

Parafianowicz, Halina

Mit amerykański i amerykańizacja Czechosłowacji po I wojnie światowej

Dzieje Najnowsze 32/3, 19-33

2000

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Halina Parafianowicz
Białystok

Mit amerykański i amerykańizacja Czechosłowacji po I wojnie światowej

Stany Zjednoczone od początku swego istnienia interesowały i intrygowały Europejczyków. Z czasem amerykańska demokracja i jej ideały, a także bogactwo i ogrom Ameryki stały się obiektem marzeń i fascynacji milionów ludzi na całym świecie. Od II połowy XIX w. do USA przybyły rzesze emigrantów z Europy Zachodniej i Północnej, a potem także Środkowo-wschodniej i Południowej. Miliony z nich zrealizowały w ten sposób swoje marzenia — dotarły do kraju wielkiej życiowej szansy, kraju dobrobytu, „amerykańskiego raj”, jak to często określano. Dla milionów innych ludzi na świecie Ameryka pozostanie mityczną krainą dobrobytu, „mlekiem i miodem płynącą”, krajem wielkich możliwości i potencjalnego sukcesu oraz kariery w stylu „od pucybuta do milionera”. Wizerunek ten będą utrwaląc w dużej mierze Amerykanie, jeszcze do niedawna emigranci, a teraz obywatele Stanów Zjednoczonych.

Amerykański udział w I wojnie światowej i polityka Woodrowa Wilsona zapoczątkowały na niebywałą dotychczas skalę obecność Amerykanów i Ameryki w „Starym Świecie”. Już od wejścia USA do wojny „the Gospel of Americanism” i działalność informacyjno-edukacyjna, prowadzona na szeroką skalę przez Komitet Informacji Publicznej kierowany przez George’a Creela, pozostawiła swój trwały ślad. Komitet odgrywał doniosłą rolę w popularyzacji Ameryki i jej zalet w Europie i świecie. Reklamował on i „sprzedawał” skutecznie Amerykę zarówno jako wzór demokracji i wolności, jak i jej „znakomity system pracy gwarantujący prosperity” oraz postęp technologiczny i cywilizacyjny¹.

Dwa miliony żołnierzy z amerykańskich sił ekspedycyjnych przybliżyło Amerykę Europie, z jej konserwowym jedzeniem, uniformami, dobrym sprzętem, nowoczesną technologią etc. Ta „inwazja amerykańskości” Europejczykom kojarzyła się przede wszystkim z mechanizacją, automatyzacją, modernizacją, nieograniczonymi możliwościami, dostatkiem i obfitością. Niebawem już nie tylko rozmaite dobra i produkty amerykańskie, ale także ideały i wzorce demokracji amerykańskiej stały się towarem eksportowym USA². W ten sposób rozpoczęła się na ogromną skalę amerykańizacja „Starego Świata”.

1 E. Rosenberg, *Spreading the American Dream. American Economic and Cultural Expansion, 1890-1945*, New York 1982, s. 79-81.

2 W kolekcjach Hoover Institution (HI) w Stanfordzie (Kalifornia) znajdują się interesujące zbiory na ten temat, a zwłaszcza: George Creel Collection, Box 1.

Po zakończeniu I wojny światowej i konferencji paryskiej wydawało się, a przede wszystkim takie były oczekiwania, zwłaszcza w Europie, że USA będą nadal aktywne na kontynencie. Wielu amerykańskich polityków także zapowiadało konieczność udziału Ameryki w powojennej rekonstrukcji gospodarczo-politycznej „Starego Świata”. Traktowano to jako specjalną misję do spełnienia, tym bardziej że Amerykanie dysponowali tym wszystkim, czego potrzebowała zniszczona wojną i zdesperowana Europa. Dotyczyło to w szczególności Europy Środkowowschodniej, a zwłaszcza nowo powstałych krajów po I wojnie światowej, m.in. Czechosłowacji i Polski.

Ważnym i nieodłącznym elementem mitu amerykańskiego były także legendy niektórych polityków, zwłaszcza Wilsona i Hoovera, którzy dla wielu Europejczyków uosabiali najlepsze strony Ameryki — demokrację, wolność, idealizm, pomoc humanitarną, altruizm etc. Prezydent Wilson był w Czechosłowacji, podobnie jak w Polsce, postacią wprost legendarną i cieszył się tam ogromną popularnością. Dla milionów Czechów i Słowaków uosabiał amerykańską pomoc w odbudowie ich niepodległości oraz odpowiedzialność Ameryki za losy małych narodów, od wieków uciskanych. Ten „obrońca demokracji” i „apostoł wolności” był powszechnie znany w Czechosłowacji.

W uznaniu zasług Wilsona w budowie pokojowego ładu i jako wyraz hołdu już w 1919 r. Uniwersytet Karola w Pradze nadał mu honorowy doktorat³. Jego zdjęcia, obok portretów prezydenta Tomasa G. Masaryka, znajdowały się w urzędach, szkołach i rozmaitych miejscach użyteczności publicznej. Dworzec kolejowy i park w Pradze nazwane zostały jego imieniem. Także wielu ulicom, skwerom i szpitalom w kraju nadano imię Wilsona (czasem Hoovera lub Ameryki), o czym z dumą i nieukrywaną satysfakcją pisał amerykański poseł⁴. Była to bowiem zawsze znakomita okazja do popularyzacji Ameryki w ogóle i pokazywania jej z najlepszych stron, co znajdowało szeroki rezonans w prasie w Czechosłowacji.

Warto też podkreślić, że na początku lat 20., kiedy w Europie sława amerykańskiego prezydenta dosięgła szczytu⁵, w kraju ojczystym stał się on, a zwłaszcza jego polityka zagraniczna, obiektem wzmożonej krytyki rodaków. Doprowadziło tojesienią 1920 r. do zwycięstwa wyborczego republikanów i przejęcia przez nich władzy. Schorowany zaś i odsunięty od polityki Wilson został już niebawem zapomniany przez szersze rzesze rodaków. Ale w lutym 1924 r. przed jego waszyngtońskim domem gromadzili się codziennie Amerykanie, żegnając w ten sposób umierającego prezydenta.

W powojennej Czechosłowacji, podobnie jak w innych krajach Europy Środkowowschodniej, zachowano wdzięczną pamięć o Wilsonie i jego polityce. W kolejnych latach, zwłaszcza przy okazji świąt państwowych, przypomniano „wielkiego amerykańskiego prezydenta”, jego zasługi dla niepodległości Czechosłowacji oraz ideały amerykańskie, na których — jak zapewniano — wzorowała się młoda republika. Także w latach 30. Wilson cieszył się tam dużą popularnością, o czym informował w jednym z raportów amerykański poseł Butler Wright. W ponad 100 miejscowościach w Czechosłowacji, jak pisał, były ulice, skwery, parki, place etc. nazwane imieniem Wilsona⁶.

3 A. S. Link, ed., Woodrow Wilson Papers, University of Princeton Press, v. 61, s. 136-137.

4 National Archives (NA), Decimal File, 1910-1944, Roll 5. Raport Lewisa Einsteina z 30 czerwca 1926.

5 Szerzej na ten temat: H. Parafianowicz, *Legenda Woodrow Wilsona w międzywojennej Czechosłowacji*, s. 419-427, w: *Między polityką a kulturą*, pod red. C. Kukli, Warszawa 1999.

6 NA, M. 1218, Roll 19,860 f413/2. Raport Butlera Wrighta z 11 marca 1935 do sekretarza stanu Cordella Hulla.

Warto też podkreślić doniosłą rolę, jaką odegrała powojenna pomoc żywnościowo-surowcowa American Relief Administration (ARA), którą kierował Herbert Hoover. Była ona nie tylko zręcznym i skutecznym narzędziem w amerykańskich planach stabilizacji gospodarczo-politycznej „Starego Świata”, zwłaszcza Europy Środkowowschodniej, lecz także w dużej mierze wpłynęła na wzrost zainteresowań Ameryką i fascynację jej cywilizacją, bogactwem, ideałami, altruizmem etc. Czechosłowacja była również objęta jej pomocą i korzystała z dostaw żywności, surowców, lekarstw i odzieży, za co Czesi i Słowacy pozostali Amerykanom wdzięczni⁷.

Po obu stronach oceanu ARA miała (i nadal ma) swoich oddanych zwolenników i obrońców gloryfikujących jej poczynania, jak i równie konsekwentnych krytyków deprecjonujących jej rolę, użyteczność czy skuteczność działania. W okresie międzywojennym, a zwłaszcza w latach 20., działalność ARA i w ogóle amerykańska filantropia oraz jej wzorce stały się nieodłączną częścią mitu amerykańskiego, a zarazem ważnym instrumentem w amerykańizacji Czechosłowacji, podobnie jak i innych krajów europejskich. Niebagatelną rolę w jej utrwaleniu odegrały też rozmaite pamflety i broszurki kwakerskie oraz pamiętniki wielu działaczy amerykańskich misji żywnościowych.

Amerykańskie czynniki oficjalne zaangażowały się w popularyzację swego kraju, nierzadko też korzystając z życzliwego poparcia w tym względzie kręgów rządowych Czechosłowacji. W amerykańizacji świata dużą rolę odegrał język angielski, wprowadzony pod naciskiem Wilsona jako język dyplomacji na równi z francuskim w trakcie obrad konferencji paryskiej w 1919 r. Od tego też czasu zaczęła się jego stopniowa i konsekwentna ekspansja w świecie.

Warto pamiętać, że w krajach Europy Środkowowschodniej język angielski nie należał do powszechnie znanych i używanych. Bohemia od wieków była pod wpływem kultury i języka niemieckiego, co nie ułatwiało wchodzenia na jej grunt angielskiego. Klub Angielski w Pradze, istniejący od 1912 r., stał się w latach powojennych ośrodkiem propagującym język angielski oraz literaturę i historię krajów anglosaskich, zwłaszcza USA. Okolicznościowe herbatki i organizowane tam wystawy oraz biblioteka z rozbudowywanym księgozbiorem zachęcały do odwiedzin Klubu coraz liczniejszych gości. Ponadto spotkania i dyskusje, często z udziałem amerykańskich prelegentów, przybliżały słuchaczom przede wszystkim Stany Zjednoczone. Referenci podejmowali różne aspekty amerykańskiej rzeczywistości, m.in. politykę wewnętrzną i zagraniczną USA, szkolnictwo, system gospodarczo-polityczny, bankowość etc.⁸ Wzmianki o tych spotkaniach i głoszonych referatach trafiały do gazet czeskich, czasem też do radia i w ten sposób zapoznawały szerokie kręgi opinii publicznej w Czechosłowacji z tematyką amerykańską.

Kursy języka angielskiego, wydawane książki i periodyki popularyzujące USA, działalność ARA, także Czerwonego Krzyża, YMCA i YWCA⁹ zapoczątkowały systematyczną i rozległą amerykańizację Czechosłowacji. Trudno też nie zauważyć, że w ten sposób następowało

⁷ J. Kose, *America in Czechoslovakia*, Prague 1922, s. 66-68; *Alice Garrigue Masaryk, 1879-1966: Her Life as Recorded in Her Own Words and by Her Friends*. Compiled by R. Crawford Mitchell, Pittsburgh 1980, s. 104-106.

⁸ Lauinger Library (LL), Richard Crane Papers (RCP), Box 6, f. 21, Speeches made by Crane; „The Central European Observer” (CEO), 14 kwiecień 1923, s. 2; CEO, 22 kwiecień 1923, s. 2; CEO, 12 maj 1923, s. 2; CEO, 22 marzec 1924, s. 2.

⁹ Masarykùv archiv (MA), Zahranici-USA, Box 27. Henry F. Prayer w liście rekomendacyjnym dla sekretarza generalnego YMCA w Pradze, Lewisa Bracketta, wyrażał nadzieję, że nawiąże on liczne kontakty i swoją aktywnością pogłębi „duchowe i idealistyczne więzy” między obu krajami.

poszerzanie amerykańskich wpływów, co mogło być, i często było, przydatne w prowadzeniu polityki rządowej.

Działalność YMCA i YWCA oraz różnych grup misjonarskich popularyzowały w Czechosłowacji, podobnie jak i w innych krajach regionu, nie tylko amerykańską dobroczynność. Ich działacze opracowywali programy pomocy studentom, organizowali obozy wakacyjne dla młodzieży, zwłaszcza letnią szkołę instruktazu. Zabiegali o tłumaczenie książek amerykańskich i w ogóle popularyzowali Amerykę, poszerzając kontakty z organizacjami młodzieżowymi w Czechosłowacji¹⁰. Dyrektor YMCA w Czechosłowacji, Elinor Prudden, z nieukrywaną satysfakcją stwierdziła: „W pracach społecznych, wychowawczych i rekreacyjnych wprowadzane są amerykańskie metody, a mieszkańcy Czechosłowacji szybko przyzwyczajają się do naszego przywództwa i szkolenia w tym względzie”¹¹. Warto zauważyć, że działalność YMCA i YWCA (w Polsce pieszczotliwie nieraz nazywanych „ciocią Imcią i Iwcią”) oraz ich rola w Europie Środkowowschodniej jest wciąż tematem, który czeka na swego badacza.

Duże zasługi w popularyzacji Stanów Zjednoczonych w Czechosłowacji (i *vice versa*) miał pierwszy poseł USA w Czechosłowacji, syn znanego przemysłowca, filantropa i słowianofila Charlesa Crane'a, Richard Crane. 11 czerwca 1919 r. złożył on listy uwierzytelniające, a w swoim przemówieniu wskazał na więzy przyjaźni już istniejące pomiędzy obu narodami i zadeklarował, w imieniu swego rządu, amerykańską aktywność w odbudowie gospodarczej młodego kraju. Prezydent Masaryk zaś wyraził słowa wdzięczności pod adresem Ameryki i Wilsona za „życzliwe poparcie wysiłków niepodległościowych”. Czesi, jak podkreślił, „poznają teraz Amerykę od najlepszych jej stron, tj. hojności, dobroczynności i altruizmu”. „Wielkim i pięknym zadaniem” posła będzie zapoznawanie społeczeństwa Czechosłowacji z „ideałami i duchem amerykanizmu”, ale taka amerykanizacja, jak zapewniał Masaryk, będzie tu mile widziana¹².

Od pierwszych dni swego urzędowania w Pradze Crane uczynił z poselstwa swoisty ośrodek amerykańskości, wokół którego skupiali się nawet przelotnie przebywający tam Amerykanie. Nawiązał on liczne kontakty z czeskimi politykami, którzy — jak pisał w raportach do Departamentu Stanu — często wyrażali słowa podziękowań za pomoc żywnościową młodej republice. Spotkania te utwierdzały posła w przekonaniu o „prawdziwej przyjaźni” obu narodów, co rokowało dobrze dla rozwoju wzajemnych stosunków¹³.

Z zapisków w Diariuszu Crane'a wynika, że był on bardzo serdecznie przyjmowany i goszczony zarówno u samego prezydenta na zamku na Hradczanach, jak i w kręgach miejscowej elity. Często widywał się z Janem Masarykiem, bywał na obiadach i okolicznościowych herbatkach, z łatwością nawiązując kontakty z miejscowym środowiskiem. Współpracował także z szefem misji żywnościowej w Czechosłowacji, Lincolnem Hutchinsonem i innymi Amerykanami przebywającymi w Pradze. Przy każdej sposobności, co odnotowywał skrupulatnie, na jego ręce składano podziękowania i słowa wdzięczności Ameryce za pomoc powojenną. Na każdym kroku gospodarze okazywali życzliwość i sympatię Amerykanom. Wykazywali również wielkie zainteresowanie amerykańskimi metodami i organizacją pracy¹⁴.

10 *Alice Garrigue Masaryk...*, s. 106-111; J. Kose, *America...*, s. 68.

11 „New York Times” (NYT), 19 czerwca 1921, 1:2.

12 Foreign Relations of the United States (FRUS), 1919, v. II, Washington 1934, s. 90-92.

13 FRUS, 1919, v. II, s. 87-90. Raport Crane'a z 15 czerwca 1919.

14 LL, RCP, Box 5, f. 25, Diary, 1919.

Jak wspominał brytyjski radca handlowy, Bruce Lockhart, Amerykanie w Pradze cieszyli się ogromną popularnością i byli tam powszechnie lubiani. Dotyczyło to w głównej mierze działaczy ARA i pracowników poselstwa, ale także wszystkich Amerykanów przebywających w Czechosłowacji¹⁵. Dla Czechów i Słowaków byli oni uosobieniem wszystkiego co najlepsze w Ameryce, a więc demokracji, dobrobytu, altruizmu, profesjonalizmu etc.

Politycy czescy starali się o nawiązanie bliższych stosunków z USA, licząc na ich życzliwość wobec nowego, demokratycznego kraju, jak nieraz pisano w prasie, „stworzonego w Ameryce”. Przy okazji rozmaitych rocznic państwowych nadmieniano wizytę Tomasa G. Masaryka w Ameryce i jego „przyjaźń z Woodrow Wilsonem”. Przypominano także rodakom, że niepodległość państwa Czechów i Słowaków, o którym pisano, że „jest ono produktem amerykańskiej wolności” ogłoszono w Independence Hall w Filadelfii¹⁶. Miało to bardzo symboliczną wymowę, co zresztą Czesi starali się wykorzystać propagandowo. Nawiązywali oni w ten sposób do wzorców amerykańskiej demokracji i wolności, starając się zarazem pozyskać poparcie Amerykanów w ważnych dla siebie sprawach.

Przy każdej okazji, a zwłaszcza w rozmowach z Amerykanami, Czesi wskazywali na przyjazne związki z USA, zapewniając, że korzystają ze znakomitych wzorców stamtąd płynących. Jaroslav Qsar w jednej z rozmów ze Stephenem Bonsalem podkreślił, że prezydent Masaryk często nawiązywał do demokracji amerykańskiej. Nawet w orędziu inauguracyjnym wspominał on wielkiego prezydenta Abrahama Lincolna, gorącego rzecznika idei wolności¹⁷, wskazując, że są to znakomite wzorce dla młodej republiki.

Przy każdej sposobności Czesi przypominali, że Amerykanie i prezydent Wilson mieli doniosły udział w tworzeniu niepodległej Czechosłowacji. Jego *self-determination policy* oraz hasła sprawiedliwego pokojowego ładu trafiły na podatny grunt szczególnie w Europie Środkowowschodniej. Wskazywano też na wzorce demokracji amerykańskiej, z których korzystano¹⁸. Czescy politycy wskazywali nieraz, że dalsza życzliwość, współpraca i poparcie „wielkiej amerykańskiej republiki” były nadal użyteczne, wręcz niezbędne dla młodego kraju, chętnie korzystającego z „siostrzanych” wzorców. Stało się to znakomitą pożywką dla mitu amerykańskiego w Czechosłowacji, propagowanego przy dużej pomocy przez czynniki rządowe obu krajów¹⁹.

W zacieśnianiu więzi z USA i czerpaniu stamtąd wzorców dużą rolę odegrał Tomasz G. Masaryk oraz jego rodzina. Żoną prezydenta republiki była Amerykanka z Brooklynu, Charlotta Garrigue²⁰. Koligacje rodzinne, znajomość języka i realiów amerykańskich czyniły z Masaryka

15 B. Lockhart, *Retreat from Glory*, New York 1938, s. 84-85.

16 W podobnym tonie wypowiadali się także Czesi w USA, o czym świadczy m.in. artykuł działacza czeskiego w Waszyngtonie, B. P. Matochy („Current History” 1919, maj, s. 312).

17 S. Bonsal, *Unfinished Business*, New York 1944, s. 84-85. Cisar w „wielkiej tajemnicy” poinformował Bonsala, że życzeniem Masaryka była zmiana nazwy Pressburg na Wilson City. Z zamiaru tego miał ponoć zrezygnować, gdy doszły go wieści, że prezydent USA preferuje powrót do starej nazwy słowackiej, Bratysławy.

18 NYT, 21 lipca 1920, 17:4. Mówił o tym Masaryk m.in. na spotkaniu z korespondentami amerykańskimi w Pradze.

19 W przyszłości amerykańizacja Czechosłowacji budziła coraz mniej entuzjazmu, a więcej krytycyzmu. Po II wojnie światowej poddana została ostrej, wręcz napastliwej krytyce (V Bernasek, *Bez slávy a bez ilusi ČSR a USA v letech 1918-1938*, Praha 1956; J. S. Hajek, *Wilsonovská legenda v dějinách ČSR*, Praha 1953).

20 Statni ústredm archiv (SûA), Archiv Ministerstva zahraničmchveci (AMZV), Vyztrickovy archiv (VA),

sympatyka Ameryki i swego rodzaju sprzymierzeńca w amerykanizacji kraju. Gościł on często Amerykanów zarówno na zamku na Hradczanach i Lanach, jak również w letniej rezydencji na Słowacji, w Topociankach. Prasa czeska wizytom tym, często zresztą prywatnym, poświęcała sporo uwagi, przy okazji życzliwie komentując związki czesko-amerykańskie.

Także syn Masaryka, Jan, krótko chargé d'affaires w Waszyngtonie, ożeniony potem z Amerykanką²¹, miał liczne grono przyjaciół w USA, z którymi podtrzymywał kontakty. Powiązania rodzinne Masaryków i Crane'ów oraz ich koneksje z kregami rządowymi obu krajów w naturalny niejako sposób czyniły również z Jana Masaryka znawcę i popularyzatora Ameryki w swoim kraju. Niejednokrotnie występował on w roli opiekuna i tłumacza gości z USA, o czym wielu z nich serdecznie potem wspominało.

Córka prezydenta Czechosłowacji, Alice Masaryk, także popularyzowała Amerykę i jej zalety w ojczystym kraju. Jako przewodnicząca Czechosłowackiego Czerwonego Krzyża i zaangażowana działaczka organizacji charytatywnych oraz YWCA niejednokrotnie nawiązywała do wzorców amerykańskich. Amerykańskie koneksje Masaryków były niewątpliwie bardzo użytecznym czynnikiem w propagowaniu USA, amerykańskiej kultury, życia codziennego i zwyczajów w Czechosłowacji.

Dużą rolę w popularyzacji Ameryki i jej zalet odegrał tygodnik „The Central European Observer” (CEO), ukazujący się w Pradze od marca 1923 r. Czeskie czynniki oficjalne, zwłaszcza MSZ, przywiązywały do niego dużą rolę. Jego pierwszym redaktorem naczelnym został były attaché prasowy w Wielkiej Brytanii i USA, Ales Broz. Tygodnik ten miał być najpełniejszym anglojęzycznym informatorem o sprawach środkowoeuropejskich, a zwłaszcza o Czechosłowacji. Przy okazji szeroko popularyzowano amerykańskie ideały i demokrację, system gospodarczo-polityczny, a także życie codzienne w USA. Pieczołowicie odnotowywano tam rozmaite wizyty amerykańskich gości, także rodaków zza oceanu, ich spotkania i dyskusje, referaty o Ameryce etc²².

Świątecznym sposobem popularyzacji obu krajów było nadawanie odznaczeń Orderu Białego Lwa, co praktykowano na szeroką skalę. Wśród uhonorowanych w ten sposób cudzoziemców liczna była grupa Amerykanów. 4 lipca 1926 r. z okazji święta narodowego i 150-lecia USA odznaczono w ten sposób kilkunastu Amerykanów, m.in. posła Crane'a, Hoovera, sekretarza stanu Roberta Lansinga oraz gen. Johna J. Pershinga. W kolejnych latach grupa Amerykanów odznaczonych Orderem Białego Lwa szybko powiększyła się. Wśród nich był m.in. poseł Lewis Einstein, podsekretarz stanu Robert E. Olds, także konsul Charles S. Winans i liczna grupa naukowców z ośrodków uniwersyteckich, m.in. Henry McCracken, Clarence Manning, Stephen Duggan, Nicholas Murray Butler. Uhonorowano także rodaków zza oceanu, m.in. Karela Vopicke, Antona Cermaka, Edwarda O. Tabora, Franka Hajicka²³.

816 (1923); MA, Charlotta G. Masaryk, Box 5. Jej śmierć 13 maja 1923 roku szeroko komentowano w Czechosłowacji, także w USA. Podkreślano, że ta wykształcona i ocytana Amerykanka wniosła „duch amerykańskości” w życie Masaryka i jego kraju.

21 W grudniu 1924 Jan Masaryk poślubił Franches Crane, córkę Charlesa Crane'a. Jej brat zaś, Richard Crane, był pierwszym posłem USA w Czechosłowacji. Od 1922 r. młodszy brat posła, John, był stypendystą w Pradze i pełnił obowiązki prywatnego sekretarza prezydenta Masaryka.

22 AMZV Sekce III, Box 332, CEO.

23 MA, TGMF, Zahranici — USA, Box 27; Library of Congress (LC), Manuscript Division, Edward O. Tabor Papers, Box 1, f. Correspondence, 1927-1929; NYT, 9 lutego 1928, 9:2; NYT, 30 stycznia 1930, 9:2; CEO, 2 lipca 1926, s. 452; CEO, 19 czerwca 1931, s. 359; CEO, 3 lipca 1931, s. 386.

Znamienne jest, że Ordery Białego Lwa otrzymywali politycy i dyplomaci oraz przemysłowcy i finansjści, jak również przedstawiciele świata kultury i nauki. Wśród odznaczonych w ten sposób byli pracownicy YMCA i YWCA, działacze gospodarczy, inżynierowie, liczni naukowcy, bibliotekarze i dziennikarze oraz wielu innych Amerykanów popularyzujących i rozwijających stosunki z odległą republiką. Nadawanie odznaczeń zasłużonym dla Czechosłowacji Amerykanom było nie tyle, i nie tylko, dowodem wdzięczności, ale także próbą ich pozyskania do dalszej współpracy. Miało również cel propagandowy, gdyż przy każdej takiej okazji popularyzowano w ten sposób nie tylko USA, ale i Czechosłowację. Odznaczeni w ten sposób Amerykanie byli nieraz „prawdziwymi ambasadorami” odległego kraju, przyczyniającymi się do dalszego rozwoju stosunków amerykańsko-czechosłowackich.

Amerykańscy Czesi i Słowacy okazali się bardzo użyteczni w propagowaniu Ameryki w kraju swego pochodzenia, a w USA „starej ojczyzny”. Wizyty prezydenta Bank of Europe Thomasa Capka, przemysłowca Franka Hajička, kuratora Muzeum Narodowego w Waszyngtonie Alesa Hrdličky, Sarki Hrbkovéj i innych rodaków zza oceanu połączone były nieraz z odczytami i pogadankami na temat Ameryki i stosunków amerykańsko-czechosłowackich²⁴. Wypowiedzi gości cieszyły się dużym zainteresowaniem w Pradze i same w sobie były pochwałą amerykańskości. Zabierali głos bowiem rodacy z USA — ludzie sukcesu, którzy zrobili kariery za oceanem. Automatycznie więc niejako stawali się propagatorami zalet amerykańskiego systemu gospodarczo-politycznego i ideałów demokracji amerykańskiej.

Goście wskazywali często na postępującą amerykańizację Czechosłowacji, widząc w tym źródło sukcesu i nadzieję na lepszą przyszłość. Thomas Capek wielokrotnie publicznie zabierał głos na ten temat. Wskazywał na sukcesy gospodarcze młodego państwa i zapowiadał jego pomyślną przyszłość²⁵. Także prezydent American State Bank z Blue Island, James F. Stepina, po ponad 3-miesięcznej podróży po krajach sukcesyjnych, szczególnie ciepło i pozytywnie wypowiadał się o kraju swego pochodzenia. Pisał, że w Czechosłowacji „wszędzie była widoczna amerykańska obecność”, a zainteresowania i fascynacja Ameryką były powszechne i spotykane na każdym kroku, poczynając od prezydenta Masaryka, a kończąc na przeciętnych mieszkańcach²⁶.

W podtrzymywaniu i rozwijaniu nie tylko kontaktów czechosłowacko-amerykańskich, ale i fascynacji Ameryką dużą rolę odegrali amerykańscy Czesi i Słowacy. Brali oni licznie udział w zjazdach i festiwalach sokolstwa, przyczyniając się w dużej mierze do popularyzacji Ameryki, jej demokracji i ideałów, także różnych instytucji. Propagowali nie tylko system gospodarczo-polityczny USA, ale także system wychowania i szkolnictwo²⁷.

Wydaje się, że faktyczna, czy tylko życzeniowa w wielu przypadkach, amerykańizacja Czechosłowacji odegrała istotną rolę we wzajemnych stosunkach. Jakkolwiek amerykańskość młodej republiki odbierali Amerykanie jako element pozytywny, co automatycznie podnosiło jej walor²⁸. Czesi potrafili to wykorzystać.

Warto jeszcze wspomnieć o roli amerykańskich Rusinów, którzy mieli duży wpływ na decyzję o przyłączeniu do Czechosłowacji Rusi Podkarpackiej (Zakarpackiej) i nadaniu jej

²⁴ „The Czechoslovak Review” (CzR) 1922, styczeń, s. 12; CzR 1922, listopad, s. 286; CEO, 8 czerwca 1923, s. 2; CEO, 6 września 1924, s. 2; T Capek, *Nase Amerika*, Praha 1926.

²⁵ CzR 1922, luty, s. 27-29.

²⁶ CzR 1922, październik, s. 276.

²⁷ CEO, 25 czerwca 1926, s. 434.

²⁸ NYT, 22 września 1927, 32:2.

praw autonomicznych. Efektem ich poczynań był także powołany potem spośród nich gubernator, Gregory Zatkovic. Przybył z USA wraz ze sztabem najbliższych współpracowników, szeroko lansując wzorce nie tylko amerykańskiej demokracji, organizacji przemysłu i zarządzania, ale i obyczajów²⁹. Należy pamiętać, że emigracja z tych ubogich i zaniedbanych gospodarczo terenów do USA miała już swoją tradycję. W szerokich kręgach tej społeczności, głównie dzięki kontaktom rodzinnym i przesyłanym zza oceanu dolarom, panowało przeświadczenie o bogactwie i wyższości (a nawet doskonałości) amerykańskiego systemu gospodarczo-politycznego. Rusini w Czechosłowacji, podobnie jak ich rodacy w USA, byli zafascynowani Ameryką i przyczynili się w niemałym stopniu do ugruntowania przekonania o przewadze cywilizacyjnej USA.

Amerykańską prosperity i zasobność jej mieszkańców popularyzowali w Czechosłowacji, podobnie jak i w innych krajach, także turyści z USA, których liczba z każdym rokiem powiększała się. Od początku lat 20. Praga, a potem także kurortylecnicze stał się częstym miejscem odwiedzin również Amerykanów³⁰. Podróżowali oni po kraju, zwiedzając historyczne miejsca Bohemii i malownicze zakątki Słowacji. Wydawali też zaoszczędzone wcześniej dolary, często kupując amerykańskie produkty (!), do których byli po prostu bardzo przyzwyczajeni. W ten sposób coca-cola, guma do żucia czy wynajmowane przez nich fordys zaspokajały nie tylko ich potrzeby w trakcie podróży po Europie, ale w dużym stopniu kształtowały nieraz potrzeby komercyjne i gusta Europejczyków³¹.

Ważną rolę w nawiązywaniu przez USA stosunków kulturalnych z państwami europejskimi, w tym również z Czechosłowacją, odgrywały rozmaite stowarzyszenia i fundacje, a zwłaszcza Fundacja Carnegiego dla Pokoju. Przy jej wydatnej pomocy ustanawiano biblioteki i kupowano publikacje zza oceanu oraz rozwijano wymianę stypendialną. Fundacja Carnegiego stała się dla Ameryki „instrumentem rozszerzania wpływów kulturalnych”³². Był to jeden z elementów „prywatnej dyplomacji”, która nie stwarzała żadnych kłopotów Departamentowi Stanu. Współpraca amerykańskich elit z Ligą Narodów, Stałym Trybunałem Sprawiedliwości Międzynarodowej (STSM) i organizacjami pacyfistycznymi oraz wspieranie przez rozmaite fundacje międzynarodowej filantropii odbywały się przy cichej aprobachie czynników oficjalnych. Uważano bowiem, że jest to znakomity sposób promowania zalet demokracji amerykańskiej i przewagi technicznej USA, co dobrze służyło interesom kraju. Z Czechosłowacją Fundacja Carnegiego, także Fundacja Rockefellera, nawiązały od początku lat 20. ożywione kontakty.

Znakomitą formą popularyzacji Stanów Zjednoczonych w Czechosłowacji były również wizyty osobistości amerykańskiego życia gospodarczo-finansowego. Od początku lat 20. Pragę dosyć licznie odwiedzali inżynierowie i mechanicy, którzy propagowali tam amerykańskie metody pracy i wzorce technologiczne³³.

2⁹ R. W. Seton-Watson, *Twenty-Five Years of Czechoslovakia*, London 1945, s. 55; VBernasek, *Bezslávy...*, s. 73-86.

30 CzR, 1923, czerwiec, s. 154; CEO, 12 czerwca 1930, s. 329. W 1922 r. Pragę odwiedziło prawie 57 tys. turystów zagranicznych, w tym około 4 tys. Amerykanów. W 1928 r. liczby te wzrosły odpowiednio do 330 tys. i ponad 20 tys.

31 F. Costigliola, *Awkward Dominion. American Political, Economic and Cultural Relations with Europe, 1919-1933*, Cornell University Press 1984, s. 171-172; CEO, 14 czerwca 1929, s. 329. Za NYT podaje, że w 1928 r. w Europie turyści amerykańscy wydali ok. 900 mln dol (podczas gdy w 1919 r. ok. 50 mln dol.).

32 E. Rosenberg, *Spreading...*, s. 115.

33 Hoover Presidential Library (HPL), Commerce Papers (CP), Box 176, f. Czechoslovak Engineer-Legation, 1922.

W dniach 19-21 lipca 1921 r. przebywała w Pradze 12-osobowa delegacja amerykańskiej Izby Handlowej na czele z jej przewodniczącym Josephem H. Defrees. Trzydniową wizytę wypełniły liczne spotkania ze światem gospodarczo-finansowym oraz przedstawicielami rządu Czechosłowacji, m.in. Edvardem Benesem. Amerykanie gościli także na zamku na Hradczanach, na kolacji u Jana Masaryka³⁴.

Z kolei czescy inżynierowie, którzy odwiedzali USA zapoznawali się tam z amerykańskimi zakładami, ich metodami pracy i nowoczesnym wyposażeniem, które budziło ożywione zainteresowanie gości. Wizytowali oni amerykańskie fabryki samochodów, a czasem też sondowali ewentualne zakupy wyposażenia dla swoich zakładów³⁵. Fascynacja amerykańską inżynierią i technologią, zwłaszcza autami, robiącymi karierę na całym świecie, była widoczna także w Czechosłowacji po I wojnie światowej. W publicystyce nieraz nawiązywano do amerykańskich metod pracy w przemyśle i inżynierii, popularyzując w ten sposób tzw. prace u Forda.

Rotary Club w Pradze odegrał również ważną rolę w popularyzacji Ameryki, zwłaszcza w latach 20., kiedy to w całej w Europie doszło do rozkwitu klubów rotariańskich będących swego rodzaju stowarzyszeniem ludzi biznesu. Jednym z jego założycieli był wieloletni konsul USA w Pradze, Charles S. Winans, który przyczynił się w dużym stopniu do kreowania wizerunku Ameryki w Czechosłowacji i rozwoju wzajemnych stosunków, zwłaszcza gospodarczo-handlowych³⁶.

Rotary Club organizował rozmaite spotkania, na których zaproszeni goście z USA wygłaszali odczyty o Stanach Zjednoczonych³⁷. Był to znakomity sposób popularyzacji Ameryki, a zwłaszcza jej przedsiębiorczości, organizacji pracy, profesjonalizmu i w ogóle wyższości amerykańskiego systemu gospodarczo-politycznego.

Po I wojnie światowej Stany Zjednoczone zainteresowane były przede wszystkim dalszą ekspansją gospodarczo-handlową, także w Europie Środkowowschodniej. Hoover, już jako sekretarz handlu, odegrał w tych planach czołową rolę, prowadząc na szeroką skalę „pokojowy handlowy podbój świata”. Masowa produkcja, standaryzacja, obniżenie kosztów, nowoczesna technologia etc. powodowały gwałtowny napływ amerykańskich towarów także na rynki europejskie. Czechosłowacja, podobnie jak inne nowe kraje, była uwzględniona przez USA w ich polityce zagranicznej, zwłaszcza gospodarczo-handlowej³⁸.

Attachés handlowi USA podejmowali liczne wysiłki, by amerykańskimi produktami zainteresować czeskich nabywców. Propagowano różne artykuły i wygłaszano odczyty na temat amerykańskiego przemysłu oraz możliwości handlowych USA. Organizowano też, pod auspicjami attachés, m.in. wystawy rozmaitych maszyn, urządzeń, samochodów, ale także artykułów rolniczych i perfum³⁹. Należy pamiętać, że pozyskanie importerów nie było zadaniem łatwym w Czechosłowacji, odziedziczyła ona bowiem po Austro-Węgrzech najbardziej uprzemysłowioną ich część i sama była krajem eksporterem. Ale zaraz po I wojnie światowej, obok

34 NA, American Legation, Prague, Correspondence, Crane (ALP-CC), 1921, v. VII, 400-715; NA, Decimal File (DF), Roll 2, 860F.00/184. Raport chargé d'affaires do sekretarza stanu z 30 lipca 1921.

35 NA, Record Group (RG) 151, 455 Czechoslovakia-Trade Excursions.

36 Winans był na placówce w Pradze od 9 listopada 1920 r. do stycznia 1928 (CEO, 27 stycznia 1928); AMZV Sekce III, Box 560. Raport Lewisa Bracketta o działalności Instytutu Amerykańskiego w 1936.

37 CEO, 3 grudnia 1926, s. 843.

38 Szerzej pisałam o tym w książce *Czechosłowacja w polityce Stanów Zjednoczonych w latach 1918-1933*, Białystok 1996.

39 CEO, 20 sierpień 1926, s. 599.

tradycyjnych partnerów handlowych — Niemiec i Austrii, USA zajęły w jej wymianie miejsce znaczące.

W Czechosłowacji, podobnie jak w wielu innych krajach europejskich, dużą popularnością w tym czasie cieszyły się amerykańskie auta, sprzęt zmechanizowany, meble, a także konfekcja. Był to widoczny efekt świetnej reklamy i umiejętnej sprzedaży dóbr amerykańskich, a jednocześnie autentycznej, podobnie jak w wielu innych krajach, fascynacji nowinkami i modą zza oceanu.

Auta Forda, także ze względu na konkurencyjne ceny, cieszyły się w Czechosłowacji dużym zainteresowaniem. Kompania Forda miała tam 12 sprawnie i operatywnie działających lokalnych agentur. Dla ochrony własnego przemysłu (zakłady Skody) Praga wprowadziła system kontyngentowy ograniczający import aut z USA (początkowo 400 aut rocznie, potem dwukrotnie więcej). Ale blisko 9/10 amerykańskiego kontyngentu wypełniały auta Forda⁴⁰.

Od początku lat 20. następowała stopniowa, acz coraz bardziej widoczna, amerykanizacja Czechosłowacji, co z dumą i zadowoleniem przyjmowali Amerykanie, zwłaszcza przedstawiciele konsularni i dyplomatyczni USA w Pradze. Następca Richarda Crane'a, Lewis Einstein, pisał do Departamentu Stanu, że postępuje wyraźna i dostrzegalna amerykanizacja przemysłu czechosłowackiego. Czesi — jak zapewniał — przejmowali wzorce inżynierii amerykańskiej, a sekretarz handlu Hoover był tam niekwestionowanym autorytetem w sprawach inżynierii, zarządzania i handlu⁴¹. W kolejnych latach Einstein (a był na placówce do 1930) pisał nieraz z uznaniem o zaszczypanych w Czechosłowacji wzorcach amerykańskich. Widział w tym również swoje zasługi, przy okazji wskazując na użyteczność swojej pracy dyplomatycznej.

Hoover był w Czechosłowacji powszechnie znany najpierw jako działacz humanitarny, któremu przy różnych okazjach okazywano wdzięczność. Był również honorowym członkiem Stowarzyszenia Inżynierów Czechosłowacji, a jego książki były tam tłumaczone i znane nie tylko w kręgach fachowców⁴². Powstały także prace biograficzne o tym niezwykłym człowieku, działaczu humanitarnym i światowej sławy inżynierze, cieszącym się powszechnym uznaniem w Czechosłowacji⁴³.

Międzynarodowy Kongres Zarządzania, który odbył się w Pradze w lipcu 1924 r., stał się kolejną okazją do przypomnienia osiągnięć Hoopera w tej dziedzinie, a zwłaszcza jego zasług w popularyzacji amerykańskich metod pracy i zarządzania⁴⁴.

Doroczne święto 4 lipca obchodzono w 1926 r. w Pradze w związku ze 150-leciem niepodległości USA szczególnie uroczystie. W obchodach tych brali również udział uczestnicy festiwalu sokolstwa. Uroczystości oficjalne odbyły się z udziałem licznych gości z kręgów rządowych. Tomas G. Masaryk wystosował do prezydenta Calvina Coolidge'a okolicznościowy telegram, wskazując na doniosłe znaczenie ideałów amerykańskich nie tylko dla Czechosłowacji, ale i dla całego świata. Jak zapewniał: „Nasza republika z wielką sympatią i admiracją przygląda się swojej starszej siostrze, która przysłała z bezinteresowną pomocą naszemu narodowi podczas I wojny światowej i po jej zakończeniu i która dała wielu naszym rodakom

40 NA, Record Group (RG) 151, 722.1. Fairs-Czechoslovakia. Raport Lawrence'a Grovesa z 27 marca 1924.

41 NA, American Legation, Prague, Correspondence, Einstein (ALP-CE), 1923, v. V 842-891; CEO, 19 lipca 1924, s. 2.

42 HPL, CP, Box 176, f. Czechoslovak Engineer-Legation, 1922-1925; CEO, 28 lipca 1923, s. 2.

43 M.in. prace Stanislava Spacka: *Herbert Hoover inženýr humanity*, Praha 1922 oraz *Herbert Hoover. Jeho život a práce*, Praha 1929.

44 HPL, CP, Box 176, f. Czechoslovak Engineer-Legation, 1922-1925.

możliwości założenia nowych domów na tej gościnnej ziemi"⁴⁵. Wypowiedź Masaryka szeroko komentowano w czechosłowackiej prasie.

Szczególnie doniosłą rolę w propagowaniu Ameryki i jej zalet, zwłaszcza ze względu na szybkość przekazywania informacji, jej masowość i sugestywność, odegrały połączenia telegraficzne, radio, literatura, a zwłaszcza film. Produkcja filmowa Hollywoodu była ogromnie popularna w państwach europejskich i już w połowie lat 20. swoją ekspansywnością obejmowała cały świat⁴⁶. Lansowany w ten sposób szerokiej publiczności amerykański (a ściślej hollywoodzki) styl życia przyczynił się w niemałym stopniu do kształtowania gustów i potrzeb komercyjnych. Przeświadczenie wielu Amerykanów, że „handel podąża za filmem” znajdowało nieraz potwierdzenie w praktyce. Sekretarz handlu umiał to wykorzystać w polityce handlowej USA. W 1926 r. w jednym z biur w Departamencie Handlu powołano specjalną sekcję filmową, która fachowo miała się zająć kształtowaniem potrzeb komercyjnych widzów⁴⁷. Zadbano, by rozmaite stroje, auta, meble czy domowe innowacje i udogodnienia gościły na ekranie, bo to miało automatycznie kształtować zapotrzebowanie widzów na określone towary konsumpcyjne. Amerykańskie kręgi gospodarcze zdawały sobie doskonale sprawę z użyteczności takiej reklamy i starały się wykorzystać promocyjną rolę filmu dla zbytu rozmaitych produktów.

W ten sposób podziwiani i uwielbiani bohaterowie Hollywoodu lansowali modę i styl życia już nie tylko w kraju, ale i poza jego granicami, wywołując zarazem chęć naśladowania tych wzorów, a więc i posiadania podobnych przedmiotów. Amerykanizacja Czechosłowacji, jak to określił jeden z dziennikarzy „Narodm listy”, zaczynała się od „amerykańskiego filmu, a kończyła na butach i kapeluszach”. Filmy z Mary Pickford i Douglasem Fairbanksem cieszyły się również w Czechosłowacji, podobnie jak i sami aktorzy, ogromną popularnością. Ich wizyty w Europie stawały się wydarzeniami bez precedensu, o czym szeroko pisano w prasie. Latem 1926 r. w Czechosłowacji entuzjastycznie witano znakomitą parę aktorską, a w gazetach zamieszczano zdjęcia gwiazd ze spotkania z prezydentem Masarykiem i jego wnukami⁴⁸.

W drugiej połowie lat 20. niektóre kraje, m.in. Niemcy, Wielka Brytania i Francja, podjęły próby ochrony własnej produkcji filmowej, wprowadzając system limitów i innych ograniczeń dla filmów zagranicznych. W gruncie rzeczy chodziło o zmniejszenie importu tychże filmów, co Amerykanie odebrali jako restrykcje skierowane przeciwko nim. Spowodowało to protesty czynników rządowych USA. Niedługo potem kwestia przycichła i w praktyce film hollywoodzki zdominował na dobre rynek nie tylko europejski. W drugiej połowie lat 20. i 30. nastąpiła prawdziwa ekspansja filmu amerykańskiego również w Czechosłowacji⁴⁹.

Amerykańscy dyplomaci i pracownicy konsularni, szeroko popularyzujący zalety swego kraju, byli bardzo wyczuleni na wszelkie słowa krytyczne o USA. W swoich raportach pisali nieraz o „antyamerykańskich nastrojach” i „antyamerykańskiej propagandzie” w Czechosło-

⁴⁵ CEO, 9 lipca 1926, s. 498.

⁴⁶ E. Rosenberg, *Spreading...*, s. 80, 99-103. Już w 1925 r. w Wielkiej Brytanii i Kanadzie amerykańskie filmy stanowiły 95% filmów wyświetlanych, we Francji 70%, w Niemczech 60%, a we Włoszech 65%.

⁴⁷ F. Costigliola, *Awkward...*, s. 176.

⁴⁸ CEO, 30 lipca 1926, s. 548.

⁴⁹ E. S. Rosenberg, *The Spreading...*, s. 102-103; Statistická přehledka československé republiky, Praha 1937, s. 131. Spośród prawie 830 filmów zagranicznych w 1932 r. w Czechosłowacji ponad 180 było z USA (co stanowiło ok. 21,7%), a w 1936 r. już ponad 410 (a więc ok. 39%), na prawie 1 050 filmów zagranicznych. Nastąpił więc ponad 2-krotny wzrost liczby wyświetlanych filmów amerykańskich w Czechosłowacji, przy jednocześnie zauważalnym spadku filmu niemieckiego (z ok. 340 w 1932 r. do 270 w 1936).

wacji, nawet jeśli rzecz dotyczyła wzmianek czy komentarzy prasy czeskiej o kłopotach farmerów oraz o zakorzenionym w USA materializmie⁵⁰. Było to następstwo nader pozytywnego, wręcz idyllicznego wizerunku Ameryki w powojennej Europie, zwłaszcza Środkowo-wschodniej.

W drugiej połowie lat 20. w korespondencji dyplomatycznej pomiędzy Departamentem Stanu i Handlu oraz poselstwem i konsulatem USA w Czechosłowacji, uwagi o „dyskryminowaniu” rodaków, filmu amerykańskiego oraz w ogóle Ameryki powracały jak bumerang⁵¹. Amerykańscy biznesmeni narzekali nieraz na warunki oferowane im przez kontrahentów czeskich i zwracali się o pomoc do poselstwa i konsulatu w Pradze. Stamtąd zaś korespondencja trafiała do Departamentu Handlu, także Stanu, i czasem była nagłaśniana w Waszyngtonie. Jest to szczególnie widoczne w różnych zapytaniach urzędników z Waszyngtonu, interweniujących nieraz w sprawach rodaków mających interesy w Czechosłowacji (podobnie rzecz się miała w Polsce), a w związku z tym i kłopoty, czasem zresztą wyolbrzymiane, bądź przedstawiane nader jednostronnie. Były to kwestie szeroko dyskutowane i nagłośnione w Waszyngtonie, o czym też świadczy rozległa korespondencja o „dyskryminacji” Amerykanów i „antyamerykańskiej propagandzie” w Europie Środkowowschodniej⁵².

Poselstwo USA oraz konsulat w Pradze niejednokrotnie interweniowały w tego rodzaju sprawach, a także, i to znacznie częściej, przy rozmaitych zatargach amerykańskich przemysłowców z ich kontrahentami w Czechosłowacji, o ile interesy rodaków uznawano za zagrożone⁵³.

Wydaje się, że ta wyolbrzymiana kwestia „dyskryminacji” Ameryki i jej dóbr miała ścisły związek z rozpowszechnionym, również w Czechosłowacji, mitem amerykańskim. Fascynacja Ameryką i powszechne przekonanie o wyższości wszystkiego co amerykańskie, ugruntowane zwłaszcza przez politykę Wilsona i działalność misji żywnościowych Hoovera oraz kontakty gospodarcze, okazały się bardzo silne na początku lat 20. w wielu państwach europejskich. Czechosłowacja nie była więc wyjątkiem. Mit amerykański, propagowany nie tylko przez placówki dyplomatyczne i konsularne USA, ale i czynniki rządowe Czechosłowacji, a także amerykańskich Czechów, Słowaków i Rusinów oraz literaturę i amerykańskie dolary rozpowszechnił się na dobre. Stąd jakiegokolwiek krytyczne słowa pod adresem Stanów Zjednoczonych czy ich polityki traktowano jako zamach na tenże mit. Nie sprzyjało to dobremu samopoczuciu Amerykanów, przekonanych o swej wyższości nad Europejczykami. Dotyczyło to w podobnym stopniu amerykańskiego turysty składającego wizytę, biznesmena robiącego interesy czy dyplomaty na placówce w Pradze, gdyż reagowali oni podobnie na każde słowo krytyki pod adresem USA. Czasem nawet nie o krytykę chodziło, ale niezbyt pochlebną czy niewystarczająco czolobitną wypowiedź.

W jednym z raportów attaché handlowy Elbert Baldwin kolejny raz wracał do przesadnie nagłośnionej „antyamerykańskiej działalności” i „dyskryminacji” rodaków. Pisał, że Czechosłowacja nie prowadziła propagandy antyamerykańskiej, jak to przedstawiali jej ewentualni bądź niedoszli amerykańscy kontrahenci, docierający ze swoimi opiniami także do rodzimej

50 NA, Decimal File, 1910-1929, 860F.9111/1. Raport Charlesa Winansa z 22 października 1923.

51 NA, ALP-CE, 1926, v. VII, 811.1101-891.

52 NA, RG 151, Box 417.1, Anti-American Propaganda, f. Czechoslovakia. Często pisano, że podobne incydenty miały też miejsce w innych państwach, m.in. w Polsce i krajach bałtyckich.

53 NA, RG 151, Box 454, f. Czechoslovakia — Commercial Travellers. Sporo tu informacji o incydentach, jakie przydarzały się amerykańskim przemysłowcom i eksporterom w Czechosłowacji oraz o podejmowanych próbach interwencji poselstwa USA w Pradze.

prasy. Zapewniał, że jej kręgi rządowe były „bardzo przyjazne wobec USA, a dobra amerykańskie cieszyły się tam dużą popularnością”⁵⁴.

Krytyczne słowa pod adresem Ameryki pojawiające się czasem w prasie były w głównej mierze, jak pisał w raporcie do centrali Baldwin, następstwem „przyjaźni Czechosłowacji z Francją, która obciążała USA odpowiedzialnością za długi wojenne”, co wpływało na emocjonalne traktowanie „Wuja Sama”. Był to również po części, jak przyznawał attaché handlowy, efekt polityki amerykańskiej i przede wszystkim jej niezrozumienie w Czechosłowacji. Ponadto, jego zdaniem, Europejczycy nieraz okazują niechęć wobec Ameryki, gdyż „boją się, że inwestycje amerykańskie spowodują pewnego rodzaju ekonomiczny i polityczny dyktat Ameryki”. Apelowal więc o lepszą informację o amerykańskiej polityce wobec Europy, w tym także Czechosłowacji⁵⁵. Był to w jakimś stopniu, jak krytycznie przyznał Baldwin, słaby punkt amerykańskiej akcji informacyjno-propagandowej, a więc i działalności placówek dyplomatycznych i konsularnych, także w Czechosłowacji.

Trudno stwierdzić, czy Amerykanie prowadzili przemyślaną i zorganizowaną akcję informacyjną o polityce USA, ale faktem jest, że placówka dyplomatyczna i służba konsularna doraźnie podejmowały takie próby i propagowały wiedzę o kraju szerszym kręgom opinii publicznej w Czechosłowacji. Jesienią 1926 r. w kręgach rządowych w Waszyngtonie, w znacznym stopniu z inspiracji konsulatu z Pragi, dyskutowano możliwość pełniejszej informacji o USA za granicą i kształtowania w ten sposób opinii publicznej. Podjęto m.in. kwestię zakupu i wyświetlania określonych filmów przez YMCA i YWCA oraz propagowania w ten sposób Stanów Zjednoczonych i tematyki amerykańskiej w Czechosłowacji⁵⁶. Sprawa ta nie została załatwiona szybko, gdyż jeszcze w 1927 r. ciągle pojawiała się w korespondencji dyplomatycznej i nadal zgłaszano podobne postulaty.

W kolejnych latach również pracownicy poselstwa i konsulatu USA w Pradze podejmowali wysiłki, by popularyzować swój kraj i jego zalety. Przy każdej sposobności zabiegali, by poprzez mass media, zwłaszcza prasę, docierać z szerszą informacją o Stanach Zjednoczonych. W planach tych uwzględniano także projektowany Instytut Amerykański w Pradze, którego gorącym rzecznikiem był Lewis Einstein. Poseł zaangażował się osobiście w pomoc przy jego tworzeniu⁵⁷, choć idea ta jeszcze wtedy nie znalazła urzeczywistnienia w praktyce. Stało się to w kilka lat później, w 1931 r., co było w dużej mierze następstwem usilnych zabiegów środowisk akademickich z obu krajów⁵⁸. Zakupiony w 1925 r. przez poselstwo USA Pałac Schonborn stał się już wkrótce prawdziwym centrum amerykańskim, z licznie odwiedzającymi go gośćmi z USA, często prelegentami. Biblioteka i czytelnia oraz organizowane tam odczyty i dyskusje przybliżały i popularyzowały szerszym kręgom Czechów i Słowaków Amerykę i jej zalety.

Amerykański dolar i bogactwo fascynowały świat, a w szczególności kraje słabsze i biedniejsze, i stały się nieodłącznym elementem mitu amerykańskiego. Wtedy też ugruntowano

54 NA, RG 151, Box 417.1, Anti-American Propaganda, f. Czechoslovakia. Raport Baldwina z 11 listopada 1926.

55 Ibidem.

56 NA, DF, 860F.4061/5.

57 HPL, Castle Papers, Box 8, f. Hungary, 1920-June 1926. Korespondencja pomiędzy Einsteinem i Williamem Castle'em na temat Instytutu Amerykańskiego w Pradze; NA, ALP-CE, 1927, v. VII, 800.1-843.

58 Zob. H. Parafianowicz, *Instytut Amerykański w Pradze i jego rola w rozwoju stosunków czechosłowacko-amerykańskich w okresie międzywojennym*, „Białostockie Teki Historyczne” 1995, t. I, s. 55-79.

przeświadczenie o altruizmie Amerykanów i ich bezinteresownej pomocy dla potrzebującej, zrujnowanej wojną i głodującej Europy. Pożyczki zaciągnięte na cele wojenne urosły do ogromnych sum i przekraczały zdolności płatnicze borykających się z trudnościami finansowymi niedawnych aliantów. Społeczeństwa europejskie z nadzieją oczekiwały na umorzenie lub choćby redukcję tychże długów wojennych, których spłaty domagali się Amerykanie. Taka nieustępliwa postawa i kategoryczne żądanie spłaty długów wojennych wraz z odsetkami spowodowało zawód i rozczarowanie w państwach europejskich. Podpisana 13 października 1925 r. przez Czechosłowację umowa konsolidacyjna z USA nie spełniła oczekiwań Czechów. Mieli oni zapłacić wraz z odsetkami ok. 115 mln dol. długów wojennych, rozłożonych na wiele lat. W prasie czeskiej pisano nieraz o „lichwiarskiej postawie” zamorskiego mocarstwa, które zmierzało do „uczynienia z Europy własnej kolonii”. Pojawiały się czasem głosy krytyki pod adresem „samolubnego wuja Sama” i „kantoru świata bez odpowiedzialności”, jak pisał m.in. „Lidové noviny”⁵⁹. Niedawny wizerunek idealistycznej i altruistycznej Ameryki, tak chętnie pomagającej Europie, uległ poważnemu zachwianiu. W karykaturze zaczął się utrwalać obraz zadowolonego z siebie, tłustego „Wuja Sama”, z cygarem w ustach i sakiewką w ręku. Taki *image* nie odpowiadał Amerykanom.

Reasumując, warto podkreślić, że Ameryka cieszyła się dużą popularnością w powojennej Czechosłowacji, zwłaszcza w latach 20. Nawiązywanie do wzorców demokracji amerykańskiej, wdzięczność za pomoc w odbudowie kraju, wymiana doświadczeń gospodarczych i rozwój handlu były doskonałą pożywką do propagowania wszystkiego co amerykańskie i stwarzały korzystny klimat wzajemnych stosunków u zarania niepodległej Czechosłowacji. Amerykańskie czynniki oficjalne, kręgi rządowe Czechosłowacji, a także amerykańscy Czesi i Słowacy odegrali w tym względzie szczególnie aktywny udział.

Fascynacja w Czechosłowacji Ameryką i wszystkim co amerykańskie ulegała w drugiej połowie lat 20. wyraźnemu osłabieniu. Zderzenie rozbudzonych wcześniej oczekiwań Europejczyków (nadzieje na pomoc powojennej Europie i bliższą z nią współpracę) z rzeczywistością (pragmatyzmem polityki USA, koniecznością spłaty długów etc.) przyniosło duże rozczarowanie także Czechom i Słowakom. Podważone w ten sposób zostało przekonanie o idealistycznej i altruistycznej Ameryce, tak chętnie pomagającej potrzebującym.

Czesi interesowali się amerykańskim systemem produkcji, wydajnej pracy, technologią i różnymi nowinkami technicznymi, ale po krótkim okresie zachłyśnięcia się amerykańskością, przeważał wśród nich realizm i rzeczowe podejście do tych spraw. Nawet fascynacja amerykańskimi autami została sprowadzona do konkretnych realiów. Czechosłowacja — w obronie własnego przemysłu — wprowadziła kontyngenty, ograniczając import aut z USA. Nie udało się jednak Czechosłowacji obronić przed filmem hollywoodzkim, podbijającym nie tylko Europę, ale i cały świat.

Wielki światowy kryzys gospodarczy spowodował poważne perturbacje gospodarczo-finansowe i społeczne w Stanach Zjednoczonych. Wpłynął też na ich politykę zagraniczną, nadając jej bardziej nacjonalistyczny i izolacjonistyczny kurs. Kryzys gospodarczy okazał się również śmiertelnym wrogiem dla idyllicznego wizerunku bogatej i zadowolonej z siebie Ameryki i Amerykanów przeświadczonych o przewadze, a nawet doskonałości systemu gospodarczo-politycznego swego kraju. Zaczęła się powolna, ale nieunikniona, erozja mitu amerykańskiego.

5⁹ NA, ALP-CE, 1926, v. VII, 811.1101-891; SûA, AMZV-VA, 18 (78-81), wycinki prasowe.

American myth and Américanisation of Czechoslovakia after the World War First

America became a very popular country in post-war Czechoslovakia, especially in the 1920s. Similarly to other European countries there was a certain amount of fascination for the affluence of the States, their innovative technology, mechanisation and American democracy. Political legends of Woodrow Wilson and Herbert Hoover, mixed with gratitude expressed by Czechs and Slovaks for American help in the reconstruction of the country, established the positive vision of the „twin republic". Not minor role in this process was played by media (chiefly the press and periodicals, such as „The Central European Observer") and the American Institute, together with different charities (YMCA, YWCA) promoting America as such, the achievements of its civilisation and political and economic system. In the process of strengthening of the American myth also participated the Czech establishment (with president Tomas G. Masaryk and his family on the top), and American Czechs, Slovaks and Ruthenians.

Furthermore, in this creation of a positive vision of the United States, their political and economic system, and Americanisation of the world as a whole, took part the American officials, particularly the diplomats and consuls in Czechoslovakia, and the industrial, commercial and academic circles. They were supported by American literature, and above all — Hollywood film, successfully propagating American model of life and strengthened the American myth. Not until the Great Slump did Americans themselves begin to lose faith in the perfection of their political and economic system, and the American myth sunk into gradual decline.