
Wstęp

Bestsellery z Auschwitz. Strażnicy pamięci kontra gang auszwickaków

Agnieszka Dauksza

TEKSTY DRUGIE 2023, NR 5, S. 7–19

DOI: 10.18318/td.2023.5.1 | ORCID: 0000-0001-8269-6096

Zycie inbami, od afery do afery – tak rozgrywa się wymiana symboliczna w polu literackim, zwłaszcza onlajnowym. Uczestniczą w niej pospółtu wszyscy aktorzy dramatu: osoby piszące, wydające, redagujące, przekładające, krytykujące, recenzujące, badające, osoby jurorskie, promujące, obserwujące, lansujące się „na książkach”, wreszcie czytające „nieprofesjonalnie”, przez niektórych określane mianem „normików”. Niewielką przesadą będzie stwierdzenie, że właściwą przestrzeń tej wymiany stanowią portale społecznościowe, a media, wydawnictwa, uniwersytety, fundacje i kapituły są w tej perspektywie jedynie przyległościami, dostawcami „kontentu”. I praktycznie wszystko, co kluczowe dla dyskusji o polu literackim, rozgrywa się dziś w kulturze Facebooka – w transmisji lub jej zapisie, poprzez posty i komentarze. Jeśli dyskusja zaistnieje uprzednio w sferze niewirtualnej, i tak bardzo szybko przenosi się do mediów społecznościowych. Zdaje się, że nikomu z uczestników tej dynamicznej wymiany nie przychodzi do głowy, by możliwe było rozdzielenie splotu tego, co estetyczne, ekonomiczne, polityczne, tożsamościowe i emocjonalne.

A jednak istnieją obszary, w których afekty i fakty cyrkulują jakoś inaczej – nie tyle funkcjonują według innej logiki, ile budzą odmienne oczekiwania. Niektórzy użytkownicy domagają się

Badania wykonano przy wsparciu finansowym Priorytetowego Obszaru Badawczego Heritage w ramach Programu Strategicznego Inicjatywa Doskonałości w Uniwersytecie Jagiellońskim

Agnieszka Dauksza – dr, pracuje na Wydziale Polonistyki UJ, autorka książek: „Jaremianka. Biografia” (2019), „Afektywny modernizm” (2017), „Klub Auschwitz i inne kluby. Rwane opowieści przeżywców” (2016, 2021), „Kobiety na drodze. Doświadczenie przestrzeni publicznej w literaturze przełomu XIX i XX w.” (2013). Redagowała m.in. tomy: „Maria Jarema: wymyślić sztukę na nowo” i „Świadek: jak się staje, czym jest?”. Kontakt: agnieszka.dauksza@uj.edu.pl.

na przykład „czystości” intencji twórców i wydawców oraz wyodrębnienia w osobne szeregi tego, co faktyczne i fikcyjne, autentyczne i autokreacyjne, etyczne i koniunkturalne. Jednym z tych obszarów jest nurt auschwitzowy czy raczej – w wielu przypadkach – auschwitzopodobny, realizujący się zwłaszcza w seriach powieści „w paski”, czyli z pasiakiem na okładce, wydawanych na Zachodzie od lat dziewięćdziesiątych, a w Polsce podbijających rankingi sprzedaży rynku wydawniczego od kilku lat. Powieści „Auschwitz z Auschwitz”¹ – te przekładane na język polski i te rodzime, określane jako „holo-polo”² – opierają się na przewidywalnych schematach fabularnych i wykorzystują kontekst wydarzeń historycznych, by opowiadać o problemach „uniwersalnych”, głównie o trudnych relacjach międzyludzkich. Czytelnicy zapoznają się więc z kolejnymi aktami solidarności, zdrady, przyjaźni, miłości i oporu, do których dochodzi pod presją ideologii, zniewolenia, izolacji i przemocy. Zdarzenia rozgrywają się zazwyczaj nie w Auschwitz jako historycznej przestrzeni ludobójstwa, ale w dekoracjach Auschwitz, w niemiejscu wykreowanym w wyobraźni autora/ki, jedynie swobodnie nawiązującym do czasoprzestrzennych faktów. Podobnie umowne są w powieściach sugerowane powinowactwa z prawdziwymi postaciami, opisy obozowych realiów, a także codzienność osób więzionych i funkcyjnych.

Można by więc spytać, po co ta zabawa w autentyzm. I dlaczego właśnie Auschwitz? Skoro autorzy bestsellerów przywiązują tak niewielką wagę do faktograficzności i materialności obozu, w jakim celu w ogóle odwołują się do realnej przestrzeni, tym samym narażając się na zarzut o nierzeczowość? I czemu służy pokrętna gra z cudzymi emocjami i oczekiwaniami, operowanie na miękkiej tkance wspólnotowej pamięci i drażnienie ran tych, którzy przeszli przez obozy lub pozostawali w bezpośredniej bliskości tego doświadczenia?

Pozorny efekt uboczny niewątpliwie jest jednym z celów strategii: publikacja książek takich jak *Tatauzysta z Auschwitz* Heather Morris zwykle prowadzi do żywiołowych dyskusji, skomasowanej krytyki, polaryzacji środowiska, postulatów o bojkot, cenzurę, skierowanie problemu na drogę sądową itd. Kontrowersja, odpowiednio rozbuchana i przejęta do celów marketingowych, staje się częścią kampanii promującej i rzecz jasna, sprzyja wynikom sprzedaży. Wybór nie jest przypadkowy – Auschwitz już od lat czterdziestych funkcjonuje w wyobraźni społecznej jako epicentrum przemocy drugiej wojny

1 Określenie „ostatecznego bestsellera” zaproponowane przez P. Dębowskiego, grafika i wydawcę (Karakter), w reakcji na informację o wynikach sprzedaży książek w Polsce na początku 2020 roku – pięć z dwudziestu najlepiej sprzedających się książek w kraju to fabuły rozgrywające się w obozowych dekoracjach. Por. <https://www.facebook.com/przemekdebowski.prace/posts/2827138370711324> (21.09.2023).

2 Określenie autorstwa Sylwii Chutnik.

i to właśnie ono przez lata w pierwszej kolejności zajmowało uwagę badaczy, historyków, polityków, przeżywców i ich bliskich, autorów wspomnień, ludzi kultury, twórców filmowych, dziennikarzy, gremiów finansujących prace konserwatorskie i dofinansowujących wsparcie dla ocalałych, popularyzatorów, turystów, wandali, ale i autorów teorii spiskowych oraz złodziei wykradających pobożowe mienie. Zadziałał efekt kuli śniegowej: obóz obrastał w kolejne znaczenia, odniesienia, cytowania i użycia. Auschwitz stała się marką samo w sobie i zaczęło się jego celebryckie trwanie: najpierw jako punktu wyjścia rozważań filozoficznych, etycznych i prawnych, miejsca kultu, pamięci i materialnej podstawy badań archeologicznych oraz praktyk komemoratywnych, wreszcie jako skansenu turystycznego, bohatera literackiego i wizualnego, gwiazdy filmowej czy istotnego odniesienia kulturowego. Siłą rozpędu Auschwitz – symbol i klisza – dla wielu zaczęło funkcjonować jako podstawa świetnie prosperującej fabryki Holocaustu.

Nic dziwnego, że ten potencjał nadal wabi – współcześni twórcy popularnych opowieści, wykorzystując symboliczne i wizualne konotacje, oferują produkty o tematyce auschwitzopodobnej, błyskawicznie rozpoznawane i klasyfikowane przez odpowiednie grupy odbiorcze. Natychmiastowość i łatwość kojarzenia – na przykład motywu pasiaków, wież strażniczych i baraków, rampy, bramy i napisu – gwarantuje szybki zysk. Auschwitz się opłaca – nie tylko rekinom wydawniczym.

Pisano o popularnych narracjach „z Auschwitz” jako o powieściach dyskontowych³ – szybkich do skonsumowania, łatwo dostępnych, podręcznych, zapakowanych w jednoznaczne, rzucające się w oczy okładki. Zdaje się jednak, że ich głównymi odbiorcami nie są osoby, które trafiają na nie przez przypadek, bo natknęły się na nie w kolejce do kasy. Najbardziej zaangażowana grupa czytających bestsellery z Auschwitz to ci, którzy doskonale wiedzą, czego szukają, czekają na kolejne odsłony serii, pozostają wierni ich twórcom, pojawiają się na spotkaniach autorskich, z zaangażowaniem komentują ich książki i dzielą się wrażeniami na portalach społecznościowych⁴. Powieści „w paski” są dla nich podstawą czytelniczego doświadczenia, źródłem wzruszeń, ekscytacji, rozrywki, pocieszenia, wzmocnienia, ale też powodem uczestnictwa we wspólnocie osób czytających, dyskutujących i polecających. Niekiedy to jedyne pozycje, jedyna literatura, która skłania do aktu lektury. Duże znaczenie ma tu jej funkcja wspólnototwórcza – obiegi medialne takich książek bywają ogromne, ich czytelniczki i czytelnicy wystawiają tysiące ocen, zostawiają setki komentarzy, dyskutują i polecają sobie kolejne pozycje.

Jednocześnie właśnie z tych względów bestsellery auschwitzowe są wystawione na krytykę i/lub bagatelizowane przez bardziej wyspecjalizowanych czytelników. Zwraca

3 Por. artykuł M. Tomczok i J. Leociaka w niniejszym numerze „Tekstów Drugich”

4 Chodzi m.in. o portale: LubimyCzytać, BiblioNETka, NaKanapie, ale też istotnym zjawiskiem są komentarze na blogach książkowych, Instagramie i w grupach facebookowych.

uwagę chwytliwość czy łączliwość, która wiąże się z lekturą – czytelnicy deklarują, że nie mogą się od oderwać od książki, że ta zajmuje ich czas, uwagę i odczucia, dzięki czemu mogą „przejsć przez całe Auschwitz w dwa dni”⁵. Oczywiście powieści nie uczą o wojnie, nie pokazują skali przemocy, są tylko „mniej więcej” o Zagładzie. I tego dotyczy główny zarzut wobec ich autorów i wydawców: że grając kartą autentyzmu i sugerując realizm – na przykład wykorzystując narrację pierwszoosobową czerpiącą rzekomo ze świadectw ocalałych – z premedytacją zrywają pakt biograficzny, nieodpowiedzialnie zonglują wyrwanymi z kontekstu faktami, cynicznie wykorzystują znane motywy do prezentacji fikcyjnych, często łzawych, pełnych patosu historii.

Zarzuca się im też – skądinąd słusznie – że mają czytelników łatwym pocieszeniem i bagatelizują fundamentalne doświadczenia, ponadto są proste formalnie, przewidywalne, realizują banalne schematy zachowań emocjonalnych, zakłamują rzeczywistość historyczną, podszywają się pod losy i wspomnienia konkretnych, niefikcyjnych postaci, a ich sposób dystrybucji i promocji jest tak nachalny, że jedynie przypięcztowuje ich status literatury śmieciowej.

Jeśli jednak trzeba już korzystać z nomenklatury dyskontowej, byłabym raczej skłonna porównywać fenomen tych książek do popularności „gangu świeżaków”, czyli maskotek przedstawiających owoce i warzywa oferowanych po raz pierwszy w latach 2016 i 2017 przez sieć sklepów Biedronka w ramach programu lojalnościowego. Zabawki były wydawane „w prezencie”, czyli w zamian za sukcesywnie ponawiane zakupy, za które przysługiwały naklejki. Akcja miała rzekomo edukować konsumentów i propagować zdrowe odżywianie – więcej naklejek dostawali ci, którzy kupowali owoce i warzywa. Jednak w praktyce była przede wszystkim kampanią promującą Biedronkę, dzięki której firma w 2016 roku odnotowała wzrost sprzedaży o 11,9%, i okazała się jednym z najbardziej zyskownych przedsięwzięć w historii polskiego handlu⁶. Stało się tak dzięki masowemu pragnieniu zdobycia maskotek – klienci kupowali częściej „dla naklejek”, ustawiali się w kolejkach, rywalizowali i wyklócali się o zabawki, zakładali fora i grupy, by informować się o dostępności i dokonywać wymiany, jeździli do innych miejscowości w pogoni za brakującymi postaciami, pokątnie handlowali zarówno samymi zabawkami, jak i naklejkami. A wszystko to z powodu przeciętnie atrakcyjnych, tanio wyprodukowanych pluszaków, które podsyciły dziecięce pragnienia i ambicję posiadania. Zadziałał zapewne łańcuch odruchów kolekcjonerskich, który nakręcił

5 Jeden z komentarzy do książki *Tatauzysta z Auschwitz* opublikowany na portalu: <https://lubimy-czytac.pl/ksiazka/4845001/tatauzysta-z-auschwitz> (1.09.2023). Kolejne komentarze czytelnickie/ów, które cytuję, również publikowane są na tej stronie.

6 Por. <https://wyborcza.biz/biznes/7,147743,22270375,gang-swiezakow-wraca-do-biedronki-jeden-kosztuje-nawet-2-4.html?disableRedirects=true> (25.08.2023).

chwilową modę – młode osoby chciały koniecznie skompletować cały gang, a ich opiekunowie postawili sobie za cel w tym dopomóc.

W gruncie rzeczy metoda prezentacji kolejnych bestsellerów z Auschwitz – określam je mianem auszwickaków – opiera się na analogicznym mechanizmie ćwiczenia konsumentów w lojalności wobec konwencji i w uczestnictwie we wspólnotcie osób będących na bieżąco z tym, co dzieje się „w Auschwitz”. Pretekstem do publikacji tych książek jest rzekomo edukacja historyczna, uświadamianie o konsekwencjach ideologii, utrzymywanie pamięci o ofiarach, kształtowanie wyobraźni i empatii czytelników oraz zapewnienie ciągłości narracyjnej. W praktyce jednak chodzi o wytworzenie w odbiorcach otwartości na dany format i umiejętności błyskawicznego rozpoznawania klisz kulturowych. Chęć zebrania kolejnych wrażeń „z serii” przekłada się na popyt, szeroki obieg i niejednorazowe zyski – wierni czytelnicy są żądni następnych odsłon obozowych historii.

U niektórych odbiorców wytwarza się stan bliski uzależnieniu: oczekują od lektury realizacji schematu opowieści obozowej, jednak satysfakcja nie wynika jedynie z powrotu do tego, co już znane, konieczny jest powrót z przesunięciem, czyli włączenie w doświadczenie czytelnicze elementu różnicy, zmiany, nowości, zaskoczenia. Wielbicieli zabawkowych świeżaków z Biedronki stawiali sobie za cel zdobycie wszystkich postaci z gangu: Rzodkiewki Żanety, Groszka Grzesia, Borówki Basi i innych. Jednak nawet pozyskanie wszystkich pluszaków nie gwarantowało spełnienia: oprócz maskotek można było zbierać specjalne naklejki przedstawiające świeżaki, oglądać krótkie filmy i bajki, a w kolejnych odsłonach kampanii zdobywać „nowych członków gangu”, czyli świeżaki świąteczne, juniorskie, a następnie swojaki, bystrzaki, mocniaki itd.

Czytelnicy taśmowo wydawanych powieści „w paski” również zbierają kolejne książki – przygody, intrygi, motywy, bohaterów – a nade wszystko kolekcjonują doświadczenia czytelnicze, które następnie oceniają na portalach czerwonymi lub żółtymi gwiazdkami. Bo tak naprawdę nie chodzi o formalne, estetyczne czy etyczne aspekty tej literatury, ale o to jak działa na odbiorców, o przeżycia zwielokrotniające codzienność, którymi można się podzielić z innymi. I tak tworzą się wspólnoty tych, których *Tatuażysta z Auschwitz* „wbіł w fotel”, którym *Sadystka z Auschwitz* „rozrywała serce na strzepy” i których „ukoіła” *Kołysanka z Auschwitz*. Ci, którzy zdobyli „koronę” bestsellerowych tytułów, stają się bardziej wybredni i wymagający, oczekują, że kolejne realizacje poruszą jeszcze inne rejestry odczuwania, wykażą się innowacją tematyczną, wprowadzą ich w Auschwitz „mniej znane”, takie, o którym „zapomniała historia”, którego „jeszcze nikt nie widział”.

Ciekawe są dwie tendencje: tworzenie się retoryki snobizmu wśród osób czytających seryjnie powieści – mają poczucie, że doskonale opanowały tematykę obozową i znają Auschwitz jak własną kieszeń – oraz eskalacja potrzeb czytelniczych: według komentujących kolejne książki powinny dostarczać coraz intensywniejszych przeżyć,

testować granice wytrzymałości emocjonalnej, działać jak trucizna, która w odpowiedniej dawce wzmocni pozycję podmiotu, doprowadzi do odnowy, zmieni sposoby czucia i pamiętania. Użytkowniczkę portalu Lubimyczytać.pl zaświadcza: „Czytając tę książkę, przeżywałam wszystko, co się działo”,

Książka wgniata w fotel, rozrywa serce na strzępy, opisane obrazy miały się w głowie przez kolejne dni. Dla mnie książka wybitna, nie mogłam się pozbierać po czytaniu. Odchorowałam ją. Dla wrażliwców jest bardzo trudna do przeczytania, ale warto choćby dla refleksji nad brutalną historią i upamiętnienia ofiar⁷.

Niekiedy opinia o niedostatecznym stymulowaniu emocji staje się zarzewiem krytyki. Są to jednak zarzuty formułowane z pozycji doświadczonych członków grupy czytelniczej, koneserów serii, i kierowane do osób równie „wtajemniczonych”, zaangażowanych we wspólnotę „z Auschwitz”. Jedną z rozczarowanych czytelniczek *Tatuażysty* komentowała: „mdłe opisy. [...] Pewnie gdyby nie temat obozu koncentracyjnego po tę pozycję nikt by nie sięgnął”. Inna po lekturze *Sekretu Elizy. Auschwitz. Płatna miłość* ubolewała z powodu niedostatecznej wyrazistości fabuły: „Najbardziej jednak zaboląła mnie końcówka, która nagle zrobiła się chaotyczna. Ogólnie też nie lubię otwartych zakończeń, a tu tym bardziej mi ono nie pasowało i frustrowało mnie, jak wiele pytań zostało w mojej głowie po ostatnim zdaniu książki”⁸. W cenie są przejrzystość kompozycji i jednoznaczne, „mocne” rozwiązania fabularne, które gwarantują także emocje. Półcienie i półtony, niedopowiedzenia i próby inwencji formalnych prowadzą do zmaconych odczuć, które zwykle nie mieszczą się w spektrum oczekiwań odbiorców.

Czytelnicy oczekują natomiast satysfakcji wynikającej z możliwości śledzenia napięć między tym, co faktyczne i fikcyjne – jak to ujęła jedna z czytelniczek: „Pikanterii dodaje fakt, że fabuła przeplata się z autentyczną relacją na faktach”⁹. Pierwszy poziom „pikanterii” to uogólniona świadomość, że powieściowe wydarzenia mogły zaistnieć w rzeczywistości – nie musiały, ale skoro mogły (co sugerują opisy wydawnicze), to jak gdyby zaistniały. Logika realizmu wspomaganego wpisuje się w potrzebę autentyzmu i intensywności odczuwania: niekiedy umożliwia identyfikację i relacje empatyczne z bohaterami, kiedy indziej przynosi ulgę z powodu dystansu wobec prezentowanych wydarzeń¹⁰.

7 <https://lubimyczytac.pl/ksiazka/4900486/sekret-elizy-auschwitz-platna-milosc> (25.09.2023).

8 Tamże.

9 Tamże.

10 Agnieszka Haska ciekawie pisze o odczuciu dystansu, braku wpływu, zjawisku „ojejizmu” i mechanizmach osławiania trudnych wydarzeń z przeszłości; por. też *Auschwitz z Auschwitz, czyli przepis na bestseller*, „Zagłada Żydów. Studia i Materiały” 2020, nr 16.

Drugi poziom odbioru to przyjemność, która wynika z kontrolowanej niepewności: czytelnik angażuje się w powieściowe realia, ale nie jest pewny, które elementy są autentyczne, a które fikcyjne. Pociąga to za sobą chęć „sprawdzenia” autora/autorki, tropienia i porównywania wątków fabularnych i faktów historycznych. Czytelnicy detektywi, poszukujący przeinaczeń, przekształceń i błędów, zyskują poczucie panowania nie tylko nad własnym doświadczeniem emocjonalnym (zaangażowanej lektury), ale i nad światem przedstawionym, co kojarzy się im z poczuciem „opanowania” Auschwitz jako zestawu danych.

Mechanizm nie ogranicza się zresztą do powieści auschwitzowych – analogiczny pakt wiążący wydawnictwa, autorów i czytelników dotyczy też innych wydarzeń historycznych i powieści „inspirowanych” powstaniem warszawskim, codziennością okupacyjną w Polsce, rzezią wołyńską czy pacyfikacją Zamojszczyzny. Można się zastanawiać, w jakim stopniu zapotrzebowanie na te książki wynika z konieczności przepracowania minionych krzywd wspólnoty polskiej czy powrotu do opowieści znanych z rodzinnych przekazów. Równie dużym zainteresowaniem cieszą się jednak fabuły umieszczane w epoce jagiellońskiej, w czasie najazdów Wikingów czy w starożytnym Rzymie. Zdaje się więc, że historyczne dekoracje są tylko jednym z elementów koniecznych do stworzenia efektu bestsellera. Innym istotnym czynnikiem jest możliwość rozpoznania w opowieściach „z czasu próby” bardziej uniwersalnych, powtarzalnych prawidłowości w funkcjonowaniu wspólnoty. Połączenie tych składowych, wraz z sugerowanym autentyzmem przekazu – „tak było naprawdę” – skłania czytelników do maksymalizacji zaangażowania.

Jest jednak coś jeszcze, co sprawia, że popularne powieści historyczne cieszą się znacznym uznaniem. Chodzi o możliwość konfrontacji elementów świata przedstawionego z pozostałościami po wydarzeniu: śladami, resztkami, przestrzeniami, które można zlokalizować i odwiedzić. Taka wizyta – na przykład w Państwowym Muzeum Auschwitz-Birkenau – i lektura powieści stają się komplementarnymi aktami w „doświadczeniu” Auschwitz z pozycji czytelnika i turysty. Odbiorcy angażują się w znajdowanie „różnic” między jakościami fabularnymi i muzealnymi, niejednokrotnie uznając je za równoważne teksty kultury, które można traktować użytkowo, na przykład fotografując się w piecu krematoryjnym i udostępniając zdjęcie w mediach społecznościowych¹¹. Bliskość materialności jest dla wielu użytkowników kluczowym powodem do zainteresowania popularnymi opowieściami wojennymi. Nie przypadkiem popyt

11 O „niewłaściwych” zachowaniach w przestrzeni pobożowej por. m.in. I. Kurz, *Nieznośna lekkość reprezentacji*, „Didaskalia” 2014, nr 120, oraz artykuł *Śmiech w Auschwitz, czyli o tym, w jaki sposób psychologia może pomóc zrozumieć łamanie tabu w miejscu pamięci Zagłady* w tym numerze „Tekstów Drugich”.

na bestsellery historyczne idzie w parze z modą na rodzinne poszukiwanie „skarbów” przy użyciu wykrywaczy metalu, udział w rekonstrukcjach historycznych, spaceru i wycieczki tropem bohaterów przeszłości oraz czarną turystykę, czyli zwiedzanie „alternatywne”, poza wytyczonymi ścieżkami i kanonem lokalizacji przewodnikowych. Zamierzanie do czarnej turystyki jako alternatywy poznawczej łączy potrzebę autentyczności, bezpośredniości, osobistego zaangażowania i choćby punktowego wcielenia się w rolę „świadka poniewczasie”¹² lub „rekonstruowanego świadka”¹³ – kogoś, kto nie ma bezpośredniego związku z wydarzeniem, ale chce zaznać jego „aury”, wyobrazić sobie atmosferę, „poczuć” ślady. Zapewne bliżej tym postawom nie do figury spóźnionego świadka, ale gapia lub postronnego. Nie zmienia to jednak faktu, że współcześnie perspektywa tej właśnie grupy dominuje wśród odbiorców kultury popularnej, pasjonatów historii i osób zwiedzających instytucje upamiętniające, co wtórnie wpływa też na profil i kierunek ich funkcjonowania.

Presja popularyzacji, wraz z jej uproszczeniami, przeinaczeniami, błędami, nadużyciami i komercjalizacją przeszłości, jest czymś, przed czym strażnicy pamięci próbują Auschwitz bronić. Ich reakcje niezgody i oburzenia – zwielokrotnione w obiegu medialnym – zwykle są skuteczne w przypadku inicjatyw nieartystycznych, gdy tematyka lub symbole obozowe zostają zaangażowane do jednoznacznie komercyjnych celów. Było tak między innymi w 2014 roku, gdy koncern odzieżowy Zara włączył do swojej kolekcji dziecięce bluzki – białe w niebieskie pasy – z naszytym na piersi znakiem żółtej sześcioramienną gwiazdy¹⁴. Wówczas ostro zareagowali izraelscy klienci, nawołując do bojkotu marki, co błyskawicznie przyniosło skutek – Zara wycofała produkt zarówno ze sprzedaży, jak i z katalogu. Podobne reakcje wzbudziły w 2019 roku pasiakowe koszule damskie sprzedawane w sieci sklepów Lidl. Na portalach społecznościowych wielu klientów deklarowało rezygnację z usług firmy, a jeden ze śląskich radnych argumentował: „Wydaje mi się, że coś tu podąża w złą drogę, jeśli sprzedaje się pod nazwą Koszula coś łudzaco przypominającego więzienne pasiaki z Niemieckich Obozów Śmierci w Lidlu. Jako wnuk jednego z więźniów jestem oburzony”¹⁵. Reakcje konsumentów są w takich przypadkach jednoznaczne i dość konsekwentne – choć Zara tłumaczyła uży-

12 Por. M. Rothberg, *Traumatic Realism: The Demands of Holocaust Representation*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2000.

13 Por. D. Laub, *Zdarzenie bez świadka: prawda, świadectwo oraz ocalenie*, przeł. T. Łysak, „Teksty Druge” 2007 nr 5.

14 <https://wyborcza.pl/7,75399,16539048,kolejna-wpadka-zary-byla-torebka-ze-swastyka-teraz-jest-koszulka.html> (2.9.2023)

15 <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/internauci-krytykuja-lidl-za-koszule-przypominajace-o-bozowe-pasiaki-lidl-polska-to-klasyk-mody-biznesowej> (2.9.2023).

cie motywu żółtej gwiazdy nawiązaniem do gwiazdy szeryfa z westernów, a Lidl określił wzór niebieskich pasów na białym tle „klasykiem mody biznesowej”, i tak według opinii publicznej były to nadużycia, które nie podlegały negocjacji.

Co ciekawe, krytyka i presja, które działają w innych sektorach usługowych i wymuszają reakcję producentów, nie mają większego wpływu na decyzje wydawnicze i preferencje czytelników. W przypadku książek „Auschwitz z Auschwitz” dyskusje krytyczne toczą się niemal wyłącznie w kręgach osób związanych z literaturą – zmieniają się tytuły, natomiast argumenty, choć merytorycznie uzasadnione, są powtarzalne. Świadczą zresztą nie tylko o profesjonalnym zdystansowaniu krytyków i badaczy. Zdaje się, że strażnicy pamięciowego i faktograficznego dekorum nie wierzą, by można było argumentacyjnie wpływać na twórców lub czytelników powieści „w paski”. Zakładają oni, że tych powieści w ogóle nie powinno być w obiegu, że nie powinny istnieć ze względu na ich szkodliwość społeczną. W sferze publicznej wybrzmiewa postulat konieczności obrony Auschwitz przed złą sztuką lub tym, co się pod sztukę podszywa, przed cynicznymi pobudkami wydawców i autokreacyjnymi oraz ekonomicznymi motywacjami autorów. Zarzuca im się zwykle łamanie kilku podstawowych zasad, przede wszystkim zaburzenie prawdziwości i weryfikowalności faktów i bezproblemowe przedstawianie Zagłady jako wydarzenia osobliwego, ale podlegającego reprezentacji, możliwego do opowiedzenia i ukazania w kilkudziesięciu zdaniach. Zarzuty kierowane do autorów, nacisk na wydawców oraz żywiołowe dyskusje niekoniecznie jednak przekładają się na konkretne zmiany tendencji rynkowych i czytelniczych. Zapewne większy wpływ mają na sprofilowanie krytyki literackiej i praktyk badawczych (czego dowodem jest choćby ten numer „Tekstów Drugich”), wydawnictwa bowiem utrzymują dochodowy kurs, autorzy nie przejmują się napomnieniami, czytelnicy wciąż podążają sprawdzonym torem. Ich wymiernym skutkiem jest raczej umocnienie podziałów między czytelnikami profesjonalnymi i całą resztą czytających, między wydawnictwami bardziej ambitnymi i tymi, które specjalizują się w powieściach „Auschwitz z Auschwitz”, szanującymi się, kreatywnymi projektantami okładek i tymi, którzy mają na koncie projekty z wieżami strażniczymi lub pasiakami.

Obecnie niewiele sensu ma pytanie, czy da się odwrócić tendencje i nauczyć popularnych twórców szacunku wobec Wydarzenia lub wprost powstrzymać lawinę bestsellerów tematyzujących doświadczenia traumatyczne. Z pewnością się nie da, czego dowodem są choćby kolejne „mody” na powieści o konflikcie bałkańskim czy wojnie w Ukrainie. Pojawia się jednak pytanie o przyczyny wciąż dużego zapotrzebowania na motywy i opowieści wojenne i obozowe, o przyczyny rosnących podziałów między różnymi typami czytelników, a także o wpływ tych podziałów na to, co społeczne, między innymi na charakter praktyk komemoracyjnych. Wbrew pozorom zarówno strażnicy pamięci, jak i wielbiciele gangu auszwickaków oraz czarnej turystyki funkcjonują na

zasadzie systemu naczyń połączonych, współtworzą podzieloną wspólnotę emocjonalną i są od siebie zależni, nawet jeśli wcale tego nie chcą.

Trzeba spytać, kto reprezentuje te grupy. Wydaje się, że łatwo je sklasyfikować i podzielić na tych, którzy mają kłopot z Zagładą, bo jest dla nich trudna, bolesna i ważna, na tych, którzy zdają się kłopotu nie mieć, oraz na takich, którzy z cudzych kłopotów potrafią czerpać korzyści. Dyskusje nad spuścizną Zagłady – tożsamościowe, interwencyjne i diagnozujące – opierają się więc na przeświadczeniu o istnieniu jakichś „nas”, którym zależy na ochronie dziedzictwa Auschwitz, i jakichś „onych”, którzy nie opanowali reguł retoryki, estetyki i etyki, działają na niekorzyść Zagłady i jej ofiar oraz psują efekty „naszych” wieloletnich starań.

Niewątpliwie jest to ostatni moment, kiedy w sferze publicznej spotykają się tak zróżnicowane głosy i perspektywy osób o rozbieżnych doświadczeniach: ofiary – ludzie, którzy przeżyli Zagładę – i ich bliscy, kolejne pokolenia wraz z ich postpamięciową zależnością; sprawcy – ich dzieci i wnukowie; świadkowie, postronni i ich następcy – również ci bardzo spóźnieni; beneficjenci firm współtworzących efekt Zagłady, niejednokrotnie do dziś bazujący na wojennym kapitale; ci, którzy pisali tamtą historię, ci, którzy ją przepisują i ci, którzy kwestionują; zarządzający polityką historyczną; grupy, które badają Zagładę, jej bezpośrednie i dalekosiężne skutki, uczą o niej, popularyzują ją, strzegą materialnych pozostałości, konserwują je, udostępniają innym; wreszcie ci, którzy twórczo i odtwórczo zapośredniczają opowieści zagładowe, którzy przepracowują Zagładę artystycznie, prezentują ją lub się od niej dystansują, ci, którzy jej przedmiotowo używają, którzy się na niej lansują, którzy dzięki niej żyją, którzy budują na niej kapitał, którzy ją sobie przywłaszczają.

Rzecz jednak w tym, że podział na „my” i „oni”, na całkowicie odrębne, izolowane od siebie grupy interesów: tych, którzy mają problem z Zagładą – obrońców Auschwitz i strażników pamięci w jednym – oraz tych, którzy na niej zarabiają, cynicznie podszycując się pod cudze doświadczenia lub przechwytyjąc cudze symbole, mienie, tożsamość i pamięć, jest z gruntu fałszywy. Wyraźnie przecież widać, że wszyscy aktorzy współwystępują w obiegu społecznym, rywalizują o wpływy, status, pamięć, interpretacje i zyski, ścierają się kompetencyjnie, emocjonalnie i politycznie, ale też niejednokrotnie – nawet mimochodem i nieintencjonalnie – działają na swoją korzyść, wytwarzają dynamikę, która im wzajemnie sprzyja.

W polu odniesień kultury Holocaustu splatają się tendencje, których nie sposób rozpatrywać rozdzielnie. Wiele wskazuje na to, że najbardziej dominujące są obecnie funkcje: symboliczno-pamięciowa, badawcza, (auto)terapeutyczna, tożsamościowa (i autokreacyjna), merkantylna, pasożytnicza i ta oparta na zasadzie komensalizmu. Jednak nawet pobieżne wyróżnienie typów strategii działania osób (i grup) zaangażowanych w dziedzictwo Zagłady uświadamia, że każda ze stron realizuje więcej niż jedną strategię i jest to nieuchronne. Dla przykładu: teoretycznie najmniej uwikłaną

grupą wydają się ci, którzy badają spuściznę wojny. Jednak nawet oni nigdy nie są wolni od tego, co polityczne i instytucjonalne. Ci zaś, którzy „oddolnie” pasjonują się opowieściami „z Auschwitz” i na badaczy patrzą jak na hermetyczne środowisko, piszące i przemawiające w obcym kodzie, niekoniecznie oceniają badania nad Holocaustem jako cudzą misję – postrzegają je jako profesję, jedną z wielu, która pozwala zyskiwać stanowiska, dostawać pensje, starać się o dodatkowe finansowanie, granty, stypendia i staże, pretendować do wyróżnień i nagród. Traktują badania jako pracę będącą nie tylko zobowiązaniem etycznym, ale i działaniem ambicjonalnym, polem rozwoju i awansu, czynnikiem decydującym o statusie symbolicznym, wpływającym na tożsamość, określającym środowisko badaczy i wyznaczającym ich pozycję życiową.

Jeśli weźmie się pod uwagę stopień uwikłania wszystkich stron, trudno opierać krytykę bestsellerów z Auschwitz wyłącznie na zarzutach komercyjnej eksploatacji Zagłady lub na autokreacyjnym, drapieżnym „przejściu” tej tematyki przez popularnych autorów. Oczywiście kwestia zysków finansowych i symbolicznych nie jest rozstrzygająca. Pozostaje jeszcze ogromny problem niewiedzy historycznej, świadomych nadużyć i notorycznie powtarzanych błędów faktograficznych, które przynajmniej w niektórych kręgach zaczynają funkcjonować na prawach faktu. Jest jednak również jasne, że konwencja popularna nie musi być tożsama z tym, co błędne lub cyniczne, a to, co pełne patosu, łzawe czy „kiczowe”¹⁶, nie powinno być utożsamiane z czymś niemoralnym – estetyka nie jest podzbiorem etyki nawet w przypadku Zagłady. Warto pamiętać, że – po pierwsze – również w obozach koncentracyjnych funkcjonowały formy patosu i kiczu, podobnie jak proste scenariusze zachowań emocjonalnych. Po drugie, po wojnie wielu z tych, którzy przeżyli Zagładę, tworzyło teksty, obrazy, rzeźby i filmy, które – gdybyśmy rozpatrywali je „beznamiętnie”, bez kultu dla autentyzmu – można by uznać za prace nieskomplikowane formalnie, efekciarskie i tendencyjne. Po trzecie, nie tylko współcześni twórcy popularni mylą się, przeinaczają, kręcą i manipulują. Bezwiedne, autokreacyjne, traumatyczne, ale też manipulacyjne przekształcanie faktów było i jest powszechnym zjawiskiem w opowieściach ofiar i świadków.

I niewątpliwie właśnie w tej sferze powinno otworzyć się lub wzmocnić pole wymiany między ekspertami i wydawcami, popularnymi twórcami oraz odbiorcami. Wymiany, czyli dialogu, który przekraczałby linię podziału i wykraczał poza hermetyczną retorykę, wyższościowe postawy, odruchy grodzenia „własnego” pola i protekcyjne gesty, wykonywane zresztą po obu stronach barykady. Tak jak istnieje bowiem snobizm badaczy Zagłady, historyków oraz instytucjonalnych praktyków pamięci, tak też funkcjonuje snobizm wysokonakładowych twórców i ich czytelników.

¹⁶ O kiczu popularnych powieści obozowych por. A. Ubertowska *Krzepiąca moc kiczu. Literatura Holocaustu na (estetycznych) manowcach*, „Zagłada Żydów. Studia i Materiały” 2010, nr 6.

Ponadto wszystkie strony są od siebie zależne – część osób zwiedzających Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau to widzowie *Listy Schindlera* i czytelnicy *Tatuażysty z Auschwitz* i tym podobnych, którzy przyjeżdżają zainspirowani tego rodzaju tekstami kultury, by zobaczyć „jak było naprawdę”. Pozornie sprzeczne interesy, antagonistyczne czy wykluczające się pozycje nadawcze miewają wspólny mianownik, bywają komplementarne lub przynajmniej wzajemnie zwiększają fortunność swojego oddziaływania. Odcięcie gałęzi kultury popularnej tematyzującej wojnę dotknęłoby tego, co kanoniczne, zniszczyłoby przepływ danych, ale i zaburzyło cyrkulację społecznych afektów. Słowem, pamięci i opowieści o przeszłości zostałyby spetryfikowane. Kultura popularna nie jest żadnym zagrożeniem, przeciwnie, gwarantuje ciągłość afektywno-pamięciowej wymiany. Inna rzecz, że wbrew intencjom strażników pamięci nie da się wyciszyć ani ocenzurować popularnych reakcji na ludobójstwo: Zagłada jest nie tylko zestawem dat, liczb i lokalizacji, które można raz na zawsze opanować, to żywa tkanka kulturowego uczucia i myślenia. Jest więc także kapitałem perwersyjnym, przestrzenią aberracji i profanacji. A etap postzagładowy i (post)postpamięciowy – jak wszystkie poprzednie – rządzi się swoimi prawami.

Napięcia między pozycjami konserwatywnymi i eksperymentatorskimi są zapewne kluczowe dla zrozumienia współczesnego fenomenu auszwickaków. Te książki wpisują się w lukę pomiędzy „jedynym słusznym”, respektowanym przez większość kanonem konwencji prezentowania Zagłady i praktykami niepokornymi, które w pierwszym momencie budzą wściekłość publiczności wtajemniczonych, zyskują etykietę skandalicznych, obrazoburczych, bezczelnych, ale nierzadko po latach zostają uznane za awangardę kolejnego etapu świadczenia lub opowiadania o wojnie: mam tu na myśli choćby opowiadania Tadeusza Borowskiego, Leo Lipskiego i Mariana Pankowskiego, *Mausa* Artura Spiegelmana, *Lego. Obóz koncentracyjny* Zbigniewa Libery, performanse Artura Żmijewskiego, *Tańcząc w Auschwitz* Jane Korman czy zabawkowe projekty Rama Katzira¹⁷.

Na tle tych praktyk i ich trudnej percepcji bestsellery z Auschwitz nie są ani zjawiskiem skrajnym, ani wyjątkowym. Na mapie i w skali intensywności „profanacji” holokautystowych odgrywają raczej rolę poślednią, choć z pewnością mają ogromne zasięgi i są często cytowane. Książki auszwickaki i dzieła eksperymentalne różni stopień formalnego skomplikowania, są adresowane do nietożsamyh grup odbiorczych, ale łączą je to, że powstają „w reakcji” – nie wydarzają się w próżni, są dla kogoś i przeciwko czemuś. Występują przeciwko Auschwitz pojmowanemu jako kanon wiedzy i estetyki, przeciwko ściśle określonym zobowiązaniom etycznym, które są nie do udźwignięcia przez kolejne

17 O geście eksperymentowania artystycznego jako reakcji na „zmęczenie” Zagładą por. E. van Alphen, *Zabawa w Holokaust*, przeł. K. Bojarska, „Literatura na Świecie” 2004, nr 1-2; P. Czaplinski, *Zagłada i profanacje*, „Teksty Drugie” 2009, nr 4.

pokolenia. Nie zawsze są przejawem poszukiwania alternatywnych ścieżek wyrazu, ale zwykle znajdują chwyt, które ożywiają zastany układ świadczenia, opowiadania i przedstawiania. Choćby przez działanie kontrowersją, wzbudzającą niezgodę, zmuszające do dyskusji, podgrzewające emocje, skłaniające – przynajmniej niektórych – do konfrontacji z faktami i materialnymi pozostałościami. I z pewnością im wyżej będzie wznoszona wieża Wydarzenia, tym większego upustu emocji będą szukać ci, którym ciężką ustalane przez innych zasady i konwencje, czucie i pamiętanie według kanonu. Pytanie o to, kto ma dziś prawo do Auschwitz, pozostaje otwarte – i im dłużej takie pozostanie, tym lepiej dla Auschwitz. Jak to ujęła jedna z czytelniczek *Ucieczki z Auschwitz*: „historia trąci prywatą, ale do cholery i tak jesteście w tym syfie razem”¹⁸.

Abstract

Agnieszka Dauksza

JAGIELLONIAN UNIVERSITY

Bestsellers from Auschwitz: Guardians of Memory Versus the Auschwitz Gang

The text scrutinizes the phenomenon of popular Holocaust novels, whose plot usually plays out on the scene of Auschwitz. The author interprets their meaning in the broader context of the activities of the modern emotional community, in which clash the non-identical perspectives of victims their relatives, witnesses, bystanders, and beneficiaries of the Holocaust, along with memory politicians, guardians of memory, Holocaust scholars and educators, and those who treat it as an object of experimental practices. The author argues that all these social actors function in an inextricable intertwining of mutual dependency, which despite appearances and their goals, makes them jointly drive the effect of “citability” and “commerciality” of Auschwitz as a brand. The text distinguishes several dominant strategies of action in the field of Holocaust culture, which one could not consider in separation: symbolic-mnemonic, scholarly, (self-)therapeutic, identity-oriented (and self-fashioning), commercial, parasitic, and commensalist.

Keywords

Holocaust, Auschwitz, popular novels, bestsellers, emotional community, dark tourism

¹⁸ <https://lubimyczytac.pl/ksiazka/4912607/ucieczka-z-auschwitz>, (16.9.2023).