

ARTYKUŁY RECENZYJNE

Dominika Janus

POLSKA DROGA SMAKU

Magdalena Tomaszewska-Bolałek, *Polish Culinary Paths*, Hanami, Warszawa 2016, ss. 148.

Jedzenie jest jedną z kluczowych składowych zarówno naszej egzystencji, jak i kultury. Zdaniem Magdaleny Tomaszewskiej-Bolałek, rodzima kuchnia ma wiele do zaoferowania – podniebienie smakujące Polskę na pewno wyczuje słoność pikli, śledzia i soli z Wieliczki, kwaśność świeżych jabłek, gorzkość podrobów, czarnej herbaty i ziół, ostrość chrzanu, słodkość miodu oraz element *umami* pochodzący z dań mięsnych, rybnych i grzybów. Nie zapominając o zmieniających się przez wieki europejskich realiach geopolitycznych ani o kluczowych wydarzeniach historycznych, które wpłynęły na skład dań, Magdalena Tomaszewska-Bolałek przedstawia polskie dziedzictwo kulinarne. Na 148 stronach książki z pogranicza kulturoznawstwa i antropologii zawarty jest bogato ilustrowany przewodnik po historii kulinarnej Polski od czasów Słowian po trendy współczesne. Przy niewątpliwym talencie narracyjnym autorki oraz jej wiedzy o tajnikach sztuki kulinarnej¹, *Polish Culinary Paths* mogłoby być jedynie kolejną pięknie wydaną pozycją o kuchni polskiej. Jednak prosty, wydawałoby się, zabieg translacyjny sprawił, że książka Tomaszewskiej-Bolałek jest w gruncie rzeczy niezwykle innowacyjna – przygotowana została w językach chińskim, japońskim, koreańskim i angielskim

¹ *Japońskie słodycze* zdobyły w 2014 r. główną nagrodę w prestiżowym międzynarodowym konkursie Gourmand World Cookbook Awards (w kategorii „Kuchnia japońska”), w 2015 r. trzecie miejsce na uroczystości z okazji dwudziestolecia konkursu Gourmand World Cookbook Awards na targach książki we Frankfurcie. Zostały jednocześnie uznane za jedną z trzech najważniejszych publikacji o kuchni japońskiej wydanych na świecie w latach 1994–2014. W 2016 r. *Tradycje kulinarne Korei* zajęły drugie miejsce w kategorii „Najlepsza książka o kuchni azjatyckiej wydana poza Azją”.

dla Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP oraz ambasady RP w Seulu – wersje nie-anglojęzyczne dzięki patronatowi MSZ są dodatkowo dostępne bezpłatnie *online*².

Dziewięć rozdziałów poświęconych jest eksploracji tradycji kulinarnych Polski – autorka umiejętnie rozbudowuje odpowiedź na krótkie, lecz istotne i niewątpliwie ciekawe pytanie: jak smakuje Polska? Kolejne części książki poświęcone są popularnym składnikom: kaszy, chlebom i produktom mącznym, następnie mięsu, rybom i nabiałowi, dalej warzywom, grzybom i owocom oraz przyprawom i ziołom. Przekrój składników polskiej kuchni zamykają bodaj najpopularniejsze na świecie wyroby spożywcze z Polski – alkohole. Niewątpliwie kluczowym rozdziałem jest jednak otwierająca podróż przez rodzimą sztukę kulinarną *Historia polskiej kuchni*. Obszerna część to opis zwyczajów żywieniowych Słowian, będących bazą dalszego kształtowania charakteru polskich dań. Autorka wskazuje na najbardziej przełomowe wydarzenia, które wpłynęły na kierunek ewolucji naszej kuchni, takie jak chrzest Polski, obecność Bony Sforzy na dworze królewskim, rządy Stanisława Augusta Poniatowskiego. Opisując historię, Tomaszewska-Bolałek nie zapomina o czasach PRL i kultowych barach mlecznych, następnie zgrabnie łączy ustrojową transformację ze zmianami polskich przyzwyczajęń żywieniowych i wejściem restauracji serwujących zagraniczne dania, by wreszcie przedstawić aktualne trendy w kulinariach. Rys historyczny płynie i w sposób nieskomplikowany oddaje więc również zmiany społeczne, które zaszły w naszym kraju. Autorka przeplata fakty i daty legendami oraz anegdotami, co sprawia, że mimo rozległości poruszanych zagadnień książka nie nudzi, ale zachęca zagranicznego czytelnika do „praktycznego” zapoznania się z Polską. Co więcej, pojawiają się tu nawiązania do osobistości powszechnie szanowanych na świecie, takich jak Chopin czy Kopernik, spinające naszą bądź co bądź obcą i nieobecną za granicą tradycję kulinarną znaną kłamrą.

Magdalena Tomaszewska-Bolałek jako orientalistka, a przede wszystkim kierownik podyplomowych Food Studies na Uniwersytecie SWPS, zwraca uwagę na rolę kuchni w kulturze oraz na jej znaczenie jako narzędzia dla relacji międzynarodowych. Do tej pory książki dotyczące polskiej kuchni skierowane były przede wszystkim do Polonii amerykańskiej, nie uwzględniając roli dyplomacji kulinarnej, tak bardzo istotnej dla krajów o powszechnie znanej, bogatej tradycji sztuki jedzenia i gotowania, jak Chiny, Korea, Japonia czy Indie.

Koncept dyplomacji kulinarnej jest definiowany jako użycie produktów spożywczych i sztuki kulinarnej w roli instrumentu osiągnięcia porozumienia między-

² Wersja japońska: https://issuu.com/msz.gov.pl/docs/pkp_jp; wersja chińska: https://issuu.com/msz.gov.pl/docs/pkp_ch; wersja koreańska: https://issuu.com/msz.gov.pl/docs/pkp_kr.

kulturowego w nadziei poprawy interakcji i współpracy³. Do tej pory oficjalnie sponsorowane programy dyplomacji kulinarnej zostały otwarte przez rządy Tajlandii, Korei Południowej, Malezji, Peru i Stanów Zjednoczonych⁴, dlatego warto docenić wysiłek polskiego MSZ, które do stworzenia publikacji promującej polską tradycję kulinarną zaprosiło autorkę nie tylko cenioną na świecie, ale i znającą realia oraz kulturę Azji. Należy przyznać, że pozycja ta, z racji przetłumaczenia na języki azjatyckie, jest milowym krokiem w budowie naszej marki narodowej. Pierwszym miejscem, gdzie ludzie różnych kultur spotykają się naprawdę, jest bowiem stół – wspólne jedzenie, częstowanie nim jest jednocześnie dzieleniem się swoimi doświadczeniami i doświadczeniami pokoleń. Tradycja gościnności i podejmowania gości jest fundamentalna dla wielu społeczności, jeśli nie dla ich przeważającej części, i dlatego warto pokazać światu właśnie tę stronę polskości. Najpopularniejszymi na świecie ścieżkami kulinarnymi Europy są niewątpliwie włoska i francuska i oczywiste, że niezależnie od jakości, atrakcyjności i stopnia podobieństwa innym tradycjom kulinarnym trudno się przebić przez te dwie ugruntowane narodowe marki. Ostatnie lata przynoszą jednak zmiany, czego symbolem była duńska Noma i jej promocja kuchni nordyckiej. Czytając i oglądając *Polish Culinary Paths*, można mieć więc nadzieję, że budowanie marki „Polska” w krajach azjatyckich nabierze rozpędu, a sama książka ze względu na tematykę zapoczątkuje tworzenie przyjaznego wizerunku kraju nie tylko wśród dyplomatów, ale i zwykłych ludzi – potencjalnych gości naszego kraju i klientów polskich przedsiębiorstw.

Polish Culinary Paths zawiera również pierwiastek książki kucharskiej – znajdziemy tu szesnaście nieskomplikowanych, ale efektownych przepisów na przystawki, dania mięsne, rybne, jarskie i łakocie. Każdy z nich jest poprzedzony krótką historią i opatrzony zdjęciem. Na pochwałę zasługuje klarowność instrukcji oraz dobór dań – w dobie globalizacji, która oczywiście sięga również sklepowych półek, przygotowanie większości zaprezentowanych potraw nie powinno nastęrczać trudności. Autorka zamieszcza również użyteczne linki, wśród których można znaleźć adresy stron związanych z turystyką kulinarną w Polsce, promocją polskiej kultury, jak również rękodzielnictwem i wzornictwem, ale przede wszystkim z produktami spożywczymi i wyrobami alkoholowymi. Poza znanymi koncernami, takimi jak Pernod Ricard (właściciel marki Wyborowa) oraz LOTTE Wedel, *Polish Culinary Paths* wspomina przede wszystkim o lokalnych producentach, mikrobrowarach i małych gospodarstwach, które dzięki prezentacji w książce mają szansę zaistnieć u azjatyckiego odbiorcy.

³ Sam Chapple-Sokol, *Culinary Diplomacy. Breaking Bread To Win Hearts and Minds*, „The Hague Journal of Diplomacy” 2013, nr 8, s. 161–183.

⁴ Ibidem.

Na uwagę zasługują opublikowane w *Polish Culinary Paths* ilustracje i zdjęcia, które doskonale uzupełniają historię i wprowadzają czytelnika w klimat naszego kraju. Zamieszczona na początku książki kulinarna mapa Polski autorstwa Bartłomieja Kuczyńskiego polskiemu czytelnikowi może przywołać na myśl rysunkowe atlasy świata dla najmłodszych. Jednak mając w perspektywie międzynarodowego odbiorcę (z naciskiem na mieszkańców krajów azjatyckich lubujących się w tego typu estetyce), jest idealnym wprowadzeniem do treści pisanej, a dodatkowo pozwala zorientować w przestrzeni geograficznej informacje zawarte w książce. Zdjęcia porcelany o oryginalnym wzornictwie to dodatkowo doskonała reklama dla polskich marek związanych z manufakturą ceramiki użytkowej.

Jedzenie i sztuka kulinarna jest jedną z dróg, którymi rozpowszechniamy naszą kulturę. Warto pamiętać o tym w trakcie nawiązywania międzynarodowych znajomości czy podczas delegacji zagranicznych – książka Magdaleny Tomaszewskiej-Bolałek może się okazać nieocenioną pomocą w mniej i bardziej oficjalnej promocji Polski.