycznych – szczególnie tych o wysokim stopniu spektakularności i komercyjności – może funkcjonować jako wspomniane już „pułapki turystyczne”, co wiąże się ze wzmacnianiem wizerunku regionu jako przestrzeni „łatwej i odrealnionej” – pozbawionej historycznej głębi oraz kulturowych napięć.

Ową ambiwalencję, czy też niejednoznaczność można opisać jako konflikt między autentycznością a spektaklem. Jak zauważają Urry i Larsen, współczesny turysta funkcjonuje w ramach „spojrzenia turystycznego”, które selekcjonuje i estetyzuje rzeczywistość, upraszczając jej złożoność (Urry, Larsen 2011). W efekcie doświadczenie muzealne może ulec transformacji w widowisko, w którym nadrzędną rolę odgrywa efekt immersji, a nie refleksja nad dziedzictwem.

W takim ujęciu mit Ducha Gór, pierwotnie wieloznaczny i zakorzeniony w lokalnych praktykach kulturowych, zostaje przekształcony w produkt narracyjny dostosowany do oczekiwań odbiorcy. Proces ten może prowadzić do jego uproszczenia, a nawet swoistej

„pauperyzacji” znaczeń – redukcji do poziomu atrakcyjnej, lecz powierzchownej reprezentacji.

Nie oznacza to jednak, że muzealnictwo narracyjne należy interpretować wyłącznie negatywnie. Przeciwnie – jego potencjał polega właśnie na zdolności do angażowania odbiorcy i inicjowania relacji z dziedzictwem. Istotne staje się jednak zachowanie równowagi między atrakcyjnością a pogłębioną interpretacją, tak, aby doświadczenie nie ograniczało się do konsumpcji, lecz prowadziło do refleksji.

W odniesieniu do Karkonoskich Tajemnic, warto zauważyć, że centrum stara się świadomie przeciwdziałać powierzchownym interpretacjom. Powrót do demonicznego, hybrydycznego wizerunku Ducha Gór, inspirowanego ikonografią z XVI wieku można odczytywać jako próbę odzyskania złożoności mitu, przywracając jego pierwotną niejednoznaczność oraz warstwę grozy. W tym ujęciu narracja muzealna pełni funkcję „odkomercjalizującą”, przeciwdziałającą zarówno homogenizacji kulturowej regionów górskich, jak i estetyzacji prowadzącej do zbanalizowania dziedzictwa.

Można zatem stwierdzić, że instytucje takie jak Karkonoskie Tajemnice sytuują się na pograniczu muzeum i atrakcji rozrywkowej. Z jednej strony pełnią funkcję popularyzatorską i edukacyjną, przyczyniając się do upowszechniania lokalnych narracji i wzmacniania tożsamości regionalnej. Z drugiej jednak – wpisują się w logikę przemysłu czasu wolnego, w której nadrzędnym celem staje się atrakcyjność doświadczenia.

W tym miejscu warto wspomnieć o jeszcze innych miejscach (i strategiach), które także nawiązują do mitu Ducha Gór. Są to Dom Carla i Gerharta Hauptmannów w Szklarskiej Porębie oraz Dom Gerharta Hauptmanna w Jagniątkowie. Mają one charakter biograficzny i literacki.

W pierwszym przypadku Duch Gór funkcjonuje jako patron *Księgi Ducha Gór* Carla Hauptmanna (1915), będącej literacką reinterpretacją legendy (Friedrich 2024, s. 59; Grzęda 2024, s. 376). Strategia narracyjna polega tu na kanonizacji mitu poprzez literaturę wysoką – figura Liczyrzepy zostaje wpisana w modernistyczny projekt duchowości regionu. W Jagniątkowie z kolei dominuje model mimetyczny, jednak współczesne działania (np. nocne zwiedzania prowadzone przez Sławomira Gortycha) wprowadzają element performatywny (Zawada 2024, s. 162). Duch Gór nie jest tu eksponatem, lecz milczącym *genius loci*, którego obecność zostaje uruchomiona przez opowieść przewodnika. W obydwu placówkach Duch Gór jawi się jako mediator pamięci literackiej.

Jeszcze inaczej jest w przypadku Muzeum Ducha Gór w Mysłakowicach (Dom Tyrolski), które reprezentuje model regionalno-folklorystyczny. Jego strategia polega na gromadzeniu materialnych reprezentacji mitu – rzeźb, pamiątek, przedstawień

ikonograficznych (por. Ogonowska 2010, s. 138). Duch Gór występuje tu jako Strażnik Tradycji i marka lokalna. Jest to forma utrwalania kapitału narracyjnego w wersji stabilizującej – mniej nastawionej na reinterpretację, bardziej na zachowanie ciągłości symbolicznej.

Tab. 1. Typologia strategii narracyjnych w wybranych instytucjach muzealnych

Instytucja	Typ muzeum	Strategia narracyjna	Figura Ducha Gór	Rodzaj kapitału narracyjnego
Karkonoskie Tajemnice (Karpacz)	narracyjne	immersja, defamiliaryzacja, afekt	Władca Żywiołów (demon Helwiga)	kapitał doświadczenia
Dom Hauptmannów (Szklarska Poręba)	biograficzne	kanonizacja literacka	Patron „Księgi Ducha Gór”	kapitał literacki
Dom Gerharta Hauptmanna (Jagniątków)	monograficzne	rekonstrukcja + performatywne oprowadzanie	Genius loci	kapitał pamięci
Muzeum Ducha Gór (Mysłakowice)	regionalne	depozyt folkloru	Strażnik Tradycji	kapitał tożsamościowy

Źródło: opracowanie własne na podstawie Ogonowska (2010), Friedrich (2024), Grzęda (2024)

Wspólnym mianownikiem opisanych instytucji jest wykorzystywanie mitu jako zasobu symbolicznego przeciwdziałającego homogenizacji kulturowej, określanej mianem „podhalanizacji”. Re-animacja Ducha Gór – w wersji demonicznej, literackiej lub folklorystycznej – wzmacnia odrębność ikonograficzną Sudetów, chroniąc je przed zastępowaniem lokalnych kodów dominującym modelem „góralczyzny” (Grzęda 2024, s. 376; Friedrich 2024, s. 56). W ten sposób Duch Gór jest nie tylko figurą mitu, lecz może być także narzędziem zarządzania dziedzictwem – elementem świadomej polityki kulturowej regionu. Literatura, muzeum i krajobraz mogą tworzyć spójny system, w którym kapitał narracyjny przekłada się na kapitał turystyczny, pamięciowy i tożsamościowy.

Duch Gór w mediach cyfrowych: intermedialność, partycypacja i transformacja narracji

Proces re-animacji karkonoskiego genius loci nie kończy się ani na literaturze popularnej, ani w przestrzeni muzealnej. Współczesny kapitał narracyjny regionu (Friedrich 2024, s. 53) rozwija się intensywnie także w środowisku medialnym – audiowizualnym

i cyfrowym – gdzie Duch Gór funkcjonuje jako „cyfrowy interfejs” Karkonoszy (Ogonowska 2010, s. 148)¹⁶. W warunkach kultury remiksu mit przestaje być zamkniętym dziedzictwem folklorystycznym, a staje się zasobem podlegającym translacjom między mediami: muzyką, filmem, serialem telewizyjnym, YouTube’em, blogiem czy narracją fanowską. W efekcie turysta przybywa w góry już wyposażony w określony repertuar obrazów i dźwięków, które podlegają późniejszej konkretyzacji w doświadczeniu terenowym (Ogonowska 2010, s. 137). Można mówić o powstaniu medialnej poetyki *déjà vu*, w której przestrzeń fizyczna jest rozpoznawana poprzez wcześniejsze doświadczenie zapośredniczone.

Jednocześnie, zgodnie z koncepcją remediacji, nowe media nie zastępują wcześniejszych form przekazu, lecz je przekształcają i rekonfigurują, nadając im nowe konteksty znaczeniowe (Bolter, Grusin 2000). W przypadku mitu Ducha Gór oznacza to jego przeniesienie z obszaru tradycji ustnej i literatury do przestrzeni cyfrowej, gdzie funkcjonuje w formie treści wizualnych, narracji interaktywnych oraz praktyk użytkowników.

Przykłady takich praktyk można odnaleźć w cyfrowych reprezentacjach Ducha Gór, funkcjonujących w formie krótkich materiałów wideo, grafik, narracji popularnonaukowych czy treści rozrywkowych. W wielu przypadkach mają one charakter hybrydyczny – łączą elementy wiedzy regionalnej z estetyką popkulturową, co zwiększa ich atrakcyjność, ale jednocześnie prowadzi do uproszczenia przekazu. Proces ten można interpretować jako formę fragmentaryzacji mitu. Złożona, wielowarstwowa narracja zostaje rozbita na pojedyncze motywy, obrazy i wątki, które funkcjonują autonomicznie w obiegu cyfrowym. W efekcie mit traci swoją spójność, a jego znaczenie ulega rozproszeniu.

Turystyka dźwiękowa (*sound tourism*): Duch Gór jako afektywna projekcja – Egon i projekt Tafla

Jak zauważa Sebastian Bernat (2014, s. 25–26), współczesna turystyka coraz częściej przekracza dominację wzroku, włączając doświadczenie słuchowe jako istotny element percepcji krajobrazu. Dźwięk niweluje dystans między obserwatorem a przestrzenią i wzmacnia jej emocjonalne oddziaływanie. W kontekście tematyki artykułu – szczególnie

¹⁶ Warto wspomnieć – w kontekście mediów, że znaczący wpływ na współczesną percepcję mitu miał czechosłowacki serial telewizyjny *Krkonošské pohádky* (1974–1986). W serialu Duch Gór występuje jako „Pan Jan” – sprawiedliwy, lecz łagodny opiekun regionu, karzący chciwość i nagradzający uczciwość. Wizualnie utrwała się tu obraz: brodatego starca, zielonego płaszcza i moralnego arbitra. Jest to model folkloryzujący i pedagogiczny. Mit zostaje uproszczony i przystosowany do odbiorcy familijnego, co skutkuje stabilizacją jego wizerunku w pamięci zbiorowej.

uwagę chciałam zwrócić na dwa muzyczne odniesienia do Ducha Gór, zaproponowane przez Egona i w ramach projektu Tafla¹⁷.

Twórczość artysty występującego pod pseudonimem Egon (PMKCrew), sytuująca się między modern-folkiem a hip-hopem, konstruuje Ducha Gór jako figurę terapeutyczną i introspektywną. W utworze *Duch Gór* pojawia się język eskapizmu i regeneracji:

„Z zatłoczonego miasta uciekam w stronę góry,
gdzie dusze uspokaja rwącego potoku szum.
[...] Chcę poczuć tę siłę, jaką rządzi się natura”
(Egon PMKCrew 2024).

Język tekstu operuje opozycją: miasto – góra, hałas – szum potoku, chaos – spokój. Duch Gór zostaje tu zredukowany z demonicznej figury do roli mentora i przewodnika duchowego, co odpowiada modelowi turystyki kontemplacyjnej (Bernat 2014, s. 26). Mit pełni funkcję afektywnego katalizatora – wywołuje pragnienie doświadczenia „autentycznej natury”, Duch Gór jawi się jako znak azylu i (możliwej) regeneracji.

Odmianą strategię przyjmuje autor projektu „Tafla”, operujący estetyką etno-folku i mistyki. W pieśni *Duch Gór Liczyrzepa* pojawia się archaizująca stylizacja językowa oraz ambiwalentna charakterystyka bohatera:

„Postać tajemnicza, zmienny jak wiatr,
błyskając w oczach niesie moc i strach.
Przyjaciel, strażnik, a czasem psotnik.
[...] Liczy rzepy, liczy sny i czas”
(Tafla 2024).

W tym odniesieniu istotne są trzy elementy: zmienność („jak wiatr”), ambiwalencja moralna (strażnik / psotnik) oraz kontrola czasu i snu (sakralizacja postaci). Dźwięk staje się tu semioforem – by jeszcze raz posłużyć się pojęciem Pomiana (1996) – przywołuje niewidzialną obecność i buduje krajobraz akustyczny jeszcze przed fizyczną wizytą w górach.

Digital storytelling – proces defamiliaryzacji

W środowisku YouTube istotną rolę odgrywa seria Saga o Stworach, która w jednej z odsłon także odwołuje się do mitu Ducha Gór. Twórcy przyjmują strategię defamiliaryzacji (Ogonowska 2010: 150), powracając do mrocznej, hybrydycznej ikonografii:

¹⁷ Za ten projekt odpowiada Marek Białożył, który jest autorem tekstów, natomiast – jak sam wskazuje – „wokale i aranżacje są wspierane przez generatywną AI. (*Opis*, TaflaOfficial, n.d.).

„Liczyrzepa to duch o zmiennym obliczu:
bywa dobrotliwym starcem, myśliwym w pelerynie,
potężnym olbrzymem, a czasem nawet kozłem lub smokiem”
(Saga o Stworach 2024).

W tym przypadku język narracji eksponuje płynność ontologiczną, metamorficzność oraz niejednoznaczność moralną. W efekcie odbiorca zostaje wprowadzony w wirtualną heterotopię (Włodarczyk 2011, s. 275), która poprzedza doświadczenie realnej przestrzeni.

Tab. 2. Duch Gór w nowych mediach – strategie reprezentacyjne

Medium / Twórca	Dominująca estetyka	Wizerunek Ducha Gór	Strategia narracyjna	Typ kapitału narracyjnego
Egon	modern-folk / hip-hop	Mentor, Azyl	eskapizm, introspekcja	afektywny
Projekt „Tafla”	etno-folk, mistyka	Psoтник, Strażnik czasu	archaizacja, ambiwalencja	folklorystyczny
Saga o Stworach	digital storytelling	Mistrz Iluzji	defamiliaryzacja, metamorfoza	reinterpretacyjny

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bernat (2014), Ogonowska (2010), Friedrich (2024)

Podsumowując przywołane przykłady można stwierdzić, że media cyfrowe pełnią istotną funkcję w procesie inicjowania doświadczenia turystycznego. Jak zauważa Ogonowska, współczesne doświadczenie kulturowe często rozpoczyna się jeszcze przed fizycznym kontaktem z miejscem, w przestrzeni medialnej (Ogonowska 2010, s. 137). W tym sensie kontakt z cyfrowymi reprezentacjami Karkonoszy i Ducha Gór może stanowić pierwszy etap relacji turysty z regionem.

Zjawisko to wpisuje się w logikę „spojrzenia turystycznego”, które kształtowane jest przez obrazy i narracje obecne w mediach (Urry, Larsen 2011). Turysta przybywa do miejsca już wyposażony w określone wyobrażenia, które wpływają na jego percepcję i interpretację przestrzeni. Media cyfrowe pełnią zatem funkcję filtra poznawczego, organizującego doświadczenie jeszcze przed jego realizacją.

Podobnie jak w przypadku literatury i muzealnictwa, także tutaj ujawnia się ambiwalentny charakter omawianych procesów. Z jednej strony media cyfrowe zwiększają dostępność dziedzictwa, umożliwiając jego szeroką popularyzację oraz angażując nowe

grupy odbiorców. Z drugiej jednak strony sprzyjają jego uproszczeniu, estetyzacji i podporządkowaniu logice algorytmicznej widoczności.

W efekcie mit Ducha Gór funkcjonuje w przestrzeni cyfrowej jako element kapitału narracyjnego o wysokim stopniu mobilności i podatności na transformacje. Jego znaczenia nie są już stabilne ani jednoznaczne, lecz powstają w wyniku dynamicznych interakcji między różnymi mediami, odbiorcami i kontekstami kulturowymi.

W tym sensie media cyfrowe nie tylko rozszerzają zasięg mitu, lecz także fundamentalnie zmieniają sposób jego funkcjonowania – z narracji zakorzenionej lokalnie w kierunku rozproszonego, wielomedialnego zasobu kulturowego. Proces ten stanowi jeden z istotnych elementów współczesnej dynamiki turystyki kulturowej, w której granice między doświadczeniem, reprezentacją i konsumpcją ulegają zatarciu.

Podsumowanie: implikacje dla praktyki turystycznej

Przeprowadzona analiza pozwala sformułować kilka wniosków istotnych z punktu widzenia praktyki zarządzania turystyką kulturową oraz wykorzystania dziedzictwa niematerialnego w rozwoju regionalnym. Mit Ducha Gór, funkcjonujący współcześnie jako kapitał narracyjny Karkonoszy, stanowi zasób o dużym potencjale kulturowym i ekonomicznym, jednak jego wykorzystanie wymaga świadomego i zrównoważonego podejścia.

Po pierwsze, istotne znaczenie ma równoważenie atrakcyjności i autentyczności. Jak wskazują badania nad współczesną turystyką, doświadczenie odbiorcy kształtowane jest przez narracje i obrazy, które często upraszczają rzeczywistość (Urry, Larsen 2011). W związku z tym rozwój produktów turystycznych opartych na micie powinien uwzględniać jego wielowarstwowość, a nie ograniczać się do najbardziej spektakularnych i łatwo przyswajalnych elementów.

Po drugie, należy ograniczać procesy nadmiernej komercjalizacji dziedzictwa, które mogą prowadzić do jego uproszczenia i deprecjacji kulturowej. Jak zauważa Kruczek, rozwój atrakcji turystycznych podporządkowanych logice konsumpcji sprzyja powstawaniu tzw. pułapek turystycznych, oferujących doświadczenia pozornie autentyczne (Kruczek 2009). W tym kontekście istotne jest zachowanie równowagi między funkcją rozrywkową a poznawczą.

Po trzecie, szczególną rolę odgrywa wzmacnianie funkcji edukacyjnej instytucji kultury, zwłaszcza muzeów narracyjnych. Ich potencjał nie powinien ograniczać się do tworzenia immersyjnych doświadczeń, lecz obejmować także pogłębioną interpretację dziedzictwa oraz kontekstualizację historyczną i kulturową.

Po czwarte, warto rozwijać turystykę refleksyjną, opartą na interpretacji i świadomym odbiorze przestrzeni. W tym ujęciu turysta nie jest jedynie konsumentem atrakcji, lecz uczestnikiem procesu nadawania znaczeń, co sprzyja budowaniu głębszej relacji z miejscem.

Po piąte, wykorzystanie kapitału narracyjnego powinno służyć ochronie i wzmocnieniu lokalnej tożsamości, a nie jej unifikacji. Mit Ducha Gór jako element dziedzictwa transgranicznego, posiada potencjał integracyjny, jednak jego funkcjonowanie w obiegu turystycznym wymaga uwzględnienia lokalnych kontekstów kulturowych. W tym sensie kapitał narracyjny należy traktować nie tylko jako zasób ekonomiczny, lecz także jako dobro kulturowe wymagające odpowiedzialnego zarządzania.

Zakończenie: Duch Gór jako systemowy kapitał narracyjny regionu

Mit Ducha Gór stanowi współcześnie istotny element kultury, funkcjonujący na styku tradycji, literatury, muzealnictwa i mediów cyfrowych. Jego obecność w różnych obiegach kulturowych wskazuje na zdolność do adaptacji oraz reinterpretacji w zmieniających się warunkach społeczno-kulturowych.

Ukazana w tekście synergia literatury popularnej, muzeów narracyjnych oraz mediów cyfrowych prowadzi do powstania efektu, który Ogonowska (2010, s. 137–142) określa jako proces „wydobywania” (*dragging*). Elementy fikcyjne zostają nakładane na fizyczne miejsca, a następnie „odnajdywane” w terenie. Współczesny turysta-performer:

- rozpoznaje krajobraz,
- słyszy wcześniej znaną melodię,
- odnajduje wizualny kadr znany z YouTube,
- porównuje rzeczywistość z narracją.

Duch Gór funkcjonuje tu zatem jako dynamiczny kapitał narracyjny, który:

- integruje media,
- chroni regionalną odrębność,
- przeciwdziała homogenizacji kulturowej,
- generuje realny ruch turystyczny.

Mit przestaje być folklorystyczną relikwią – staje się narzędziem zarządzania wyobraźnią przestrzenną.

Dokonując syntetycznego zestawienia opisanych przeze mnie filarów budowania kapitału narracyjnego można wskazać, że pierwszy z nich – czyli literatura stanowi niejako motor quasi-eksploracji. Proza Sławomira Gortycha realizuje model literatury jako „Regionsmachera” – kreatora tożsamości regionu (Grzęda 2024, s. 331). Schroniskowa seria kryminalna nie tylko rekonstruuje trudną historię Sudetów, lecz także aktywizuje czytelnika jako performerę przestrzeni (Włodarczyk 2011, s. 276). Autor programowo powraca do mrocznego, ambiwalentnego wizerunku Liczyrzepy, odrzucając jego zbanalizowaną wersję¹⁸. Figura ta staje się więc mitycznym strażnikiem etyki pamięci i autentyczności miejsca.

Jeśli chodzi o drugi filar – czyli ekspozycje muzealne, to możemy mówić tutaj o praktyce przechodzenia od mimesis do performansu. Współczesne muzealnictwo karkonoskie realizuje przede wszystkim dwa modele reprezentacji (Ogonowska 2010, s. 135): mimetyczny – obecny w muzeach biograficznych czy literackich (np. Dom Hauptmannów), gdzie przedmiot jest substytutem nieobecnego twórcy (por. Petrowicz 2015, s. 236) oraz performatywny – reprezentowany przez multimedialne centrum Karkonoskie Tajemnice, które operuje immersją sensoryczną i strategią defamiliaryzacji (Friedrich 2024, s. 55). Powrót do zoomorficznej hybrydy z mapy Helwiga (1561) będącej znakiem rozpoznawczym muzeum przywraca mitowi wymiar grozy i sacrum. Turysta przestaje być widzem – staje się uczestnikiem performansu pamięci.

Filar trzeci, łączący się z intermedialnością i turystyką dźwiękową, pozwala stwierdzić, że nowe media dopełniają kapitał narracyjny regionu, tworząc przestrzeń mentalną poprzedzającą fizyczną podróż (Bernat 2014, s. 25). Twórczość Egon i Projekt Tafla przekształcają mit w doświadczenie afektywne, z kolei *digital storytelling*, np. seria Saga o Stworach, definiuje Ducha Gór jako „Mistrza iluzji”, utrwalając jego hybrydyczność i niejednoznaczność.

¹⁸ Przykładowo, w powieści *Schronisko, które spowijał mrok* duch „temu, kto jego samego albo jego dzieła obraża, ścieżki płacze” (Gortych 2024: 306).

Tab. 3. Synteza strategii narracyjnych

Obszar	Dominujące podejście	Wizerunek Ducha Gór	Główna funkcja kulturowa
Literatura (Gortych)	Regionsmacher / nowa narracja historyczna	Strażnik pamięci i etyki	De-tabuizacja przeszłości; zakorzenienie
Muzealnictwo (Karpacz)	Performatywne / immersyjne	Demon żywiołów (hybryda 1561)	„Odpoznanie” mitu; edukacja sensoryczna
Muzyka (Egon, Tafla)	Sound tourism / eskapizm	Mentor, psotnik, strażnik natury	Budowa więzi emocjonalnej
Media cyfrowe (Saga)	Digital storytelling / remiks	Mistrz Iluzji	Wirtualna heterotopia; globalna nobilitacja

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bernat 2014; Friedrich 2024; Grzęda 2024; Ogonowska 2010

Analiza przeprowadzona w artykule pokazuje, że mit ten pełni funkcję kapitału narracyjnego – zasobu opartego na opowieści, który organizuje doświadczenie przestrzeni, współtworzy tożsamość regionu oraz wpływa na rozwój turystyki kulturowej. Ów kapitał narracyjny Ducha Gór pełni między innymi funkcję ochronną wobec zagrożenia homogenizacją kulturową regionów górskich. Promowanie unikatowej, sudeckiej ikonografii stanowi barierę wobec procesów symbolicznej unifikacji, określanych w literaturze przedmiotu jako „podhalanizacja” (por. Grzęda 2024, s. 376). Podlegający współcześnie różnym reinterpretacjom mit nie jest więc wyłącznie elementem marketingu miejsca, lecz narzędziem obrony lokalnej specyfiki, który domaga się dalszych analiz.

Jednocześnie jego funkcjonowanie ujawnia napięcia charakterystyczne dla współczesnej kultury turystycznej, sytuującej się pomiędzy autentycznością a komercjalizacją, refleksją a spektaklem. W literaturze, muzealnictwie i mediach cyfrowych mit Ducha Gór ulega różnorodnym transformacjom – od pogłębionych reinterpretacji po uproszczone formy popularne. Proces ten, choć zwiększa dostępność dziedzictwa, niesie również ryzyko jego redukcji do produktu turystycznego, podporządkowanego logice rynku doświadczeń (Urry, Larsen 2011; Kruczek 2009).

W tym kontekście dalsze badania nad turystyką kulturową powinny uwzględniać nie tylko potencjał rozwojowy narracji, lecz także mechanizmy ich upraszczania, estetyzacji i komercjalizacji. Szczególnie istotne wydaje się podejście interdyscyplinarne, które pozwala uchwycić złożoność współczesnych relacji między tekstem, przestrzenią i doświadczeniem.

Mit Ducha Gór – jako figura o długiej tradycji i wysokim potencjale adaptacyjnym – pozostaje w tym ujęciu nie tylko przedmiotem analizy, lecz także narzędziem interpretacji szerszych procesów zachodzących we współczesnej kulturze i turystyce.

Bibliografia

- Bahlow, H. (1965) *Deutschlands geographische Namenwelt: etymologisches Lexikon der Fluss- und Ortsnamen alteuropäischer Herkunft*. Wiesbaden: Suhrkamp
- Bernat, S. (2014) 'Turystyka dźwiękowa jako nowa forma turystyki zrównoważonej', *Turystyka Kulturowa*, 6, s. 25–39
- Bolter, J., and Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge Massachusetts: MIT Press
- Browarny, W. (2021) 'Turystyka literacka na Dolnym Śląsku i pograniczach regionu (zarys badań dziedzictwa kultury literackiej i współczesnych zasobów turystycznoliterackich)', *Filoteknos*, 11, s. 252–261
- Friedrich, M. (2024) 'W krainie Ducha Gór. Mity i legendy o Krakonošu – reinterpretacja, próba odpoznania, pożytki edukacyjne', *Didaktické studie*, 16, s. 53–73
- Gortych, S. (2022) *Schronisko, które przestało istnieć*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.
- Gortych, S. (2023) *Schronisko, które przetrwało*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.
- Gortych, S. (2024) *Schronisko, które spowijał mrok*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.
- Gortych, S. (2025) *Schronisko, które zostało zapomniane*. Warszawa: W.A.B.
- Grzęda, E. (2024) 'Nowa narracja historyczna i mit Hauptmannowski we współczesnych powieściach kryminalnych. Przypadek Sławomira Gortycha', *Orbis Linguarum*, 58, s. 371–380
- Harley, J.B. (2001) *The New Nature of Maps: Essays in the History of Cartography*. Baltimore: Johns Hopkins University Press
- Helwig, M. (1561) *Silesiae Typus*. Nysa. (wyd. faksymilowe: różne edycje)
- Hyde, L. (1998) *Trickster Makes This World: Mischief, Myth, and Art*. New York: Farrar, Straus and Giroux
- Kolbuszewski, J. (1997) *Góry. Przestrzenie i krajobrazy kulturowe*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie
- Kruczek, Z. (2009) 'Między atrakcją a pułapką turystyczną. Dylematy turystyki kulturowej XXI wieku', [w:] Stasiak, A. (red.) *Kultura i turystyka, razem ale jak*. Łódź: Wydawnictwo WSTH, s. 71–80
- Lévi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology*. New York: Basic Books
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2023) 'Jaki potencjał dla turystyki kulturowej kryje literatura?', *Turystyka Kulturowa*, 4(129), s. 276–285

- Neubauer, Ł. (2024) 'The "Origin of Gandalf": Josef Madlener's Der Berggeist and the Transboundary Mountain Spirit Rübzahl as Purported Sources of Inspiration for Tolkien's Wizard', *Tolkien Studies*, 21(1), s. 191–216
- Niedźwiedź, A. (2012) 'Od cepra do turysty. Mit góralszczyzny w kulturze współczesnej', *Konteksty*, 1–2, s. 146–156
- Ogonowska, A. (2010) 'Narracje turystyczne: dwie filozofie reprezentacji', *Kultura Współczesna*, 3(65), s. 135–150
- Petrowicz, J. (2015) *Związek z miejscem. Śląsk historyczny w prozie, eseistyce i reportażu polskim po 1989 roku*. Wieluń: Wieluńskie Towarzystwo Naukowe
- Pomian K. (2006), *Historia. Nauka wobec pamięci*, Lublin: Wydawnictwo UMCS
- Pomian K. (1996), *Zbieracze i osobliwości. Paryż–Wenecja XVI–XVIII wiek*, tłum. A. Pieńkos, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy
- Rybicka, E. (2023) 'Do czego literaturze regionalnej potrzebne jest imaginarium grozy? O gotycyzowaniu Dolnego Śląska', *Wielogłos*, 1(55), s. 61–87
- Skowronek, K. i Rancew-Sikora, D. (2015) 'O (nie)zbędności opowiadania. Refleksje teoretyczno-krytyczne na temat badań narracyjnych i perspektywy storytelling', *Studia Humanistyczne AGH*, 14(1)
- Struzik, A. (2013) 'Trickster – definicje, stan badań, rekonesans'. *Roczniki Humanistyczne*, t. LXI, z. 4, s. 73–90
- Synowiec, A. (2016) 'Aktualne tendencje w turystyce kulturowej na przykładzie turystyki literackiej', *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 92, s. 325–334
- Urry, J., & Larsen, J. (2011) *The tourist gaze 3.0*. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446251904>
- Włodarczyk, B. (2011) 'Miasto i przestrzeń turystyczna', w: *Turystyka*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 105–120
- Ziarkowski, D. (2015) 'Aktualne tendencje i trendy w zakresie muzealnictwa', w: Niemczyk, A. i Seweryn, R. (red.) *Turystyka muzealna. Przypadek Muzeum Narodowego w Krakowie*. Kraków: Proksenia, s. 50–58
- Zmyślony, P. (2001) 'Literatura jako podstawa tworzenia produktu turystycznego', *Problemy Turystyki*, 24(1–2), s. 21–31

Źródła internetowe i medialne

- Egon PMKCrew (2024) *Duch Gór* [utwór muzyczny]. YouTube. Dostępne na: [URL] [10.02.2026]
- Historykon.pl (2025) 'Liczyrzepa – Duch Gór z Karkonoszy. Kim był legendarny strażnik Sudetów?'. Dostępne na: <https://historykon.pl/liczyrzepa-duch-gor-z-karkonoszy/> [06.11.2025]
- Karkonoskie Tajemnice (n.d.) 'Wystawa'. Dostępne na: <https://karkonoskietajemnice.pl/wystawa> [29.01.2026]

Projekt Tafla (2024) *Legendy Karkonoszy* [seria utworów]. YouTube. Dostępne na: [URL] [10.02.2026]

TaflaOfficial, kanał YouTube, <https://www.youtube.com/@TaflaOfficial> (Dostęp: 24.03.2026)

Saga o Stworach (2024) 'Liczyrzepa – Duch Gór i Strażnik Karkonoszy' [digital storytelling]. YouTube. Dostępne na: [URL] [10.02.2026]

The Mountain Spirit as the Narrative Capital of the Karkonosze Mountains – From Legend to Contemporary Reinterpretations of the Myth in Literature, Museums and Digital Media

Abstract: The aim of this article is to analyze the myth of the Mountain Spirit (Liczyrzepa / Rübezahl) as the narrative capital of the Karkonosze Mountains and to examine its significance for contemporary cultural tourism. Assuming that this form of tourism relies on narrative ways of organizing the experience of place, the study explores the functioning and transformations of this myth in three domains: popular literature, narrative-based museology, and digital media. The literary section focuses in particular on the crime novel series by Sławomir Gortych, in which real locations in the Karkonosze Mountains co-create narrative meaning and contribute to the potential of literary tourism. The museological analysis focuses primarily on immersive heritage interpretation practices present in the interactive exhibition center Karkonoskie Tajemnice (Karkonosze Secrets). The third area examines digital representations of the myth (including audiovisual projects and digital storytelling), which extend the reception of the legend beyond traditional media and physical space. The article argues that the myth of the Mountain Spirit is being transformed from a folkloric element of intangible heritage into a dynamic cultural resource that co-organizes the tourist experience and participates in the process of regional branding. At the same time, the ambivalent nature of these transformations is emphasised, particularly in relation to processes of commodification and the simplification of heritage, which may reduce the myth to a mere tourism product. In this perspective, narrative capital emerges as a category that requires not only strategic use but also conscious and sustainable management.

Keywords: literary tourism, narrative capital, Mountain Spirit (Rübezahl / Liczyrzepa), Karkonosze Mountains, digital media