

Okruchy z Lukullusa

Późnojesienny felieton polityczno-cukierniczy, nieudolnie aksamitny ton Joanny Szczepkowskiej naśladowujący – zapowiada Wojciech Stanisławski swój kolejny tekst z cyklu „Barwy kampanii”.

To naprawdę cudowna cukiernia. Żadnej spalenizny, żadnej frytury; za próbę przemycenia syropu glukozy-fruktozowego, już nie mówiąc o margarynie, szef kuchni pewnie wypatroszyłby śmiałka szczypczykami do skórki pomarańczowej. *Immer Eleganz* i esprit. Zero wulgarności, ferii syntetycznych barw, srebrnych kuleczek z cukru, „mas barwiących” ani zapchajmiazgi z orzechów ziemnych. Tylko karmel, likier Kahlua, domowa konfitura z suszonych moreli. Cieszący oko minimalizm: nieregularny wykrój tartoletki Orinoko („ganache z czekolady marki Lubeca”), perfekcyjna gładź i biel kuli Jasminum Grandimango. Do tego opakowania, lekkie, eko, cieszące ucho (zawsze jakieś odwołanie do poezji i prozy warszawskiej) i oko: firmowy, żółtografitowy splot barw, a do tego grafika – jak nie Tytusa Brzozowskiego, to Gosi Herby. Nie górna półka: najwyższa.

I nie jest to, jak zdarza się w dziesiątkach nisz gastronomicznych, pospiesznie dorabiany rodowód („wypieki od 1996”) albo szyk przestawny plus szczypta archaizacji na zasadzie szczytu wykwintu. Skoro właściciele, pan Albert i pan Jacek, piszą, że „Zaczęło się w 1946 roku na Pradze. Jan Dynowski – cukiernik i mistrz czekolady w fabryce Wedla – otworzył pracownię przy ulicy Stalowej”, to można im wierzyć.

Toteż pielgrzymki smakoszy ciągnęły pod ciepłozółty szyld. Ten aksamitny krem cytrynowy od Jacquesa Genin, te bezy, co są jak *coincidentia oppositorum*, równie kruche na zewnątrz, co aksamitne w środku! To mango prażone na maśle, drogi Foko! „No wiecie państwo – basował Ambrosij – wyobrażam sobie twoją żonę przyrządzającą sernik Grand Marnier w domowym piekarniku! Chi-chi-chi!... Au revoir! – i Ambrosij podśpiewując ruszył ku werandzie pod markizą”.

I nagle – ŁUPS, jakby trzasnął orzech laskowy, którego świeży miąższ posłuży za nadzienie tartoletki. „Od dziś – ogłosili pod koniec października na Facebookowej stronie cukierni dwaj panowie cukiernicy – dochód ze sprzedaży Napoleonki przeznaczamy na Strajk Kobiet!”

I nagle – ŁUPS, jakby trzasnął orzech laskowy, którego świeży miąższ posłuży za nadzienie tartoletki. „Od dziś – ogłosili pod koniec października na Facebookowej stronie cukierni dwaj panowie cukiernicy – dochód ze sprzedaży Napoleonki przeznaczamy na Strajk Kobiet!”. Obok

– zdjęcie kruchego prostokąca z ciasta francuskiego z wanilią Bourbon z Madagaskaru, na którym sypany przez szablon cukier-puder utworzył wdzięczny kontur piorunka. Do tego tag #lukullusjestkobietą, który mógłby może zaskoczyć Lucjusza Licyniusza – dwadzieścia lat na wojnach z Mitrydatesem, marsz w palącym słońcu przez Cylicję, brodzenie we krwi pod Kyzikos i zniszczenie floty niepokornego diadocha, a tu coś takiego – ale ostatecznie jakiś bardzo martwy, bardzo biały samiec nie będzie przesądzał o swoim genderze.

No i ruszyło. Siedem tysięcy lajków, proszę państwa, z takim poparciem wchodzi się do Parlamentu Europejskiego, a nie konfekcjonuje ptifurki! „Love”. „Jesteście cudowni!!!!”. „Poproszę całą tacę”. Indeks glikemiczny komentarzy sięgnął, jak widać, dwunastu miliardów. Sam Andrzej Pągowski napisał, że bardzo kocha, a Ewa Wieleżyńska, ważna postać w świecie wydawców warszawskich, wstawiła wielkie, czerwone serducho. No i ten najbardziej finezyjny komentarz, „Po protestach chodziliśmy na napoleonki do Lukullusa”, wiek prawie historii Polski w siedmiu słowach, i to bez kremu. Wierny dotąd pielgrzym, pożeracz bajader i tartoletek, poczułem, że też muszę brząknąć w komentarzach bodaj jednym, postnym jak sucharek zdaniem: „Trudno, będziemy kupować gdzieś indziej, nie u Państwa”.

Muszę przyznać, że też ruszyło: to była uczta (jedyna, z braku rogalika) zarówno dla atencjusza, jak dla entuzjasty mikrosocjologii. 179 emotikonów, przez chwilę heheszki szły łeb w łeb z lajkami, ale ostatecznie heheszki, że coś ty tu za bzdurę napisał, chłopie, zwyciężyły w proporcji 3:1. Komentarze – no takie fajne w większości, jak przekomarzanki w przedszkolu, od „Zostanie więcej dla nas” po finezyjnie ironicznie „Trudno, ależ strata!”. Jako atencjusz i mikrosocjolog zerkałem ciekawie na profile moich szanownych polemistów, przygadał mi cierpko i pan Radek, nie szczędzący żelu fashion designer, i pani Joanna, Digital Sales & Marketing Manager, i pani Marzenka ze „Szlachta nie pracuje”. Przez chwilę miałem wręcz poczucie, że spełnia się jedna z celnych obserwacji Marcina Kędzierskiego o „przebiegunowaniu” klasistowskiej pogardy: dotąd stare elity pieniądza i akademii zerkały z nieskończonym despektem na te pisowskie pińcetplusey z PGR-ów, których dzieci żrą flądry, no, a teraz przez chwilę było jakby odwrotnie. Nie do końca jednak, w końcu pani

Kasia, która skomentowała moją zapowiedź nieobecności słowami „oczyści się okolica” jako swoje ulubione miejsce do zwiedzania wymienia Metropolitan Museum of Arts, więc przepraszam bardzo.

Mniejsza jednak o komentarze zarówno pani Marzenki, jak pana Andrzeja Pągowskiego, jak i „bojkoty konsumenckie”, które z reguły nic nie dają. Zastanowiło mnie ta myśl o tej cukierniczej praktyce *identity politics*, o tym ciastkarskim zrywie. Obaj właściciele, jak piszą o sobie na stronie, „ukończyli najlepsze francuskie szkoły gastronomiczne: słynną Le Cordon Bleu i nazywaną Harvardem gastronomii Ecole Gregoire Ferrandi”. Czyli jednak nie Oxford, Stanford ani, nazywane czasem „Ecole Gregoire Ferrandi etyki” Georgetown University. A jednak zdecydowali się na usypanie piorunka, czyli posunięcie, w zestawieniu z którym błędą najwybitniejsze dotąd dokonania tzw. cukiernictwa sadystycznego, tak smacznie opisane przez zespół Monty Pythona w znakomitym skeczu o zakładzie pana Milтона. Ani bowiem Chrupiąca Żabka („Stosujemy tylko najlepsze małe żabiątka, schwytane o świcie i dostarczone samolotem z Iraku, przemyte w najczystszej wodzie źródlanej, ekologicznie zabite, polane wspaniałą szwajcarską, mleczną czekoladą i zamrożone w glukozie”), ani „Bombka – Barani pęcherz” (zostawmy to może) ani czekoladowe jajko „Sprężysta niespodzianka” („To nasza specjalność powleczona ciemną, mleczną czekoladą. Gdy ją włożyć do ust, wyskakują sprężynujące bolce i przekuwają policzki”) nie umywają się jednak, przynajmniej, do napoleonki, która promować ma aborcję na życzenie.

I nie chodzi mi o klasistowskie „Pilnuj, szewcze, kopyta”. Wszyscy jesteśmy obywatelami, wszyscy na różny dostępny nam sposób wypowiadamy się w przestrzeni publicznej: jeden stickersem na zderzaku auta, drugi flagą, trzeci pudrową posypką na ciachu. Daje mi

Istnieje spore ryzyko, że tego rodzaju garmażeryjna identity politics – czy to będzie piorunek z cukru, czy kajdany z kabanosów, czy ułożona z plasterków salami – why not? – kotwica Polski Walczącej na pizzy tak naprawdę rozwałą jak siekierą polski stół

jednak do myślenia lekkość decyzji o tym, by przenieść dyskurs na talerzyk, by spór, który nie może nie być raniący, skoro dotyka etyki i metafizyki, połać lekko masełkiem, by łatwiej się prześlizgnął. Inicjatorzy są zresztą sobą zachwyceni, i to z wzajemnością:

„Wylało się na nas morze dobrej energii. Liczba komplementów wprawia nas w osłupienie (...) Wielkie dzięki: całuski, cukiereczki, ciasteczka!” podsumowują, znów ryzykownie podnosząc indeks glikemiczny wypowiedzi. W ich wypowiedzi nie zabrakło jednak, utrzymującego się od pięciu lat na topie smaków, słonego karmelu: „Do morza życzliwości dopływa mętny strumień nienawiści. Wszystkich pozbawionych poczucia humoru publicystów, którzy zwiastują nam bojkot konsumencki..” piszą. Czyli, jak ktoś bojkotuje, znaczy nie ma poczucia humoru. Ponurak. Wybór pudrowego piorunka jest więc nie tylko słuszny, ale i zabawny, mimo ryzyka, że zaśmiewając się nad sproszkowanym cukrem można się albo zakrztusić, albo upudrować na biało.

Istnieje spore ryzyko, że tego rodzaju garmażeryjna *identity politics* – czy to będzie piorunek z cukru, czy kajdany z kabanosów, czy ułożona z plasterków salami – why not? – kotwica Polski Walczącej na pizzy tak naprawdę rozwałą jak siekierą polski stół. Nie, żebym bardzo liczył na

ogólnonarodowe, świąteczne pojednania nad śledzikiem, barszczem z rurą i dobrze zmrożoną pięćdziesiątką, ani przeceniał wartość podobnych amikoszonerii. Idzie mi jednak o niepożądany stan wojny permanentnej, o lekko narcystyczne przekonanie, że tylko permanentna deklaracja poglądów przy pomocy lizaka, sukni, krzywo przyklejonej kartki A4 przyniesie nam zwycięstwo w zimnej wojnie domowej.

Wspominając tamte kremy gruszkowe, tamte musy z marakuji, myślałem, co poradzić, o historii alternatywnej: a co, jeśli pan Albert i pan Jacek zdecydowałiby się wciągnąć galaretkę i winogrono na maszt dziesięć lat wcześniej, gdy wiatr konsumenckich sympatii wiał w inną stronę? Czy, gdyby Lukullus działał z równym rozmachem w kwietniu 2005 roku, zaproponowałiby kremówkę z profilem Jana Pawła II z cukru pudru? A może jeszcze do tego kontur małego dziecka, embrionika, z czekoladowych wiórków?

I kiedy wyobraźnia, jak widać, wyгнаła mnie na zupełne manowce dobrego smaku, nieutulona tęsknota za Ptysiem z Pasją kazała mi raz jeszcze zajrzeć na strony prześwietnej cukierni. A tam – co za ulga! – przywitał mnie komunikat: „Drodzy, Możecie już składać zamówienia na Święta! Przyjmujemy je do północy 20 grudnia. Wszystkie produkty dostępne w dniach 21-24 grudnia znajdziecie na stronie startowej”.

Uff. Czyli Licyniusz kobietą, 11,90 z każdej napoleonki dla Strajku Kobiet, ale wypieki na święta będą! Embrionik to może nie, ale na pewno można będzie zamówić bodaj Dzieciątko z marcepanu. A może i całą Stajenkę? Oczywiście, na życzenie. Tak, jak aborcja.

Wojciech Stanisławski

Przeczytaj inne felietony Wojciecha Stanisławskiego z cyklu „Barwy kampanii”



Sfinansowano przez Narodowy Instytut
Wolności - Centrum Rozwoju
Społeczeństwa Obywatelskiego
ze środków Programu Rozwoju
Organizacji Obywatelskich
na lata 2018 – 2030

