

„PROPAGANDOWE ZNACZENIE BARSZCZU”

JEDZENIE I POLSKA TOŻSAMOŚĆ KULTUROWA W OKRESIE MIĘDZYWOJENNYM

Agnieszka Chmielewska
Uniwersytet Warszawski

W historii Polski rok 1918 to przede wszystkim rok odzyskania niepodległości, a więc początek wielkiej zmiany o charakterze emancypacyjnym, wciąż jeszcze wyznaczającej „granicę współczesności” w historii kultury polskiej (Szczerski 2018: 5–6). Proces wychodzenia ze stanu zależnościaborowej wiązał się z zadaniem budowy własnego państwa, które będzie odpowiadać standardom wyznaczonym przez istniejące już państwa narodowe Europy Zachodniej i dzięki temu stanie się pełnoprawnym aktorem stosunków międzynarodowych. Nie było to takie oczywiste, zarówno bowiem rządy, jak i społeczeństwa państw Zachodu postrzegały II Rzeczpospolitą jako państwo słabe i niestabilne, które powstało na gruzach starych, szanowanych imperiów. Z podobnymi problemami borykała się zresztą większość nowych państw Europy Środkowej i Wschodniej, stworzonych przez mało znane i z trudem odróżniane od siebie narody. Dlatego należało zacząć od spraw podstawowych, a więc wzmocnienia legitymizacji II Rzeczypospolitej oraz zdobycia dla niej uznania na forum międzynarodowym. Ponieważ – mimo istnienia licznych mniejszości narodowych – większość Polaków, a wśród nich elity polityczne i społeczne nowego państwa, uważała II Rzeczpospolitą za polskie państwo narodowe, starano się przede wszystkim pokazać tożsamość tworzącego ją narodu, udowodnić jego odrębność i w ten sposób *ex post* uzasadnić przyznanie niepodległości.

Polityka tożsamościowa II Rzeczypospolitej miała istotny wpływ na kształt polskiego uniwersum symbolicznego, w znacznym stopniu zintegrowanego z uniwersum państwowym. Dowodzą tego chociażby przyjęte wówczas konwencjonalne symbole specyfiki narodowej, takie jak nazwa własna, hymn, flaga, waluta, postać Józefa Piłsudskiego jako bohatera narodowego i 11 listopada jako święto odzyskania niepodległości (Mędrzecki 2012). Dlatego sądzę, że socjologia historyczna powinna badać sposoby konstruowania reprezentacji polskiej tożsamości kulturowej przez państwo, np. na wystawach światowych, do tej pory eksplorowane głównie przez historyków sztuki¹. Ciekawym i zupełnie zignorowanym aspektem tych reprezentacji pozostaje obecność jedzenia, zarówno produktów spożywczych, jak i poszczególnych dań i napojów. A przecież dzięki antropologom wiemy, że to, co i jak jedzą oraz czego nie jedzą członkowie danej społeczności, określa ich tożsamość w oczach własnych i cudzych, wyznaczając tym samym granice ich społeczności. Co więcej, codzienność i zwyczajność praktyk związanych z przygotowaniem oraz spożywaniem jedzenia powoduje, że mogą one stanowić ciekawy temat dla badaczy „banalnego nacjonalizmu” (Billig 2008), na co już wielokrotnie zwracano uwagę (np. Ichijo, Ranta 2016; Ichijo, Johannes, Ranta 2019).

W tym artykule chciałabym dokonać pierwszej rekonstrukcji udziału lokali gastronomicznych oraz stoisk przedstawicieli przemysłu spożywczego w działach polskich na trzech wystawach światowych zorganizowanych w 1925 i 1937 r. w Paryżu oraz w 1939 r. w Nowym Jorku. Rekonstrukcja ta stanowić będzie punkt wyjścia do pytań o sposób wykorzystania jedzenia przez polskich organizatorów. Czy jest zasadne interpretowanie lokali gastronomicznych i stoisk demonstrujących osiągnięcia przemysłu spożywczego jako pełnoprawnych elementów reprezentacji polskiej tożsamości kulturowej? Jeśli tak, to warto pytać dalej. Jakie wyobrażenia polskości konstruowano przy pomocy jedzenia? Czy i jak były one zintegrowane z całą ekspozycją narodową? Jak były odbierane? Czy porównanie trzech reprezentacji pozwala dostrzec jakieś prawidłowości? Czy analiza tego – skromnego przecież – materiału pozwoli sformułować wnioski, które mogłyby zainspirować kolejnych badaczy? Ze względu na historyczny charakter badań, opierać się będę na materiałach archiwalnych pozostawio-

¹ Przede wszystkim należy wymienić następujące prace: Rogoyska 1963; Faryna-Paszkiwicz 1993; Sieradzka 1996: 144–161; Olszewski 2005: 195–261; Sosnowska, red. 2007, red. 2009 i red. 2012; Nowakowska 2013. Bardziej interdyscyplinarny charakter mają moje własne badania poświęcone wystawom, skupione właśnie na problematyce konstruowania reprezentacji polskiej tożsamości kulturowej, które podsumowałam w książce *Wyobrażenia polskości* (Chmielewska 2019). Na tej literaturze będę się opierać, pisząc ogólne charakterystyki polskiego udziału w wystawach.

nych przez organizatorów działów polskich, a także na relacjach korespondentów prasy polskiej odwiedzających wystawę. Te ostatnie pozwalają nie tylko uzupełnić wiedzę o sposobach wykorzystania jedzenia na kolejnych wystawach, ale także zorientować się, jakie były reakcje polskiej publiczności. Mimo to musimy pamiętać, że – jak zawsze w pracach historycznych – materiały źródłowe ograniczają możliwość odpowiedzi na postawione pytania badawcze.

Swoje rozważania rozpocznę od próby ulokowania problematyki tego artykułu w szerszym kontekście badań nad związkami jedzenia z tożsamością narodową, przy czym szczególnie interesować mnie będą prace poświęcone roli państwa w konstruowaniu reprezentacji narodowego jedzenia – a więc jedzenia uważanego za narodowe przez jakąś część członków społeczeństwa narodowego (Ichijo, Johannes, Ranta 2019: 3–4) – na potrzeby publiczności międzynarodowej. W kolejnej części przedstawię krótkie wyjaśnienia dotyczące wystaw światowych jako narzędzia konstruowania wizerunku państwa na forum międzynarodowym. Następnie przejdę do najobszerniejszej sekcji tego artykułu, w której dokonam rekonstrukcji udziału lokali gastronomicznych oraz stoisk przedstawicieli przemysłu spożywczego w działach polskich na trzech wspomnianych wyżej wystawach. W zakończeniu podejmę próbę sformułowania wniosków płynących z tak pomyślanego badania.

/// Jedzenie i tożsamość kulturowa narodu

Związki między jedzeniem a tożsamością narodową to temat ciekawy, ale ciągle jeszcze słabo opracowany. Ostatnio próby całościowego usystematyzowania tej problematyki dokonali Atsuko Ichijo i Ronald Ranta w pracy *Food, National Identity and Nationalism* (2016). Wyróżnili oni dwa zasadnicze podejścia badawcze do problematyki jedzenia, tożsamości narodowej i nacjonalizmu: „oddolne” i „odgórne”. Kupowanie, przygotowywanie i spożywanie jedzenia, a także rozmowy o nim to podstawowe czynności wykonywane codziennie przez członków każdego społeczeństwa narodowego. Dlatego większość badaczy skupia się na rutynowych praktykach zogniskowanych wokół jedzenia, uzyskując tym samym wgląd w sposoby „oddolnego” konstruowania i reprodukcji tożsamości narodowych. Natomiast podejście „odgórne” obejmuje przede wszystkim działania inspirowane i nadzorowane przez państwo narodowe, wśród których na poczesnym miejscu należy wymienić: standaryzację kuchni narodowej wzmacniającą homogenizację tożsamości narodowej; programy przekształcenia diety narodowej w celu

modernizacji państwa i narodu; działania na rzecz ochrony lub promocji wybranych sektorów przemysłu spożywczego, stanowiące nierzadko część szerszych programów budowania marki narodowej. Zwolennicy tego podejścia interesują się również działaniami dyplomatycznymi obejmującymi konstruowanie i reprodukcję narodowego jedzenia w celu promowania określonego wizerunku państwa narodowego na forum międzynarodowym.

W literaturze przedmiotu udało mi się odnaleźć jeden artykuł poświęcony wykorzystaniu jedzenia do reprezentacji narodu na wystawach światowych. Niestety prace tego typu, wykorzystujące materiał historyczny, są stosunkowo rzadkie, gdyż istniejące źródła, których twórcy nie poświęcali jedzeniu zbyt wiele uwagi, ograniczają możliwości badawcze autorów. Wspomniany artykuł dotyczy działu szwedzkiego i obejmuje okres 1851–2005 (Tellström, Gustafsson, Lindgren 2008), dzięki czemu opiera się nie tylko na skromnych materiałach archiwalnych, ale także na wywiadach z osobami odpowiedzialnymi za organizację nowszych wystaw. Jego autorzy twierdzą, że narodowa kultura jedzenia stanowi – tak jak flaga i hymn – jeden z ważnych atrybutów narodu, koniecznych, aby zyskać międzynarodowe uznanie. Dlatego jedzenie pokazywane w dziale szwedzkim reprezentowało nie tylko osiągnięcia szwedzkiego rolnictwa, ale także szwedzką tożsamość kulturową. Organizatorzy koncentrowali się przede wszystkim na odpowiednim opracowaniu menu lokali gastronomicznych, przy czym wybierali jedzenie, które podkreślało homogeniczność narodu, ukrywając podziały społeczne i etniczne.

Dużo większym zainteresowaniem cieszy się współczesne zjawisko – gastrodyplomacja. Termin ten pojawił się w 2002 r. na potrzeby charakterystyki szeroko zakrojonego programu „Global Thai” stworzonego przez rząd Tajlandii, aby promować w świecie kuchnię tajską, a dzięki niej wizerunek państwa i narodu. Później podobne działania podjęły kolejne kraje Azji Południowo-Wschodniej, Korea Południowa i Tajwan (Ichijo, Ranta 2016: 13, 108–116). Chociaż programy gastrodyplomacji starannie projektowane przez specjalistów od marketingu są zjawiskiem nowym, korzystają z wielowiekowych doświadczeń dyplomacji kulinarnej. Jedzenie jest bowiem jednym z najstarszych narzędzi dyplomacji – powszechnie wiadomo, że wspólne spożywanie posiłków zbliża ludzi, a droga do serca prowadzi przez żołądek. Co więcej, gości często karmi się kuchnią regionalną lub narodową, zakładając, że jest to najlepszy sposób, aby poznali, zrozumieć i docenili kulturę gospodarzy (Chapple-Sokol 2013). Jedzenie pozwala docierać do zwykłych ludzi, członków innych społeczeństw i kształtować ich opinię poza kontrolą ich rządu, dlatego działania promujące jedzenie

narodowe uważa się za doskonałą metodę zwiększania „miękkiej siły”, szczególnie przydatną państwom mało znanym, dysponującym niewielkim potencjałem militarnym, politycznym i gospodarczym (tamże: 167–169, 174; Ichijo, Ranta 2016: 107–110).

Ponieważ badania gastrodyplomacji stanowią bliski kontekst proponowanej przeze mnie rekonstrukcji i analizy sposobów wykorzystania jedzenia do reprezentacji polskiej tożsamości kulturowej na forum międzynarodowym w okresie międzywojennym, chciałabym w tym miejscu podsumować ich rezultaty. Pozwolą one lepiej uświadomić sobie zarówno mechanizmy, jak i możliwości wykorzystania jedzenia do konstruowania reprezentacji tożsamości kulturowej państwa i narodu.

Po pierwsze, gastrodyplomacja potwierdza intuicyjne przekonanie, że najważniejsze są restauracje. Ich znaczenie polega na tym, że pozwalają konstruować całościowe reprezentacje kultury narodowej, wykraczające poza narodowe jedzenie. Dlatego kiedy rząd Tajlandii wydawał tajskim restauracjom działającym zagranicą specjalne certyfikaty potwierdzające autentyczność i wysoką jakość usług, wymagał w zamian nie tylko umieszczenia w karcie dań uznawanych za reprezentatywne dla tajskiej kuchni, ale także ubrania obsługi w stroje narodowe, zapewnienia „tajskiej” dekoracji wnętrza i oprawy muzycznej. W ten sposób przedsiębiorcy, którzy chcieli uzyskać certyfikat i zwiększyć swoje zyski, musieli skonstruować reprezentację tajskiej tożsamości kulturowej według instrukcji podsunętej przez państwo. W rezultacie restauracja z certyfikatem stawała się nieoficjalną placówką dyplomatyczną, miejscem reprezentacji kultury narodowej oraz kontaktu z przedstawicielami innych kultur. Przy okazji narzucała standardy tajskości, wyznaczając w ten sposób granice narodu i przyczyniając się do homogenizacji tajskiej kultury (Chapple-Sokol 2013: 174–177; Ichijo, Ranta 2016: 111–112).

Po drugie, gastrodyplomacja jest ściśle związana z kreowaniem marki narodowej. Zainteresowanie jedzeniem innych narodów prowadzi do poznania kształtujących je warunków geograficznych, historii i tradycji. Sprzyja również pozytywnemu wartościowaniu kraju, szczególnie produktów i przypraw niezbędnych do wykonania dań narodowych. Z tego punktu widzenia ciekawym narzędziem gastrodyplomacji są kursy kuchni narodowej, które nie tylko uczą prawidłowego przygotowywania takich dań – a więc korzystania z oryginalnych produktów – ale także postrzegania jedzenia w szerokim kontekście kulturowym. W konsekwencji skuteczna gastrodyplomacja prowadzi do rozwoju przemysłu spożywczego i rolnictwa, a także turystyki. Warto w tym miejscu odnotować, że program

„Global Thai” pozytywnie wpłynął na sytuację ekonomiczną nie tylko Tajlandii, ale też tajskiej diaspory w krajach, w których udało się doprowadzić do popularyzacji tajskiej kuchni (Chapple-Sokol 2013: 169–177; Ichijo, Ranta 2016: 110–116).

Ciekawym punktem odniesienia dla rozważań nad wykorzystaniem jedzenia do konstruowania reprezentacji tożsamości kulturowej narodu mogą być również analizy poświęcone funkcji jedzenia w doświadczeniu turystycznym. Szczególnie że dzięki pawilonom narodowym wystawy światowe oferowały namiastkę podróży przez świat, umożliwiając „zwiedzanie” poszczególnych krajów poprzez poznawanie ich reprezentacji. W Polsce o doświadczeniu turystycznym ciekawie pisała Anna Wiczorkiewicz w książce *Apetyt turysty* (2008). I dla niej punktem wyjścia była konstatacja, że:

wzorce kulinarne funkcjonują jako symbole tożsamości, jako ośrodek praktyk integrujących grupy ludzkie o różnym charakterze. Lokalną kulturę gastronomiczną traktuje się jako emblemat ogólnie rozumianego stylu życia, nadający się do wykorzystania przy tworzeniu własnego wizerunku na światowej scenie. (Wiczorkiewicz 2008: 279)

Dlatego pisząc o serwowaniu turystom specjalności lokalnych, używała lapidarnego i bardzo trafnego wyrażenia: „karmienie przybysza kulturą” (tamże). Analizując doświadczenie kulinarne jako formę poznawania innej kultury, Wiczorkiewicz zauważyła, że szczególną wagę przywiązuje się do takich kategorii, jak autentyczność, historia i tradycja. Wynika to z powszechnego przekonania o „naturalnym związku” między warunkami geograficznymi danego kraju i tradycją (traktowaną jako źródło treści kulturowych) a lokalnym wzorcem odżywiania. Z takiego sposobu myślenia wynikają, jej zdaniem, próby aranżowania „sytuacji historycznej biesiady współgrającej ze skansenowym otoczeniem”, które umożliwiają „otwarcie innej przestrzeni kontaktu z przeszłością wyobrażaną i odczuwaną” (tamże). Nietrudno dostrzec, że tajskie restauracje organizowane według zasad gastrodyplomacji bardzo dobrze odpowiadają tej charakterystyce.

/// Wystawy światowe i reprezentacja tożsamości kulturowej narodów

W okresie międzywojennym jednym z najważniejszych sposobów konstruowania wizerunku państwa na forum międzynarodowym był udział

w wystawach międzynarodowych, uważanych powszechnie za narzędzie poznania świata poprzez system reprezentacji wiernie odzwierciedlających rzeczywistość (Mitchell 2001: 11–61). Głównym celem tych ekspozycji była prezentacja najnowszych osiągnięć nauki i techniki oraz stymulowanie handlu międzynarodowego, ale pokazywały one również zróżnicowanie kulturowe świata. W 1876 r. zmieniono organizację przestrzenną wystaw – zamiast jednego lub kilku wielkich gmachów wznoszono wiele wolnostojących pawilonów, wśród których były: pawilon główny, pawilony tematyczne i pawilony narodowe (a w USA też stanowe). Ten układ wzmocnił poczucie, że ekspozycje odzwierciedlają zróżnicowanie kulturowe świata i stanowią arenę współzawodnictwa narodów. W 1928 r. pod patronatem Ligi Narodów powstało Bureau International des Expositions, które oficjalnie ogłosiło, że celem wystaw jest pokazywanie postępu poszczególnych krajów w pewnych dziedzinach produkcji oraz promowanie pokojowej współpracy (Tellström, Gustafsson, Lindgren 2008: 313–314).

Jedzenie było obecne na wystawach światowych, ponieważ tłumom zwiedzających należało zapewnić wyżywienie. Liczne lokale gastronomiczne miały bardzo różny charakter: od prostych, funkcjonalnych bufetów poczynając, na wykwintnych restauracjach kończąc. Poza tym poszczególne państwa narodowe decydowały się na otwarcie własnych lokali gastronomicznych, np. dział szwedzki już w 1862 r. został wyposażony w kawiarnię, w której pracowały kelnerki ubrane w stroje narodowe. Wprowadzenie systemu wolnostojących pawilonów jeszcze wzmocniło ten trend, gdyż własny lokal gastronomiczny pozwalał przyciągnąć i zatrzymać na dłużej większą liczbę gości, zwiększyć zainteresowanie narodem i jego kulturą, a czasem nawet uzyskać częściowy zwrot kosztów uczestnictwa w wystawie. Poza tym żywność prezentowano w ramach ekspozycji demonstrujących różnorodne osiągnięcia przemysłu spożywczego, zarówno w pawilonach tematycznych, jak i narodowych (tamże: 314, 316).

Do I wojny światowej polscy wystawcy byli zmuszeni prezentować swoje osiągnięcia w pawilonach państw zaborczych, gdzie starannie zacierano ich narodową odrębność (Drexlerowa 2005). Dlatego w okresie międzywojennym udział II Rzeczypospolitej w wystawach – szczególnie wzniesienie pawilonu narodowego – był jednym z ważnych symboli odzyskanej państwowości, tak jak flaga, hymn państwowy i własna waluta. Pawilon stanowił nie tylko miejsce prezentacji poszczególnych eksponatów, ale także medium, za pomocą którego zwiedzający mogli uchwycić wyobrazeniowo konceptualny przedmiot ogólny – tożsamość kulturową

narodu, którego istnienie i prawo do samostanowienia były głównym uzasadnieniem powstania nowego państwa.

Za pierwszą poważną próbę skonstruowania reprezentacji takiej tożsamości na forum międzynarodowym należy uznać udział II Rzeczypospolitej w Międzynarodowej Wystawie Sztuk Dekoracyjnych w Paryżu w 1925 r. Kolejne wysiłki w tej dziedzinie wiążą się z powstaniem w 1926 r. Towarzystwa Szerzenia Sztuki Polskiej wśród Obcych, instytucji państwowej, której zadaniem było organizowanie oficjalnych wystaw sztuki polskiej za granicą. W latach 30. najsłynniejszymi przedsięwzięciami, których celem stanowiło propagowanie Polski i polskości, były budowa i dekoracja dwóch polskich transatlantyków M/S „Pilsudski” i M/S „Batory” (1935–1936) oraz udział w dwóch wielkich wystawach międzynarodowych: w Paryżu w 1937 r. i w Nowym Jorku w 1939 r.²

/// Jedzenie i polski udział w wystawach

Między imperium Romanowów a cesarstwem Habsburgów

Międzynarodowa Wystawa Sztuk Dekoracyjnych i Nowoczesnego Przemysłu, która odbyła się w 1925 r. w Paryżu, była pierwszą wielką wystawą zorganizowaną po I wojnie światowej. Władze II Rzeczypospolitej, zajęte wieloma innymi problemami wynikającymi z konieczności ustabilizowania nowego państwa, dość długo zwlekały z podjęciem decyzji o udziale w tej wystawie. Intensywną akcją na rzecz polskiego uczestnictwa prowadził natomiast Jerzy Warchałowski, wybitny teoretyk i krytyk sztuki, organizator życia artystycznego, zwolennik odrodzenia sztuk dekoracyjnych poprzez stworzenie polskiego stylu narodowego. Ostatecznie, nie tylko doprowadził on do zgłoszenia udziału II Rzeczypospolitej w wystawie, ale także został komisarzem działu polskiego.

Myślą przewodnią Warchałowskiego było pokazać specyfikę polskiej kultury, co doskonale wyraża następujący cytat: „Na wystawie Paryskiej Polska musi pokazać oblicze – odrębne. Doborem wystawionych dzieł, największym wysiłkiem polskiej sztuki i techniki musi zdobyć należne miejsce w rządzie narodów łączących się nareszcie powojnie w pokojowej

² Trzeba w tym miejscu odnotować, że II Rzeczypospolita wzięła również udział w wystawie powszechnej w Brukseli w 1935 r. Ponieważ jednak polski udział w tej wystawie był bardzo skromny, jego dokumentacja jest jeszcze skromniejsza, a pawilon polski najprawdopodobniej nie prezentował jedzenia (Olszewski 2005: 218–221), nie będę go uwzględniał w tym artykule.

pracy”³. Komisarz miał nadzieję, że to właśnie sztuka dekoracyjna – jako związana z życiem codziennym społeczeństwa – stanowi najlepsze medium pozwalające wyrazić tożsamość kulturową narodu i może stać się polską specjalnością. Kilka lat później członkowie Komitetu Głównego przygotowującego dział polski w wystawie podkreślali przede wszystkim, że II Rzeczpospolita musi uczestniczyć w imprezie, która jest areną współzawodnictwa narodów:

Polska na wystawie być musi. Wymaga tego interes i ambicja Narodu i Państwa. Społeczeństwo nie dopuści, aby Polska znalazła się poza nawiasem w chwili, gdy opinia międzynarodowa wydawać będzie wyrok o pracowitości, o zdolnościach twórczych, o zrozumieniu potrzeb nowoczesnego życia przez współczesne pokolenie, gdy będzie sądzić, porównywać i wyprowadzać daleko idące wnioski o hierarchii kulturalnej w wielkiej rodzinie narodów⁴.

Ze względu na niewielkie zainteresowanie władz państwowych Warchałowski miał dużą swobodę przy organizacji działu polskiego, ale też dysponował niewielkimi środkami. Ekspozycja polska w Paryżu była dość skromna, ograniczona prawie wyłącznie do dzieł sztuki, ale dzięki temu konsekwentna i wyrazista. Zgodnie z preferencjami komisarza polski pawilon narodowy, ekspozycje umieszczone poza pawilonem w Galerii Inwalidów oraz dwa obiekty wolnostojące (kiosk i scenka) zostały zaprojektowane przez czołowych twórców stylu narodowego opartego na wzorach zaczerpniętych ze sztuki ludowej. Najsłynniejszymi eksponatami utrzymanymi w tej stylistyce były malowidła Zofii Stryjeńskiej *Pory Roku*, przedstawiające ludowo-słowiańskie personifikacje miesięcy z odpowiadającymi im pracami i świętami, oraz kapliczka Bożego Narodzenia Jana Szczepkowskiego, wyraźnie inspirowana ciesiolką podhalańską. Narodowy charakter działu wzmacniały jeszcze: ekspozycja sztuki ludowej, stoisko sprzedaży wyrobów ludowych oraz występy kapeli góralskiej. Podsumowując, reprezentacja II Rzeczypospolitej skonstruowana przez Warchałowskiego opierała się na takim wariancie sztuki użytkowej, który łączył nowoczesne, geometryczne formy z tradycją narodową i był dość powszechnie odczytywany jako wyraz polskiej odrębności kulturowej.

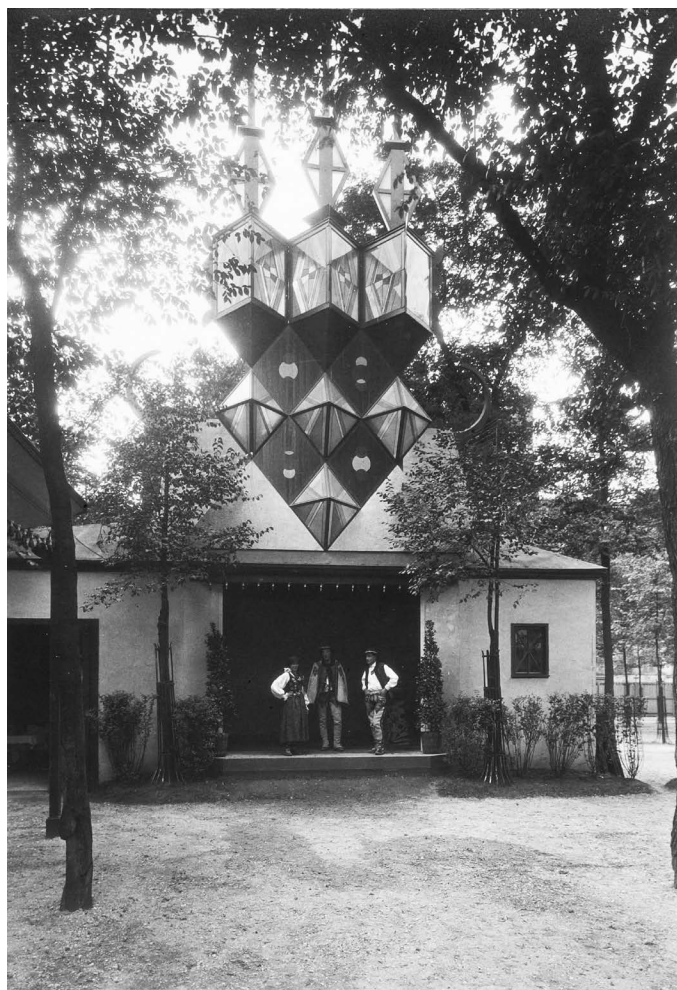
³ Zbiory Specjalne Instytutu Sztuki Polskiej Akademii Nauk [IS PAN], Archiwum wystawy paryskiej 1925 [AWP], rps 808/11/1: Polska na Wystawie Międzynarodowej w Paryżu 1924 r., odezwa-ankieta, 1921.

⁴ IS PAN, AWP, rps 808/2/1: Polska na Wystawie Paryskiej, 1924.



Ilustracja 1. Karol Stryjeński, kiosk mieszczący stoisko z wyrobami przemysłu ludowego, Międzynarodowa Wystawa Sztuk Dekoracyjnych, Paryż 1925. Muzeum Narodowe w Warszawie, album fotografii „Międzynarodowa Wystawa w Paryżu R.P. MCMXXV” dedykowany Jerzemu Warchalowskiemu.

Dział polski dysponował niewielką kawiarnią, która została ulokowana poza terenem pawilonu narodowego, w bezpośrednim sąsiedztwie polskich sal w Galerii Inwalidów oraz dwóch niewielkich, wolnostojących kiosków, zaprojektowanych przez Karola Stryjeńskiego. Jeden z nich, zwieńczony figurą lajkonika, pełnił funkcję stoiska (il. 1), w którym prowadzono sprzedaż wyrobów przemysłu ludowego. W drugim umieszczono kawiarnię.



Ilustracja 2. Karol Stryjeński, kiosk mieszczący kawiarnię, na scenie góralskiej z kapeli Bartusia Obrochty, Międzynarodowa Wystawa Sztuk Dekoracyjnych, Paryż 1925. Muzeum Narodowe w Warszawie, album fotografii „Międzynarodowa Wystawa w Paryżu R.P. MCMXXV” dedykowany Jerzemu Warchalowskiemu.

nię oraz scenkę, na której przez kilka tygodni występowała kapela Bartusia Obrochty, specjalnie sprowadzona z Zakopanego na otwarcie wystawy (il. 2). O kawiarni wiemy niewiele – jej charakter trzeba rekonstruować na podstawie doniesień prasowych. Jak z nich wynika, w przeciwieństwie do wyrazistej odrębności polskiej ekspozycji – w tym dwóch kiosków stanowiących bezpośrednie sąsiedztwo kawiarni – tożsamość narodowa tej

ostatniej była niejasna. W menu królowały rosyjskie desery, takie jak pascha, kulicz (wielkanocna baba drożdżowa) oraz watuszki (buleczki drożdżowe) (Potocki 1924/1925: 564). W dodatku lokal prowadził pół-Polak, pół-Rosjanin, który zatrudnił ormiańską obsługę, a wielu klientów mówiło po rosyjsku (Kruk. 1925). Profil muzyczny kawiarni jeszcze bardziej komplikował identyfikację narodową lokalu, gdyż gościom przygrywała kapela charakteryzowana jako węgiersko-cygańska (*Ogólne wytyczne...* 1925: 181), „złożona z autentycznych Węgrów z Rumunii”, która grała czardasze i pieśni węgierskie (Potocki 1924/1925: 564). Poza tym przez kilka tygodni po otwarciu wystawy na scenie przy kawiarni występowała kapela Obrochty (tamże).

Wszystko wskazuje na to, że Warchałowski – pochłonięty przygotowaniem artystycznej strony działu polskiego – zaniedbał aspekt gastronomiczny. Później usiłował pośpiesznie nadrobić to zaniedbanie, korzystając z zasobów dostępnych na miejscu, w Paryżu, i trafił do środowiska „białej emigracji”. W rezultacie powstała kawiarnia, której brakowało odrębnego, polskiego charakteru, co krytykowali polscy recenzenci. Pisali oni, że wśród dań powinny królować bigos i flaki (tamże: 563), a węgiersko-cygańską kapelę należało zastąpić Włosciańską Orkiestrą Karola Namysłowskiego (*Ogólne wytyczne...* 1925: 181). Co ciekawe, obok dziedzictwa imperialnej Rosji przy kształtowaniu profilu kawiarni wykorzystano zasoby kulturowe dawnych Austro-Węgier, czyli kapelę Węgrów, którzy najprawdopodobniej opuścili Siedmiogród po traktacie z Trianon. Z tradycjami cesarstwa Habsburgów kojarzono w Paryżu również kapelę Obrochty, która dla Polaków symbolizowała najbardziej pierwotne pokłady rodzimej tradycji. Jeden z polskich korespondentów donosił: „[...] niektóre dzienniki paryskie podały nazajutrz fotografie naszych górali z Zakopanego, jako «górali czesko-słowackich» (!) to znów jako «austrjackich» (!)” (Kruk. 1925). W rezultacie, zamiast reprezentować polską kulturę, kawiarnia nawiązywała do wieloetnicznego dziedzictwa dawnych państw zaborczych.

Polskość mało autentyczna

W 1937 r. polska reprezentacja na Międzynarodowej Wystawie „Sztuka i Technika w Życiu Współczesnym” w Paryżu przygotowywana była z większym rozmachem i miała obejmować nie tylko dzieła sztuki, ale także osiągnięcia polskiej gospodarki, szczególnie przemysłu. Komisarzem działu polskiego został Lech Niemojewski, architekt i publicysta, profesor Politechniki Warszawskiej, współtwórca najnowszego sukcesu propagan-

dowego państwa, jakim było wykończenie wewnątrz polskich transatlantyków. Kiedy go mianowano, istniała już wstępna koncepcja działu, opracowana najprawdopodobniej przez Wacława Jędrzejewicza, przewodniczącego Komitetu Organizacji Wystawy. Zasadniczy cel polskiego udziału nie różnił się wiele od tego z 1925 r., organizatorzy chcieli bowiem przede wszystkim przedstawić II Rzeczpospolitą – państwo wciąż jeszcze dość nowe i słabo znane – publiczności międzynarodowej. Niemojewski mówił o tym wprost:

Ponad 3 miliony cudzoziemców, z których wielu nie słyszało może nawet o Polsce, ma się tutaj o niej dowiedzieć. Trzeba, aby nietylko ujrzeni ją w jak najlepszym świetle, ale by dowiedzieli się o niej rzeczy najistotniejszych, aby znaleźli tu syntezę najważniejszych naszych wartości. ((t.krasz.) 1936)

Przyjmował także za oczywiste, że wystawa stanowić będzie miejsce współzawodnictwa narodów, z których każdy ma swoją specjalność i misję dziejową⁵.

Pawilon polski składał się z dwóch części, Rotundy Honorowej i Pawilonu Gospodarczego, wyraźnie różniących się od siebie założeniami ideowymi, formą architektoniczną i charakterem ekspozycji. Rotunda pomyślana została jako monumentalna część reprezentacyjna, która miała stwarzać syntetyczny obraz polskiej historii i kultury. W jej wnętrzu, nazywanym Salą Tysiąclecia, umieszczono siedem ogromnych posągów najwybitniejszych Polaków (każdy, razem z cokolem, mierzył ponad 4 metry). Byli to: Bolesław Chrobry, Władysław Jagiello, Mikołaj Kopernik, Tadeusz Kościuszko, Adam Mickiewicz, Fryderyk Chopin oraz Józef Piłsudski. Ponad ich głowami, na ścianach Rotundy, biegł wykuty antykwą napis (z przekładem francuskim): „Są ludzie i są prace ludzkie tak silne i tak potężne, że śmierć przewyciężają, że żyją i obcują między nami”⁶.

Pawilon Gospodarczy był lekkim, wspartym na słupach, modernistycznym pawilonem, prawie bez reszty poświęconym polskiej współczesności, pozbawionym aspiracji do monumentalizmu. Jego zwiedzanie rozpoczynano od przeglądu kilku wewnątrz mieszkalnych zaprojektowanych specjalnie na wystawę, a utrzymanych w stylistyce wykwiutnego regionalizmu. W dal-

⁵ Polska Akademia Nauk, Archiwum w Warszawie [PAN AW], Materiały Lecha Niemojewskiego [MLN], sygn. III-67, j. 80, k. 95: Przemówienie Komisarza Polskiego Pawilonu do przedstawicieli prasy.

⁶ Był to cytat z przemówienia Józefa Piłsudskiego wygłoszonego podczas ceremonii sprowadzenia na Wawel prochów Juliusza Słowackiego.



Ilustracja 3. Widok restauracji „La Tour de Pologne” od strony ogrodu, Międzynarodowa Wystawa „Sztuka i Technika w Życiu Współczesnym”, Paryż 1937. PAN AW, MLN, sygn. III-67, j. 84, k. 35.

szych częściach pawilonu ulokowano ekspozycję zachęcającą do odwiedzenia Polski, gabloty prezentujące polskie książki ozdobne, srebra i plater, tkaniny wełniane i jedwabne, wystawę dzieł sztuki ludowej oraz plansze i eksponaty poświęcone dawnym i współczesnym osiągnięciom gospodarczym. Część działu polskiego, w tym wystawy dotyczące urbanistyki, architektury, sztuk plastycznych, odkryć naukowych, kolejnictwa, przemysłu drzewnego itp., umieszczono poza pawilonem narodowym.

Skonstruowana na potrzeby wystawy wizja II Rzeczypospolitej – monumentalna i podkreślająca wielką przeszłość w Rotundzie Honorowej, a nowoczesna i akcentująca postęp techniczny w Pawilonie Gospodarczym – odpowiadała mocarstwowym hasłom ówczesnej propagandy państwowej. Jednak charakter narodowy pawilonu polskiego nie był aż tak wyrazisty jak w 1925 r., gdyż wybrani przez Niemojewskiego artyści rzadziej odwoływali się do tradycji sztuki ludowej. W zamian proponowali współczesny styl polski uzyskiwany przez swobodne i w pełni nowoczesne przetworzenie tradycji. Tak jak poprzednio polską ekspozycję cechowała wyraźna przewa-

ga ilościowa dzieł sztuki nad eksponatami z dziedziny techniki i przemysłu. Komisarz jasno uświadamiał sobie, że był to rezultat niewielkich zasobów państwa, przede wszystkim niedoborów kapitału ekonomicznego: „Takie samo Grand Prix dostaje się za grafikę, za plakat, jak i za precyzyjną maszynę, tylko że eksponat różnie kosztuje. [...] Wyniki nasze to tanizna”⁷.

W 1937 r. twórcy działu polskiego starali się skonstruować reprezentację polskości uwzględniającą również narodowe jedzenie. W projektach pawilonu narodowego od początku przewidywano miejsce dla restauracji (il. 3). Emocje budził wybór firmy, która miałaby ten lokal poprowadzić. O pierwszeństwo walczyły dwie słynne w tym okresie kawiarnie: warszawska „Ziemiańska” oraz poznański Fangrat⁸. Komisarz pawilonu, Niemojewski, słabo znający tę ostatnią, zbierał o niej informacje, a w końcu wybrał się nawet do Poznania, aby wyjaśnić sprawę na miejscu. Kandydaturę Aleksandra Fangrata wspierał Witold Noskowski, znany dziennikarz, a jednocześnie wuj komisarza, mieszkający wówczas w Poznaniu⁹. Ostatecznie zdecydowano, że koncesję na prowadzenie restauracji w Paryżu dostanie właśnie ta firma. Zapewniono jej wsparcie Edwarda Pomian-Pożerskiego, profesora Instytutu Pasteura w Paryżu¹⁰, który jako Edouard de Pomiane był znanym i wysoko cenionym we Francji gastronomem, autorem wielu książek kucharskich.

Polskość przyszłego menu była sprawą zasadniczą, więc Noskowski tak pisał do Niemojewskiego o Fangracie:

A już rzeczą Komisariatu Generalnego będzie włożyć mu do głowy, aby jadłospis był dobrze przetykany potrawami polskimi, które, jako egzotyczne i stylowe, powinny harmonizować z rdzenną polskością pawilonu i eksponatów. Przypuszczam, że Komisariat Generalny doceni w całej pełni propagandowe znaczenie barszczu, zrazów z kaszą oraz kielbasy na widelcu, która wśród potraw regionalnych jest u mnie na pierwszym miejscu, jako rzewne wspomnienie ukochanego Lwowa¹¹.

⁷ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 107, k. 40: List Lecha Niemojewskiego do Witolda Noskowskiego z 21.XII.1937 r.

⁸ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 107, k. 38: List Lecha Niemojewskiego do Witolda Noskowskiego z 24.IX.1936.

⁹ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 109, k. 84: List Witolda Noskowskiego do Lecha Niemojewskiego z 26.IX.1936.

¹⁰ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 107, k. 34: List Lecha Niemojewskiego do Jana Lechonia z 7.III.1937.

¹¹ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 109, k. 84, dz. cyt.

Jednocześnie współudział Pomiana stanowił gwarancję, że polskie menu zostanie zaakceptowane przez paryską publiczność. Niestety nie obyło się bez komplikacji. Fangrat wycofał się w ostatniej chwili i prowadzenie restauracji „La Tour de Pologne” zlecono francuskiemu przedsiębiorcy, właścicielowi lokalu „Pied de Cochon” w paryskich Halach¹² (Acosi 1937). Aby utrzymać charakter narodowy menu, postanowiono, że poza sprawującym nadzór ogólny Pomianem w restauracji pracować będzie dwóch polskich kucharzy – „sławny kucharz Rotszyldów” i ktoś przez niego polecony¹³.

I tym razem głównym źródłem informacji o sposobie funkcjonowania restauracji są dla nas artykuły publikowane w polskiej prasie. Nie podają one pełnego menu, ale wspominają, że serwowano kilka klasycznych dań kuchni polskiej: barszcz z uszkami, zupę rakową, zrazy z kaszą (Samozwaniec 1937) oraz bigos (Acosi 1937). Wśród obsługi przeważali Francuzi, co spowodowało, że tylko pięciu z dwudziestu kelnerów mówiło po polsku (tamże). Od strony wizualnej w restauracji – tak jak i w całym dziale polskim – postawiono na współczesny, swobodny styl narodowy, bliższy standardom międzynarodowej elegancji niż sztuce ludowej. Głównym elementem wnętrza było *panneau* dekoracyjne o nieznanym tytule, a wyposażenie stanowiło pokaz możliwości polskich projektantów i producentów – należały do niego m.in.: nowoczesne, metalowe lampy zaprojektowane przez Julię Keilową, naczynia ceramiczne z Ćmielowa, bielizna stołowa z Żyrardowa, meble z fabryk Thonet Mundus w Radomsku i mebli artystycznych w Poznaniu (*Katalog...* 1937: 47A) (il. 4). Kelnerzy nie nosili strojów narodowych, lecz fraki z biało-czerwonymi epoletami (Acosi 1937)¹⁴. W porze herbaty i *dîner* oprawę muzyczną zapewniał mały zespół instrumentalny złożony z młodych polskich muzyków. Jest bardzo prawdopodobne, że w tym samym miejscu odbywały się również poranki, podczas których grała Orkiestra Kameralna Polskiego Radia pod dyrekcją Zdzisława Górzyńskiego¹⁵.

Chociaż restauracja oferowała co najmniej kilka klasycznych dań kuchni narodowej, polscy dziennikarze krytycznie oceniali oddanie lokalu pod zarząd Francuzów, niemożność porozumienia się po polsku oraz wyso-

¹² PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 79, k. 83: Sprawozdanie w języku francuskim; Acosi 1937.

¹³ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 78, k. 48: List Lecha Niemojewskiego do Konrada Olchowicza [?] z 8.VI.1937.

¹⁴ Trzeba w tym miejscu zauważyć, że na fotografiach dokumentujących wygląd restauracji widać wyraźnie obsługę w białych kurtkach kelnerskich, a nie we frakach. Być może fraki zakładano dopiero wieczorem. Jednak zarówno biała kurtka, jak i frak stanowiły międzynarodowy uniform kelnerski.

¹⁵ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 79, k. 83, dz. cyt.



Ilustracja 4. Taras restauracji „La Tour de Pologne” widziany z wnętrza Pawilonu Gospodarczego, po lewej fragment stoiska firmy E. Wedel S.A., Międzynarodowa Wystawa „Sztuka i Technika w Życiu Współczesnym”, Paryż 1937. PAN AW, MLN, sygn. III-67, j. 84, k. 33.

kie ceny¹⁶. Artykuł poświęcony wyłącznie szczegółowej krytyce „La Tour de Pologne” opublikował najpopularniejszy polski dziennik, „Ilustrowany Kuryer Codzienny”. Jego paryski korespondent, podpisujący się Acosi, przyjmował za oczywistość, że w polskim pawilonie powinna działać polska restauracja serwująca polskie potrawy, która przedstawi cudzoziemcom „gastronomiczną dziedzinę życia polskiego” (Acosi 1937). Było to szczególnie ważne nie tylko ze względu na ogromną, stale rosnącą liczbę gości zwiedzających wystawę, ale także na znaczenie, jakie Francuzi przywiązują

¹⁶ Podobne opinie pojawiały się w kilku relacjach, zob. np.: Podhorska-Okolów 1937; Morcinek 1937; Kondracki 1937.

do dobrej kuchni. Tymczasem francuski zarząd i obsługa z definicji szkodziły polskiej kuchni, odbierając jej autentyczność: „Czy Francuz może równie dobrze, jak Polak przygotować bigos, zająca w śmietanie, barszcz czy chłodnik, czy inne polskie specjały? Na pewno nie!”. W dodatku francuscy kelnerzy nie rozumieją polskich gości: „Na razie są codzienne scysje, gdy zamiast bigosu polskiego, żądanego w języku polskim, kelner na migi zachwala «choueronte» francuską lub coś podobnego!”. Acosi dodawał, że w innych restauracjach ulokowanych przy pawilonach narodowych kelnerki noszą stroje ludowe i mówią w języku narodu, który reprezentują. Zadawał też zasadnicze pytanie: „Pocóż zatem ta restauracja, jeśli nie ma być polską na wskroś?”. Zarzucał władzom państwowym lekceważenie kwestii propagandowych i nie przyjmował tłumaczeń, że „La Tour de Pologne” miał prowadzić polski przedsiębiorca, który – niestety – wycofał się w ostatniej chwili. Uważał, że do tej sytuacji doprowadziły nieprawidłowości związane z wyborem polskiego przedsiębiorcy bez pośrednictwa odpowiedniego zrzeszenia branżowego. Podkreślał również, że zlekceważono interesy polskiej emigracji w Paryżu, wśród której na pewno znalazłoby się bezrobotnych kelnerów i która zamierza protestować właśnie w sprawie restauracji.

„La Tour de Pologne” skupiała na sobie największą uwagę, ale nie była jedynym lokalem gastronomicznym obsługującym polski pawilon. W ogrodzie stał kiosk Polskiego Związku Eksporterów Bekonu i Artykułów Zwierzęcych, w którym można było konsumować „próbki wszystkich wyrobów eksportowanych przez Związek” (*Katalog... 1937: 67A*), czyli „wódkę, herbatkę i kanapki” (Kondracki 1937). Kiosk dekorowały tablice o charakterze informacyjno-propagandowym pokazujące rozwój eksportu polskich wyrobów mięsnych w latach 1934–1936. Wieczorami gości wabiło światło neonów (*Katalog... 1937: 67A*).

Poza tym w Pawilonie Gospodarczym znajdowały się dwa stoiska przedstawicieli przemysłu spożywczego: Monopoli Państwowych (tytoniowego, spirytusowego i solnego) oraz firmy E. Wedel S.A., Fabryka Czekolady w Warszawie. Każde z nich stanowiło nie tylko punkt sprzedaży, ale także osobne dzieło sztuki dekoracyjnej opracowane przez cenionych artystów średniego lub młodego pokolenia¹⁷. I tak na stoisko monopolowe składały się: ażurowa ściana skonstruowana z trzech tablic trawionych na szkle, które ilustrowały położenie ośrodków produkcji monopoli polskich; plansze z fotomontażami przedstawiającymi fragmenty urządzeń i produkcji monopoli oraz przekrój kopalni soli w Wieliczce; trzy rzeźbione słupy

¹⁷ Byli wśród nich: Adam Bowbelski, Zygmunt Górski, Wincenty Kasprzycki, Włodzimierz Padlewski, Irena Wilczyńska, Władysław Wołkowski i Stanisław Zamecznik.

drewniane oraz meble metalowe wyplatane trzcina (tamże: 26A). Prawdopodobnie eksponowano tam również wyroby monopolu spirytusowego, Magdalena Samozwaniec (1937) pisała bowiem, że w polskim pawilonie znaleźć można „całą ścianę wody!”¹⁸. Natomiast stoisko Wedla miało nieregularny, oparty na organicznych krzywiznach plan. Jego główną dekorację stanowiły: *panneau* dekoracyjne oraz podświetlone gabloty, w których eksponowano cukierki i bombonierki¹⁸. Wiemy także, że Niemojewski nawiązał z Wedlem szerszą współpracę, dzięki której mógł swobodnie rozdawać swoim gościom bombonierki¹⁹.

Aranżacja staropolskiej biesiady

Przygotowania do udziału w Międzynarodowej Wystawie „Świat Jutra”, która odbyła się w Nowym Jorku w 1939 r., rozpoczynano jeszcze w trakcie trwania wystawy paryskiej 1937 r., wykorzystując doświadczenia z tej ostatniej. Zmieniono jednak komisarza działu polskiego. Tym razem został nim Stefan Ropp, wysoko oceniany dyrektor Międzynarodowych Targów Poznańskich do spraw finansów, propagandy i kontaktów zagranicznych. Wystawa nowojorska – tak jak poprzednie – była uważana przez stronę polską za arenę pokojowego współzawodnictwa. W jednym z przygotowywanych na otwarcie polskiego pawilonu przemówień znalazło się określenie, że wystawa: „[...] jest jednocześnie symbolem solidarnej współpracy międzynarodowej, etapem w pokojowym wyścigu o pierwszeństwo, w którym każde państwo może pokazać światu swe walory historyczne, kulturalne i gospodarcze, a także przyszłe możliwości twórcze”²⁰. Jako najważniejszą zaletę pawilonu wskazywano jego oryginalność wynikającą z narodowej specyfiki: „**polski pawilon każdy zapamięta, jako zupełnie inny od pawilonów otoczenia**. Podstawą wystawiennictwa jest, **by nie zginąć w tłumie 700 pawilonów** przez snobistyczną imitację obcych”²¹. Poza tym ważnym celem polskiego udziału było informowanie międzynarodowej opinii publicznej o długiej i świetnej tradycji polskiej państwowości. W katalogu wystawy Roman Dyboski (1939: 31A) pisał:

¹⁸ Informacje na temat tego stoiska pochodzą z kilku źródeł: *Katalog...* 1937: 27A; *Rozmowy...* 2008: 42–43; Bilewicz 2008: 120–121.

¹⁹ PAN AW, MLN sygn. III-67, j. 80, k. 71: List Lecha Niemojewskiego do Jana Wedla z 21.XII.1937.

²⁰ Archiwum Akt Nowych [AAN], Ambasada II RP w Waszyngtonie [AIIRPW],teczka 1466, k. 656: Szkic przemówienia, 1939.

²¹ AAN, AIIRPW,teczka 1466, k. 611: Komisariat Generalny Wystawy w Nowym Jorku, Poznań, materiał redakcyjny nr. 15.

W mniemaniu przeciętnego mieszkańca Europy Zachodniej czy Ameryki, Polska jest jednym z tych „nowych państw”, które pojawiły się na mapie Europy dopiero po wojnie światowej. Tymczasem wiele z tych państw, to w rzeczywistości państwa b. stare, które zostały na okres dłuższy lub krótszy wcielone w skład wielkich mocarstw i obecnie zdołały się od nich oddzielić.

W Nowym Jorku polski pawilon przyciągał uwagę zwiedzających wysoką, 40-metrową ażurową wieżą wykonaną z pozłacanej miedzi. Jego najważniejsze pomieszczenie stanowiła Sala Honorowa, która miała reprezentować „Przeszość i przyszłość Polski”. Po prawej stronie sali ulokowano ekspozycje tworzące obraz wielkiej, pełnej chwały przeszłości, m.in.: cykl siedmiu obrazów „Bractwa św. Łukasza” przedstawiających najważniejsze sceny z historii państwa oraz wybór najistotniejszych dokumentów historycznych. Na lewej ścianie umieszczono stylizowane na stare mapy kartogramy, które ilustrowały zagadnienia polityczne, gospodarcze i społeczne, określające historyczną pozycję Polski w świecie. Przed nimi zamontowano szklaną tafelę, na której przedstawiono te same zagadnienia współcześnie. Ponad kartogramami znajdowało się malowidło freskowe Bolesława Cybisa *Centralny Okręg Przemysłowy i Gdynia*. Natomiast pośrodku Sali, na tle witrażu Mieczysława Jurgielewicza *Polska Zmartwychwstała*, ustawiono posąg Józefa Piłsudskiego dłuta Stanisława Ostrowskiego.

W dalszych pomieszczeniach pawilonu ulokowano ekspozycje poświęcone różnym dziedzinom życia: sztukom plastycznym, dorobkowi nauki, komunikacji, atrakcjom turystycznym Polski, zagadnieniom szeroko rozumianej opieki społecznej, osiągnięciom przemysłu i rzemiosła, tkactwu i sztuce ludowej. W kilku miejscach prezentowano też historię i dorobek amerykańskiej Polonii. Program całej ekspozycji pomyślano tak, by stworzyć wizję silnego, demokratycznego i tolerancyjnego państwa, związanego od zarania z kręgiem kulturowym łacińskiego chrześcijaństwa.

Część gastronomiczną wystawy przygotowano bardzo starannie. W osobnym budynku, piętrowej rotundzie całkowicie przeszklonej kolorowymi szybami, ulokowano bar, kawiarnię z dancینگiem i restaurację. Cały kompleks, postawiony na własny koszt przez Związek Eksporterów Szynek i Bekonu²², mógł pomieścić 520 gości i był drugi co do wielkości spośród lokali gastronomicznych umieszczonych w pawilonach narodowych²³.

²² AAN, AIIRPW, teczka 1466, k. 142–143: The Polish Restaurant.

²³ Pierwsze miejsce przypadło Szwajcarii z restauracją na 618 gości, zob. *New York...* 1939: 179.



Ilustracja 5. W.T. Benda, projekt okładki broszury poświęconej pawilonowi polskiemu na Międzynarodowej Wystawie „Świat Jutra”, Nowy Jork 1939. AAN, AIIRPW, teczka 1466, k. 674.

Reprezentacja polskiego jedzenia skonstruowana na potrzeby wystawy nowojorskiej nawiązywała przede wszystkim do tradycji Rzeczypospolitej szlacheckiej (il. 5). W materiałach reklamowych różnego typu wymieniano takie klasyki kuchni narodowej, jak: barszcz królewski (jak z *Pana Tadeusza*), zakąski w bogatym wyborze (podobno było ich 400 rodzajów), dwanaście gatunków wódki i miody pitne, w tym 150-letni²⁴. Restaurację, która zajmowała całą przestrzeń na piętrze pawilonu, wystylizowano na XVI-wieczną karczmę i ozdobiono plafonem projektu wybitnego malarza, Felicjana Szczęsnego Kowarskiego, ilustrującym „eksport Polski w kraje zamorskie”²⁵. Staropolskiej stylizacji poddano również jadłospis i kostiumy obsługi (Nowakowska 2013: 87), która tym razem doskonale rozumiała, co to bigos, gdyż tworzyły ją „najpiękniejsze Polki z Brooklynu” (Siennicka

²⁴ AAN, AIIRPW, teczka 1465, k. 43: Poland by Baron Stefan de Rop, Commissioner General to the Polish Exhibit; AAN, AIIRPW, teczka 1466, k. 68: The Polish Pavillion; *New York...* 1939: 12.

²⁵ AAN, AIIRPW, teczka 1466, k. 67–68: The Polish Pavillion; Siennicka 1939.

1939). Kierownikiem całego kompleksu gastronomicznego został Antoni Gordon, ochmistrz z m/s „Batory” (Nowakowska 2013: 87), a więc człowiek doświadczony nie tylko w organizowaniu pracy ogromnej kuchni, ale także reprezentowaniu polskiej tradycji kulinarnej (Męczykowska 2012).

Rotundę i wnętrza poszczególnych lokali zaprojektował Henryk Czerny, autor kiosku Związku Eksporterów Szynki i Bekonu na wystawie paryskiej 1937 r., a wyposażenie poszczególnych lokali stanowiło przegląd polskiej wytwórczości, obejmujący m.in.: meble metalowe z fabryki Konrad, Jarnuszkiewicz i S-ka, meble drewniane chałupnicze i meble koszykowe, fajanse z Włocławka, szkło z Zawiercia oraz platerę z warszawskiej fabryki Norblina (*Katalog...* 1939: 494P). I tym razem reprezentację jedzenia narodowego uzupełniały wedlowskie słodczyce, w pawilonie gastronomicznym ulokowano bowiem kiosk tej firmy (Stefańska 2000/2001: 263). Natomiast w Sali Rolnictwa swoje stoisko ustawił Związek Eksporterów Bekonu i Artykułów Zwierzęcych, szykujący się do podboju rynku amerykańskiego (Nowakowska 2013: 179).

Wszystko wskazuje na to, że polski kompleks gastronomiczny oferował całościową reprezentację polskich tradycji kulinarnych. Jej centrum stanowiła restauracja, w której zaaranżowano sytuację staropolskiej biesiady. Choć – ze względu na wybuch II wojny światowej – dysponujemy niewielką liczbą relacji prasowych, niekwestionowanym dowodem na atrakcyjność restauracji jest jej sukces ekonomiczny. Ponieważ wojna wybuchła w trakcie trwania wystawy, państwo nie mogło dalej finansować polskiej ekspozycji, nie mogło też przeprowadzić jej likwidacji. Tymczasem wystawę przedłużono na sezon letni roku 1940, a utrzymanie pawilonu narodowego miało istotne znaczenie propagandowe. Sytuację uratowała właśnie restauracja, którą na sezon zimowy przeniesiono na Manhattan, na 57 ulicę, i która pozwoliła przetrwać odciętym od kraju pracownikom. Co więcej, w sezonie roku 1940 utrzymanie polskiego pawilonu okazało się możliwe dzięki zyskom z restauracji, otwarciu na terenie wystawy dodatkowej ekspozycji z kawiarnią i kioskiem z pamiątkami oraz wsparciu Polonii (Stefańska 2000/2001: 258–259).

/// Zakończenie

Już pobieżny przegląd literatury przedmiotu pokazuje wyraźnie, że jedzenie może być i wielokrotnie było wykorzystywane do reprezentacji tożsamości kulturowej narodu. Najbardziej efektywne są pod tym względem restauracje oferujące nie tylko tradycyjne dania narodowe, ale także całościową

reprezentację kultury narodowej, najlepiej w wersji „historycznej biesiady” odbywającej się w „skansenowym otoczeniu”. Wnioski te potwierdza analizowana przeze mnie historia udziału II Rzeczypospolitej w wystawach światowych, którego zasadnicze cele były od początku jasno zdefiniowane – stworzyć reprezentację polskiej tożsamości kulturowej, która przekona międzynarodową publiczność o istnieniu narodu odrębnego od innych, mocno zakorzenionego w tradycji, ale dynamicznie rozwijającego się i zasługującego na własne państwo.

O ile w 1925 r. Warchałowski wiedział, jak wykorzystać sztukę dekoracyjną, o tyle prawdopodobnie nie uświadamiał sobie możliwości, jakie stwarza jedzenie. W rezultacie polska kawiarenka nie pasowała do zasadniczej koncepcji działu polskiego, prezentującego dzieła sztuki utrzymane w konwencji stylu narodowego, a więc nowoczesne, lecz nawiązujące do sztuki ludowej. Chociaż umieszczona w pawilonie stanowiącym doskonały przykład tego stylu, miała charakter wielokulturowy, z wyraźną przewagą kultur dawnych państw zaborczych. To niedopasowanie krytykowali polscy korespondenci prasowi, którzy zwiedzali wystawę, a więc mieli okazję porównywać pawilony narodowe oraz afiliowane przy nich lokale gastronomiczne. Okazało się, że narodowe jedzenie stanowi jeden z ważnych atrybutów narodu poszukującego uznania na forum międzynarodowym.

Wystawy z lat 1937 i 1939 pozwalają obserwować próby wykorzystania jedzenia do reprezentacji polskiej tożsamości kulturowej, prowadzące do stopniowego odkrycia podstawowych zasad gastrodyplomacji. W 1937 r. restauracja „La Tour de Pologne” oferowała klasyczne dania kuchni polskiej, których zabrakło w 1925 r.: barszcz z uszkami, zupę rakową, zrazy z kaszą i bigos. Obok niej działały stoiska reprezentujące ważne dziedziny polskiego przemysłu spożywczego i najprężniejszych przedsiębiorców z tej branży, dzięki którym w pawilonie oferowano polskie wódki, wędliny i czekoladki Wedla. Zarówno wnętrze i wyposażenie restauracji, jak i stoiska przedstawicieli przemysłu spożywczego zostały starannie zaprojektowane. Co więcej, stanowiły spójną całość z innymi częściami Pawilonu Gospodarczego. Na podstawie zachowanych materiałów można śmiało postawić tezę, że polski pawilon – wraz z restauracją – oferował całościowe doświadczenie smaku narodowego, zarówno smaku potraw, jak i smaku estetycznego. Był to jednak smak nowoczesny, elegancki, światowy, prawdopodobnie odpowiadający habitusowi niewielkiej grupy zamożnych, świetnie wykształconych i bywałych w świecie przedstawicieli elity. Dobrze ilustruje to pierwotny pomysł na restaurację, w której kulinarne propozycje

polskiego przedsiębiorcy miały być opracowywane pod okiem Edouarda de Pomiane'a, a więc dostosowane do gustu paryskiej publiczności.

Na skutek rezygnacji Fangrata „La Tour de Pologne” straciła na polskości. Z recenzji prasowych wynika, że jej główną słabością był brak osadzenia polskiego menu w szerszym kontekście kulturowym, przede wszystkim nieczytelne nawiązania do takich kategorii, jak autentyczność, historia i tradycja. Efekt autentyczności skutecznie niweczyli francuscy kelnerzy, którzy nie mówili po polsku i nie znali polskiej tradycji kulinarnej, a także nosili stroje zgodne z międzynarodowym standardem kelnerskiej elegancji. Ich obecność kazala podejrzewać, że również na zapleczu pracują Francuzi, przygotowując „nieautentyczne” dania kuchni polskiej. Najlepszy przykładem są tu problemy z bigosem, który francuska obsługa utożsamiała z *choucroute*. Wnętrze i wyposażenie restauracji – utrzymane w nowoczesnej, lekko zabarwionej regionalizmem stylistyce – także pozbawione były wyraźnych odniesień do narodowej tradycji. Wiemy zresztą, że dobrze się tam czuli odwiedzający wystawę Anglicy (Samozwaniec 1937), a źle polscy emigranci, którzy na ogół pochodzili z klas niższych i nie zawsze dobrze znali język francuski. Spragnieni kontaktu z krajem, z językiem, z polskimi przysmakami, przeżywali rozczarowanie, ponieważ droga, elegancka restauracja z białymi obrusami i wyfraczonymi kelnerami nie była przeznaczona dla nich (Morcinek 1937).

Dopiero w 1939 r. przy polskim pawilonie powstał kompleks gastronomiczny, w którym zaaranżowano sytuację staropolskiej biesiady w „skansenowym otoczeniu”. Komisarzem działu polskiego był wówczas Stefan Ropp, profesjonalista z dużym doświadczeniem w organizowaniu targów międzynarodowych, który w dodatku miał okazję przeanalizować niedociągnięcia z poprzedniej wystawy. Charakterystyki poszczególnych dań i napojów, aranżacja wnętrza i stroje obsługi polskich lokali gastronomicznych podkreślały zakorzenienie w tradycji Rzeczypospolitej szlacheckiej. Tym razem udało się uniknąć kłopotów z autentycznością – do obsługi gości zatrudniono kelnerki z rodzin polskich emigrantów, kuchnią zarządzał polski szef, a całość prowadził polski Związek Eksporterów Szynki i Bekonu. Można się także domyślać, że lokale mieszczące się w rotundzie przeznaczonej na gastronomię – bar, kawiarnia z dancinżiem i restauracja – były adresowane do różnych kategorii gości. Niewykluczone, że tego zróżnicowania oferty dokonano pod wpływem doświadczeń paryskich, w tym konfliktu z emigrantami – Roppowi bardzo zależało na pozyskaniu amerykańskiej Polonii. Staropolska stylizacja lokali dobrze współgrała z ekspozycją ulokowaną w pawilonie narodowym, w której wielokrotnie

prezentowano najlepsze tradycje Rzeczypospolitej (demokracja, tolerancja, wolność osobista). Po wybuchu wojny restauracja polska na Manhattanie potwierdziła swój ogromny potencjał, zarabiając na utrzymanie pawilonu polskiego wraz z personelem.

Warto zauważyć, że na wystawach wypracowano – zapewne opierając się na wcześniej istniejących wzorcach – aktualny do dziś zestaw eksportowych produktów spożywczych, w którym naczelne miejsce zajmują: bogaty wybór wędlin, wódki i miody oraz czekoladki Wedla. W kształtowaniu tego zestawu istotną rolę odegrali przedstawiciele tych sektorów przemysłu spożywczego, które miały największe możliwości ekspansji za granicę, w tym szczególnie potężny Związek Eksporterów Szyunki i Bekonu. Zastosowana w 1939 r. staropolska stylizacja wnętrza restauracji okazała się jedną z pierwszych jaskółek trendu, który wyjątkowo dobrze przyjął się w restauracjach działających w sąsiedztwie cennych obiektów zabytkowych i który dopiero w latach 90. znalazł konkurenta w rozmaitych odmianach „chłopskiego jadła”. Wszystko wskazuje na to, że staropolski wariant tradycji kulinarnej – chociaż nawiązujący do tradycji szlacheckiej – był i jest przyjmowany jako ogólnonarodowy, niewykluczający, inaczej niż eleganka, światowa wersja kuchni polskiej zaproponowana w 1937 r. w Paryżu. Biorąc pod uwagę trwałość dyskusji o znaczeniu kultury szlacheckiej dla kultury narodowej, w tym tezy głoszące, że w II Rzeczypospolitej inteligencja uzyskała dominację symboliczną i zaczęła skutecznie przedstawiać się jako spadkobierca elity szlacheckiej (Smoczyński, Zarycki 2017), uważam, że ten ostatni wniosek zasługuje na dalszą weryfikację.

Bibliografia:

/// Acosi. 1937. „Polska” (!) restauracja w Pawilonie Polskim na Wystawie paryskiej, „Ilustrowany Kuryer Codzienny”, nr 194, s. 6.

/// Bilewicz H. 2008. *Architektura wnętrza. Międzywojenna twórczość Włodzimierza Padlewskiego*, [w:] *Włodzimierz Padlewski. Architektura i sztuka. W roku jubileuszu stulecia urodzin*, red. H. Bilewicz, Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku, s. 99–123.

/// Billig M. 2008. *Banalny nacjonalizm*, tłum. M. Sekerdej, Znak.

/// Chapple-Sokol S. 2013. *Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds*, „The Hague Journal of Diplomacy”, vol. 8, no. 2, s. 161–183.

/// Chmielewska A. 2019. *Wyobrażenia polskości. Sztuki plastyczne II Rzeczypospolitej w perspektywie społecznej historii kultury*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

/// Drexlerowa A.M. 2005. *Część I*, [w:] A.M. Drexlerowa, A.K. Olszewski, *Polska i Polacy na powszechnych wystawach światowych 1851–2000*, Instytut Sztuki PAN, s. 9–160.

/// Dyboski R. 1939. *Polska dawniej i dziś*, [w:] *Katalog oficjalny działu polskiego na międzynarodowej wystawie w Nowym Jorku 1939*, Drukarnia Polska, s. 31A–51A.

/// Faryna-Paszkievicz H. 1993. „*Jesteśmy od tysiąca lat*” – *polski pawilon na wystawie Nowy Jork 1939*, [w:] *Między Polską a światem. Od średniowiecza po lata II wojny światowej*, red. M. Morka, P. Paszkiewicz, Instytut Sztuki PAN, Wydawnictwo „Kraąg”, s. 387–408.

/// Ichijo A., Johannes V., Ranta R. 2019. *Introduction*, [w:] *The Emergence of National Food: the Dynamics of Food and Nationalism*, red. A. Ichijo, V. Johannes, R. Ranta, Bloomsbury Academic, s. 1–14.

/// Ichijo A., Ranta R. 2016. *Food, National Identity and Nationalism: from Everyday to Global Politics*, Palgrave Macmillan.

/// *Katalog oficjalny działu polskiego na Międzynarodowej Wystawie Sztuka i Technika w Paryżu*. 1937. Polska Agencja Telegraficzna.

/// *Katalog oficjalny działu polskiego na międzynarodowej wystawie w Nowym Jorku 1939*. 1939. Drukarnia Polska.

/// Kondracki M. 1937. *W hotelu Europy*, „Pion”, nr 29, s. 4.

/// Kruk. S. 1925. *Wieczór na wystawie Sztuk dekoracyjnych w Paryżu*, „Ilustrowany Kuryer Codzienny: dodatek tygodniowy”, nr 183, s. 20.

/// Męczykowska B. 2012. „*Stół to miejsce jedyne, gdzie człowiek nie nudzi się przez pierwszą godzinę*”. *Posiłki serwowane na transatlantykach M/S „Piłsudski” i M/S „Batory*”, [w:] *Polska nad Bałtykiem. Konstruowanie identyfikacji kulturowej państwa nad morzem 1918–1939*, red. D. Konstantynów, M. Omilanowska, słowo/obraz terytoria, s. 82–91.

/// Mędrzecki W. 2012. *Polskie uniwersum symboliczne w Drugiej Rzeczypospolitej. Uwagi wstępne*, [w:] *Kultura i społeczeństwo II Rzeczypospolitej*, red. W. Mędrzecki, A. Zawiszewska, Instytut Historii PAN, s. 25–38.

/// Mitchell T. 2001. *Egipt na wystawie świata*, tłum. E. Klekot, Państwowy Instytut Wydawniczy.

/// Morcinek G. 1937. *Ludzie na drodze. I: W Mysiej Wieży*, „Gazeta Polska”, nr 218, s. 3.

/// *New York World's Fair 1939: Official Guidebook*. 1939. Exposition Publications.

/// Nowakowska K. 2013. *Pawilon polski na nowojorskiej wystawie światowej (1939–1940) i jego dalsze dzieje / The Polish Pavilion at the New York World's Fair (1939–1940) and Its Subsequent Fate*, tłum. wersji ang. Th. Mirecki, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Departament Dziedzictwa Kulturowego.

/// *Ogólne wytyczne Wszechświatowej Wystawy Sztuki Dekoracyjnej w Paryżu i Organizacja Działu Polskiego*. 1925. „Rzeczy Piękne”, nr 9–12, s. 179–182.

/// Olszewski A.K. 2005. *Część II*, [w:] A.M. Drexlerowa, A.K. Olszewski, *Polska i Polacy na pomszecznych wystawach światowych 1851–2000*, Instytut Sztuki PAN, s. 163–278.

/// Podhorska-Okolów S. 1937. *Z wystawy paryskiej*, „Bluszcz”, nr 31, s. 8.

/// Potocki A. 1924/1925. *Wystawa Sztuki Dekoracyjnej w Paryżu*, „Sztuki Piękne”, z. 12, wrzesień 1925, s. 541–567.

/// Rogoyska M. 1963. *Paryskie zwycięstwo sztuki polskiej w roku 1925*, [w:] *Z zagadnień plastyki polskiej w latach 1918–1939*, red. J. Starzyński, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, s. 21–64.

/// *Rozmowy z profesorem Włodzimierzem Padlewskim. Młoda architektura*. 2008. [w:] *Włodzimierz Padlewski. Architektura i sztuka. W roku jubileuszu stulecia urodzin*, red. H. Bilewicz, Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku, s. 25–47.

/// Samozwaniec M. 1937. *Dusze pawilonów na wystawie paryskiej*, „Kino. Tygodnik Ilustrowany”, nr 49, s. 2.

/// Siennicka H. 1939. *Pawilon polski*, „Prosto z Mostu”, nr 36, s. 2.

/// Sieradzka A. 1996. *Art Déco w Europie i w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.

/// Smoczyński R., Zarycki T. 2017. *Totem inteligencji. Arystokracja, szlachta i ziemiaństwo w polskiej przestrzeni społecznej*, Scholar.

/// Sosnowska J.M., red. 2007. *Wystawa paryska 1925. Materiały z sesji naukowej Instytutu Sztuki PAN, Warszawa, 16–17 listopada 2005 roku*, Instytut Sztuki PAN.

/// Sosnowska J.M., red. 2009. *Wystawa paryska 1937. Materiały z sesji naukowej Instytutu Sztuki PAN, Warszawa, 22–23 października 2007 roku*, Instytut Sztuki PAN.

/// Sosnowska J.M., red. 2012. *Wystawa nowojorska 1939. Materiały z sesji naukowej Instytutu Sztuki PAN, Warszawa, 23–24 listopada 2009 roku*, Instytut Sztuki PAN.

/// Stefańska A. 2000/2001. *Polska na wystawie światowej w Nowym Jorku w latach 1939–1940*, „Niepodległość”, t. 51, s. 239–296.

/// Szczerski A. 2018. *Historia sztuki II Rzeczypospolitej – perspektywy badawcze*, „Rocznik Historii Sztuki”, t. 43, s. 5–9.

/// Tellström R., Gustafsson I.B., Lindgren H. 2008. *Constructed National Food and Meal Archetypes at International Exhibitions from Paris 1867 to Aichi 2005*, „National Identities”, vol. 10, no. 3, s. 313–327.

/// (t.krasz.). 1936. *Udział Polski w Wystawie Paryskiej*, „Kurier Poznański”, nr 485, s. 2.

/// Wieczorkiewicz A. 2008. *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Universitas.

/// **Abstrakt**

Artykuł przedstawia rekonstrukcję i interpretację sposobów wykorzystania lokali gastronomicznych oraz stoisk przedstawicieli przemysłu spożywczego w działach polskich na trzech wystawach międzynarodowych zorganizowanych w okresie międzywojennym (w Paryżu w 1925 i 1937 r. oraz w Nowym Jorku w 1939 r.). Podstawowym celem strony polskiej było skonstruowanie reprezentacji tożsamości kulturowej narodu, którego odrębność i prawo do samostanowienia stanowiły główną legitymizację istnienia II Rzeczypospolitej. Dlatego autorka zastanawia się, czy jedzenie można traktować jako pełnoprawny element tej reprezentacji oraz jakie wyobrażenia polskości konstruowano przy jego pomocy. Wskazuje, że

w 1925 r. potencjał jedzenia nie został wykorzystany, natomiast w latach 1937 i 1939 było ono coraz skuteczniej włączane do reprezentacji polskiej tożsamości kulturowej. Zgodnie z zasadami gastrodyplomacji największy sukces odniósł kompleks gastronomiczny, w którym zaaranżowano sytuację staropolskiej biesiady.

Słowa kluczowe:

tożsamość narodowa, wystawy światowe, gastrodyplomacja, narodowe jedzenie, II Rzeczpospolita

/// Abstract

“The Propaganda Significance of Borscht”: Food and Polish Cultural Identity in the Interwar Period

In this article the author reviews and interprets the use of restaurants and food-industry stands in the Polish sections of three international exhibitions organised in the interwar period (in Paris in 1925 and 1937, and in New York in 1939). The primary goal of the Polish exhibitors was to present the cultural identity of the nation, whose distinctiveness and right to self-determination was the main legitimation for the existence of the Second Polish Republic. The author considers whether food can be viewed as a full-fledged element of this representation and what images of Polishness were constructed with its help. She points out that in 1925 the potential of food was not used, while in 1937 and 1939 it was more and more effectively included in the representation of Polish cultural identity. In accord with the principles of gastro-diplomacy, the most successful exhibit was one in which a traditional Polish feast was arranged.

Keywords:

national identity, world exhibitions, gastro-diplomacy, national food, the Second Polish Republic

/// **Agnieszka Chmielewska** – pracuje w Centrum Europejskim Uniwersytetu Warszawskiego. Prowadzi badania interdyscyplinarne z zakresu społecznej historii kultury, w tym szczególnie kultury polskiej XX w. Interesują ją polskie koncepcje narodu i kultury narodowej oraz stosunek Polaków do Europy, Zachodu i nowoczesności. Należy do Stowarzyszenia Historyków Sztuki i Polskiego Towarzystwa Socjologicznego. Autorka książek: *Wyobrażenia polskości. Sztuki plastyczne II Rzeczypospolitej z perspektywy społecznej historii kultury* (2019) oraz *W służbie państwa, społeczeństwa i narodu. „Państwowotwórcy” artyści plastycy w II Rzeczypospolitej* (2006), a także licznych artykułów, opublikowanych m.in. w: „Ikonothece”, „Kulturze Współczesnej” i „Studiach Europejskich”.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8629-9511>

E-mail: a.chmielewska@uw.edu.pl