

W okresie II Rzeczypospolitej mieliśmy do czynienia z ważnym fenomenem – zbudowaniem w niezwykle krótkim czasie polskiej polityki morskiej i obudowaniem jej wieloma zjawiskami społecznymi i kulturowymi, składającymi się na ukute wówczas pojęcia „światopoglądu morskiego” i „wychowania morskiego”. Fenomen ten był już wielokrotnie tematem zainteresowania historyków zarówno polskich, jak i niemieckich (że wspomnę tu tylko publikacje Bogdana Dopierały¹, Andrzeja Piskozuba², Romana Wapińskiego³ czy Stefana Troebsta⁴), którzy podejmowali próby znalezienia odpowiedzi na pytanie, jakie były przyczyny i jak zachodziły procesy głębokiej przemiany stosunku Polaków do morza, która nastąpiła w latach dwudziestych XX wieku.

Nieposiadający przez wiele stuleci tradycji morskich kraj, pozbawiony przez cały wiek XIX politycznych podstaw istnienia, budując romantyczne, a później i pozytywistyczne wizje odzyskania niepodległości, na początku XX wieku uznał dostęp do morza za warunek *sine qua non* odbudowy państwowości. Twarde stanowisko polskich negocjatorów w dyskusjach toczących się wokół postanowień traktatu wersalskiego w efekcie przyniosło Polsce nie tylko niepodległość, lecz także wymarzony dostęp do wybrzeża Bałtyku. Wprawdzie osiągnięto dużo mniej, niż zamierzano – w polskich granicach nie znalazł się Gdańsk, a litewskie i kurlandzkie wybrzeże z Lipawą i Windawą na czele pozostały w granicach niepodległych republik bałtyckich, o mrzonkach na temat dostępu do Morza Czarnego czy Adriatyku nie wspominając – ale, jak się okazało w niedalekiej przyszłości, osiągnięto wystarczająco dużo, aby uczynić z Polski państwo morskie. Nie wgłębiając się w skomplikowaną problematykę kwestii politycznych, militarnych i ekonomicznych związanych z tym zjawiskiem, chciałabym się skupić na tych kwestiach, które są przedmiotem zainteresowań i badań historyczno-artystycznych.

Bez wątpienia w okresie II Rzeczypospolitej została wykreowana specyficzna ikonosfera „Polski morskiej”. Celowo sięgam tu po pojęcie wprowadzone do badań wiele lat temu przez Mieczysława Porębskiego⁵, a dzisiaj ponownie przywoływane, choć często już w innym kontekście metodologicznym. W tym wypadku wydaje się ono szczególnie przydatne, obejmuje bowiem szeroki zespół zjawisk z zakresu kultury wizualnej, od znaków reklamowych poczynając, na architekturze kończąc. Znaczna część dzieł składających się na tę ikonosferę została wykreowana na potrzeby propagandy i reklamy (a zresztą może to rozróżnienie nie jest niezbędne, ponieważ w dwudziestoleciu międzywojennym propagandę nazywano reklamą polityczną⁶).

W Polsce znajdującej się u progu niepodległości w trudnym położeniu ekonomicznym i mającej wiele problemów do rozwiązania kwestia morska była początkowo raczej marginesowa. Badacze tematu „polskiej polityki morskiej” co prawda są w stanie bez problemu wskazać wiele decyzji politycznych i gospodarczych zmierzających do zagospodarowania wybrzeża i budowy floty morskiej, które podejmowano już od 1920 roku, ale zgodnie twierdzą, że o zaistnieniu polskiej polityki morskiej można mówić dopiero od 1925 roku, kiedy to kryzys w stosunkach polsko-niemieckich i niemiecka blokada polskiego eksportu węgla przez Gdańsk uświadomiły politykom konieczność budowy własnego portu z prawdziwego zdarzenia. Od tego momentu jednym z głównych celów inwestycyjnych polskiej

gospodarki staje się Wybrzeże, a w konsekwencji rozpoczyna się proces kreowania „świadomości morskiej”, podniesiona zostaje kwestia wprowadzenia „wychowania morskiego” i zaszczepienia „patriotyzmu morskiego”. W rezultacie rodzi się polska propaganda morska, która staje się narzędziem budowania społecznego zaufania do władz oraz ich decyzji w tej dziedzinie.

Jeśli ogarniemy całość tych zjawisk – działalność Ligi Morskiej i Kolonialnej z organizowanymi przez nią wystawami, konkursami, odczytami, wycieczkami, publikacjami, świętami morza i tak dalej, działalność Instytutu Bałtyckiego z jego ogromnym dorobkiem wydawniczym, czy też zjawiska z zakresu literatury, filmu, muzyki i sztuk pięknych, to łatwo zauważymy, że fenomen ten daleko wykroczył poza ramy dające się zdefiniować jako wykwit wielkiego narodowego entuzjazmu dla spraw morskich.

Mamy w istocie do czynienia ze znakomicie przeprowadzoną na wielu poziomach kampanią propagandową, której zadaniem miało być przekonanie polskich obywateli do słuszności ponoszenia kosztów gigantycznych inwestycji podejmowanych nad morzem. Na potwierdzenie przywołam tu słowa Henryka Strasburgera, który w 1939 roku napisał: „Kosztom największych ofiar i zrzeczeń się w innych dziedzinach Polska rozbudowuje swój dostęp do morza”⁷.

W propagandzie morskiej jest wyraźnie czytelnych kilka wątków. Wykorzystywana była przede wszystkim społeczna potrzeba wzmocnienia poczucia bezpieczeństwa, które miała zapewnić budowa polskiej floty wojennej. Po wtóre, potrzeba bogacenia się i perspektywa dobrobytu, który miał zostać osiągnięty dzięki kontaktom międzynarodowym i obrotom handlowym prowadzonym w nowym porcie, co miało zrekompensować trudy i poświęcenia okresu budowy. Wreszcie – potrzeba zaspokojenia ambicji uzyskania/odzyskania przez Polskę – w przekonaniu społecznym – należnej jej pozycji mocarstwa europejskiego, jeśli nie światowego. W ambicje te wpisuje się również niechlubny wątek starań o polskie kolonie zamorskie, w co, zdaje się, uwierzyła część społeczeństwa i co zaowocowało pojawieniem się egzotycznych wątków w polskiej propagandzie morskiej, ale przyniosło też pozytywny skutek: szybki wzrost zainteresowań etnograficznych i popularyzację kultur pozaeuropejskich, prowadzoną przede wszystkim na łamach „Morza” i w innych publikacjach Ligi Morskiej i Kolonialnej (il. 1)⁸.

Pomorze – podobnie zresztą jak Górny Śląsk – wymagało wysiłku propagandowego także dlatego, że było regionem niezaliczanym do ziem etnicznie polskich w powszechnej świadomości społecznej, a jednocześnie regionem, w stosunku do którego istniały największe roszczenia niemieckie (il. 2). Zwerbalizował to w 1932 roku Czesław Klarner: „Jeśli odro-

