

Paweł Dobrosielski – doktorant w Zakładzie Kultury Współczesnej IKP UW. Bada recepcję pism Jana Tomasza Grossa interpretowanej w perspektywie antropologii pamięci. Publikował między innymi w „Kulturze Współczesnej”, „Zagładzie Żydów” i w tomach zbiorowych.

PAWEŁ DOBROSIELSKI

„ŻYD Z PIENIAŻKIEM” JAKO PRAKTYKA POLSKIEJ KULTURY WERNAKULARNEJ

Wstępny raport z badań

„Kiedy zbieramy pieniądze, wisi tak jak teraz, a kiedy inwestujemy w jakiś projekt, obracam go do góry nogami, żeby przynosił szczęście”¹ – tak tłumaczył w 2013 roku dziennikarzom „Dużego Formatu” funkcję swojego „Żyda z pieniążkiem” Grzegorz Czebotar, „król chwilówek”, prezes i założyciel jednej z największych polskich firm udzielających szybkich kredytów na duży procent ludziom bez stałych dochodów i zdolności kredytowej². Obrazek wisi w jego

1 M. Kowalski, M. Pietraszewski, *Król chwilówek: umysł włączam*, „Duży Format” 19.09.2013, s. 13.

2 Korzystam w tekście ze znacznie poszerzonych i zmienionych fragmentów mojego tekstu dotyczącego mienia pożydowskiego jako wyzwania dla imaginarium kultury polskiej – zob. P. Dobrosielski, *Pierzyna*, [w:] P. Dobrosielski, J. Kowalska-Leder, *Ślady holokaustu w imaginarium kultury polskiej*, [maszynopis]. Publikacja powstaje w ramach grantu NPRH o tym samym tytule, nr ref. 11H 12 013481.

ascetycznie urządzonym gabinecie nieopodal zacinającego się ekspresu do kawy, dystrybutora wody mineralnej i stołu zawałonego stertą papierów. Dziennikarskie pióro z łatwością prześliznęło się nad nieuchronnym skojarzeniem Żyda-wyzyskiwacza ze współczesnym lichwiarzem. Krwiopijca (co prawda przesądny i chory na stwardnienie rozsiane, ale jednak bezwzględny) ma na ścianie krwiopijcę, który pomaga mu w szemranych interesach.

Obrazek „Żyda z pieniążkiem” stanowi łatwy do przeoczenia fenomen polskiego pejzażu kulturowego, a zarazem przedmiot dociekań i sporów coraz liczniejszej grupy badaczy kultury. W paradoksalny sposób znajduje się zarazem w centrum współczesnego polskiego dyskursu holokaustowego – koncentrując symbole i wyobrażenia, o które toczą się spory w jego ramach – jak i poza nim, w swej amatorskiej, kiczowatej, często wręcz nieporadnej formie konsekwentnie ignorując własne zakorzenie w wielowiekowej historii uprzedzeń religijnych, rasowych i klasowych.

Można więc powiedzieć, że produkcja, obieg i rytuały wykonywane na wizerunku stanowią jeden z przykładów kultury wernakularnej w Polsce, który da się opisać właściwie na wszystkich wymienionych we wstępnym tekście teoretycznych osiach. Wizerunek wyłonił się samoistnie i oddolnie na styku systemowo złożonego społeczeństwa i ograniczonego horyzontu indywidualnego doświadczenia. Stanowi rodzaj wyobrazeniowego mostu przerzuconego między głośnymi debatami publicznymi i zawłościami kapitalistycznych przepływów pieniężnych z jednej strony, a z drugiej – dobrze oswojonymi, poręcznymi obrazami i działaniami znajdującymi się w zasięgu wpływu jednostek.

Obrazek „Żyda z pieniążkiem” to jeden z wielu polskich przesądów, związanych z powodzeniem finansowym – oprócz na przykład chuchania na banknoty i monety, unikania kładzenia torebki na podłodze czy noszenia w portfelu łusek wigilijnego karpia. Z punktu widzenia przyjętej perspektywy teoretycznej można potraktować cały zespół zabobonów finansowych jako wernakularną reakcję na kolektywne wyobcowanie społeczeństw z coraz bardziej złożonego kapitalistycznego obrotu gospodarczego. Analizowany wizerunek jest wyjątkowy z powodu jego stosunkowo niedawnej genezy – można powiedzieć, że wraz z „Żydem z pieniążkiem” Polacy weszli po 1989 roku w nowoczesne globalne powiązania finansowe. Pojawienie się ponadnarodowych korporacji, odbierających państwom suwerenność; transakcje giełdowe wykonywane przez komputery za pośrednictwem skomplikowanych algorytmów; nowe media generujące nowego rodzaju przemysł rozrywkowy; coraz bardziej złożone prawodawstwo w tej dziedzinie czy stopa zwrotu z kapitału wyższa niż wzrost gospodarczy – to tylko niektóre zjawiska, które przyniosło w Polsce ostatnie ćwierćwiecze i które wzmocniły tradycyjną kapitalistyczną alienację związaną z kreacją pieniądza, podziałem pracy czy koncentracją środków produkcji. Przesądy – jako praktyki kultury wernakularnej – stanowią reakcję na to wyobcowanie, próbują osadzić skomplikowany i niezrozumiały świat z powrotem w ramy indywidualnego doświadczenia i sprawstwa. Z tego punktu widzenia „szczęście w interesach” czy „powodzenia finansowe” to kategorie swojskie i bliskie,



z pewnością łatwiej dostępne poznawczo niż migoczące indeksy światowych giełd. Zapewniają egzystencjalne bezpieczeństwo i poczucie wpływu na własne życie.

W tekście omówię szerzej związek wernakularnego wizerunku „Żyda z pieniążkiem” z systemowo złożonym dyskursem naukowym i publicystycznym o antysemityzmie. W pierwszej części artykułu przyjrę się zakorzenieniu wizerunku w historii uprzedzeń oraz współczesnej debacie naukowej i publicystycznej na ten temat. W drugiej części przedstawię wyniki zaprojektowanych przeze mnie badań ilościowych, analizujących zasięg i dokładny kształt praktyk związanych z obrazami „Żyda z pieniążkiem”. W części trzeciej, podsumowującej, pokażę, w jaki sposób proponowana przez nas koncepcja kultury wernakularnej pozwala przedstawić w nowym świetle tezy stawiane przez badaczy, jak i wyniki badań ilościowych.

„Żyd z pieniążkiem” – wizerunek i debata

Kojarzenie Żydów z pieniędzmi, interesami i oszustwami ma długą tradycję w imaginariu kultury polskiej. Żyd bowiem to „człowiek, którego religią pieniądz; szachraj, handlarz, kramarz, tandeciarz, człowiek wyrachowany, lichwiarz, kutwa, skąpiec, chciwiec, zdzierca, wyzyskiwacz”, jak podaje *Słownik języka polskiego* z 1927 roku³. Judasz, Żyd paradygmatyczny, zdradził Jezusa za 30 srebrników – reaktualizowanie przez chrześcijaństwo tego epizodu w historii zbawienia dało początek stereotypowi Żyda jako nadmiernie chciwego handlarza i parającego się lichwą wyzyskiwacza. Żydzi mieli zarabiać kosztem narodów, pośród których mieszkali i gromadzić niezmierzone bogactwa w złocie.

Odbywało się to zresztą na zasadzie samospełniającego się proroctwa – wedle Léona Poliakova Żydzi rzeczywiście potrzebowali mnóstwo pieniędzy, żeby przeżyć w chrześcijańskim świecie⁴. Musieli bowiem okupywać się przed pogromami, wypędzeniami i szantażami, ale także dodatkowo płacić za zwyczajne praktyki życia codziennego – podróżowanie, zawieranie transakcji, wyznawanie swojej religii itd. Co więcej, zajmowali się handlem i lichwą, ponieważ podejmowania wszystkich innych zajęć (posiadania i uprawy ziemi, rzemiosła i innej wytwórczości) stopniowo im w Europie zakazywano. Przywilej pożyczania na procent kupowali od papieży i królów, a gromadzili gotówkę, ponieważ tylko w ten sposób mogli starać się chronić swoje majątki przed konfiskatą w czasie wypędzeń. Choć pośród społeczności żydowskich panowały ogromne różnice majątkowe, choć na polu handlu i lichwy mierzyli się z chrześcijańską konkurencją, choć sami bywali regularnie grabieni, to Żydzi zostali trwale skojarzeni z pieniędzmi w imaginariu kultury europejskiej mocą pracującego na zasadzie mitycznej stereotypu⁵.

3 J. Karłowicz, A. Kryński, W. Niedźwiedzki, *Słownik języka polskiego*, Państwowy Instytut Naukowy, Warszawa 1953 [1927], t. Z-Ż, s. 732, cyt. za: J. Tokarska-Bakir, *Legends o krwi. Antropologia przesądu*, W.A.B., Warszawa 2008, s. 43.

4 Zob. L. Poliakov, *Historia antysemityzmu*, t. 1, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2008, s. 269 i n.

5 Por. B. Keif, *Antysemityzm. Niezamknięta historia*, Czarna Owca, Warszawa 2013, s. 48–52.



Wizerunek „Żyda z pieniążkiem” wpisuje się, zdaniem Bożeny Keff⁶, w ciąg antysemitycznych klisz, które wydała kultura europejska – Żyda-diabła, Żyda-czarownika, Żyda-kapitalisty, Żyda-bolszewika itd. Wieszanie tego obrazka w domach, biurach, barach, różnych punktach usługowych, hotelach, kancelariach adwokackich, stacjach benzynowych, warsztatach, bankach, a nawet koszernych restauracjach czy sklepikach przy synagogach i żydowskich muzeach, stało się – wedle Joanny Tokarskiej-Bakir – szeroko rozpowszechnioną praktyką współczesnej polskiej kultury, unikatowym, specyficznym polskim produktem regionalnym⁷. Choć obrazek pojawił się w polskim pejzażu kulturowym na początku lat 90. XX wieku, to ostatnie lata przyniosły znaczny wzrost popularności tego wizerunku.

Hasła „żyd” lub „żydek”, wpisane w wyszukiwarkę Google Grafika dają w pierwszych kilku stronach wyników przede wszystkim obrazy „Żyda z pieniążkiem”. Na największym polskim portalu aukcyjnym Allegro codziennie pojawia się około 80 nowych aukcji tego przedmiotu, stale jest ich tam prawie tysiąc. Jak podaje Jan Gebert, w krakowskich sukiennicach w lipcu 2013 roku wystawiono do sprzedaży 177 tego typu obrazów (dla porównania, wizerunków Smoka Wawelskiego – 67)⁸. Obraz można kupić nie tylko w internecie, ale również w stacjonarnych punktach sprzedaży na terenie całej Polski – poza sukiennicami także w markecie budowlanym Leroy Merlin, w kwaciarniach, na targowiskach, sklepach papierniczych, ze starociami, pamiątkami itd.

Malowidło przedstawia zazwyczaj ortodoksyjnego starego Żyda w jarmulce i z pejsami (postać typu ojcowskiego, mędrzec, patriarcha), trzymającego w rękach atrybuty w postaci sakiewki pełnej pieniędzy i złotej monety, stanowiącej obiekt jego kontemplacji – jednocześnie podziwia zgromadzone bogactwo i prezentuje je widzom, często patrząc im prosto w oczy. Wokół postaci o dobrotliwym, łagodnym i cierpliwym wyrazie twarzy, siedzącej za drewnianym stołem, może znajdować się również szereg atrybutów-emblematów powszechnie kojarzonych z oszczędnością, skąpstwem, zapobiegliwością w interesach, przezornością, rozważą i dalekowzrocznością: cytryna, księga, kałamarz, rachunki, mysz, ćma, lampa oliwna itd. Oprócz nich obraz często zawiera też stereotypowe elementy związane z Żydami, „żydowskością”, żydowską kulturą i religią nierzadko czerpiące z antysemitycznego imaginarij – wokół postaci znajdujemy zatem czosnek, cebulę, religijne szaty⁹ czy pisma po hebrajsku, a sam starzec może mieć karykaturalnie powiększony nos. Całość utrzymana jest w stonowanej kolorystyce, najczęściej wykonana techniką oleodruku, choć czasem również malowana farbami olejnymi na płótnie, oprawiona w złotą ramkę – kiczowatą realistyczną konwencją przypomina zwyczajne dewocjonała czy popularne landszafty, choć ciemne barwy i punktowe źródła światła (świeca, lampa

6 B. Keff, *Żyd o imieniu Żyd*, „Rzeczpospolita” 19.05.2012, s. 24.

7 J. Tokarska-Bakir, *Żyd z pieniążkiem*, [w:] *PL: tożsamość wyobrażona*, red. J. Tokarska-Bakir, Czarna Owca, Warszawa 2013, s. 17.

8 J. Gebert, *Żydki polskie*, [w:] E. Lehrer, *Na szczęście to Żyd*, Korporacja Ha!art, Kraków 2014, s. 203.

9 Co można odczytać również jako specyficzne szyderstwo z judaizmu, gdzie ściśle oddziela się sferę religijną i gospodarczą, a liczenie pieniędzy w szatach liturgicznych zostałyby uznane za bluźnierstwo.



„ŻYD Z PIENIĄŻKIEM” JAKO PRAKTYKA POLSKIEJ KULTURY WERNAKULARNEJ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆

oliwna, małe okienko) mają potęgować roztaczaną przez wizerunek atmosferę tajemniczości. W ogłoszeniach sprzedawcy podają najczęściej, że obraz jest pracą studenta lub absolwenta ASP, jednak wizerunki często sprawiają wrażenie wykonanych przez artystę-samouka. Czasem Żyd „wychodzi” z obrazu i przybiera postać drewnianej figurki, poręcznego talizmanu, ale także magnesu na lodówkę, breloczka czy haftu.

Zrekonstruowane przez Tokarską-Bakir, na podstawie forów internetowych, praktyki magiczne, odprawiane przy użyciu „Żyda z pieniążkiem”, są złożone i różnorodne. Obraz należy otrzymać w prezencie – kupiony na własność nie będzie spełniał swojej roli. Powiesić w przedpokoju, za ramkę włożyć grosik, co jakiś czas (co roku, co sobotę, gdy przyjdzie bieda) odwracać do góry nogami, aby wypadły mu z kieszeni zgromadzone pieniądze i trafiły do prawowitego ich właściciela. Żyd ma za zadanie przynosić szczęście, dostatek i powodzenie w interesach. Jeśli nie wywiązuje się ze swoich obowiązków lub – co gorsza, choć czasem się to zdarza – przynosi pecha, należy wizerunek zniszczyć, najlepiej poprzez spalenie w piecu¹⁰. Przejawiana przez talizman typowa „żydowska niewdzięczność” może wynikać z niezrozumienia przez użytkowników obrazka przedwojennych przysłów, często przywoływanych w kontekście tej praktyki. Pierwsze z nich to „Żyd w sieni, pieniądze w kieszeni”, które oznaczało oryginalnie, że jeśli ktoś chciał zachować swoje bogactwo, nie powinien wpuszczać Żyda do domu, zatrzymując gościa w sieni, inaczej ten niechybnie odebrałby owoce ciężkiej pracy Polaków. Tokarska-Bakir pisze w tym kontekście, że „mocą skojarzeń związanych z historią najnowszą przysłowie nabiera gorzkiego sensu jako refleks wojennego bogacenia się Polaków na przechowywanych Żydach [...]”¹¹. Drugie z przysłów – „kto nie ma w domu Żyda – temu bida” jest przekształceniem powiedzenia „kiedy bida, to do Żyda”, które odwołuje się do negatywnych skojarzeń z zapożyczaniem się u żydowskiego bankiera-lichwiarza lub kupowaniem na kredyt u żydowskiego handlarza. W kraju, którego mieszkańcy w sensie materialnym i cywilizacyjnym zyskali na zniknięciu Żydów¹², ten obrazek może wydawać się groteskowy, jako demoniczność oswojona za pomocą trywialności i folkloru¹³.

„Dawni Żydzi krwiopijcy wracają jako opiekuńcze duchy Polaków!”¹⁴ – ogłasza więc badaczka, wpisując tę praktykę w znaną etnografom tradycję domowych demonów (skrzatów, chobołdów, kłobuków, płonków, sporyszy itp.) i zwracając

10 „Po kilku miesiącach wiszenia w przedpokoju po prostu puścił nas z torbami. Mój mąż wrzucił go do pieca i nawet ramki nie pozwolił zostawić”. Cytat z jednego z forów internetowych za: J. Tokarska-Bakir, *Żyd z pieniążkiem*, dz. cyt., s. 27.

11 Tamże, s. 28.

12 Zob. *Klucze i kasa. O mieniu żydowskim w Polsce pod okupacją niemiecką i we wczesnych latach powojennych, 1939–1950*, red. J. Grabowski, D. Libionka, Stowarzyszenie Centrum Badań nad Zagładą Żydów, Warszawa 2014. Zob. na ten temat też: A. Leder, *Prześlona rewolucja*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2014, rozdz. *Żydzi: „Dostreżenie i uznanie faktu przejmowania własności żydowskiej przez ludność polską jest uderzające na takiej zasadzie, na jakiej uderza oczywistość logiczna”*, tamże, s. 80.

13 Tamże, s. 30.

14 J. Tokarska-Bakir, *Żyd z pieniążkiem podbija Polskę*, „Gazeta Wyborcza” 18.02.2012, s. 17.





PAWEŁ DOBROSIELSKI

uwagę, że istoty te chronią tymczasem oczyszczone z Żydów polskie domy. Interpretuje tę praktykę równocześnie w duchu psychoanalitycznym, jako „powrót wypartego” – odwołując się do Freudowskiej koncepcji „mordu żołądzielskiego” Tokarska-Bakir traktuje wizerunek „Żyda z pieniążkiem” jako totem współczesnych Polaków, którzy uwewnętrzniają w ten sposób poczucie winy za współdziałanie w ograbieniu i wymordowaniu polskich Żydów. Badaczka odkrywa w ten sposób w irracjonalnej na pozór praktyce magicznej racjonalność psychoanalityczną, która logikę pragmatycznej rzeczywistości zastępuje logiką mitu. Ta diagnoza, opublikowana w weekendowym wydaniu „Gazety Wyborczej”, wywołała drwiny i oburzenie. Paweł Jędrzejewski z Forum Żydów Polskich zaoferował konkurencyjną interpretację tego zjawiska kulturowego. Odrzucając hipotezy o antysemitycznej wymowie „Żyda z pieniążkiem”, wskazuje na neutralność aksjologiczną chęci szybkiego bogacenia się, na pozytywne konotacje związane ze skrupulatnym i fachowym Żydem oraz na nadreprezentatywnie wysokie dochody współczesnych amerykańskich Żydów. Dodał również, że antropologia kultury jest bardzo odległa od nauk ścisłych, w której liczy się przede wszystkim błyskotliwy pomysł oraz gdzie nie ma definitywnej prawdy i nieprawdy¹⁵. Z kolei Ludwik Stomma dowodzi, że już „parę tysięcy razy” udowodniono, że nigdy nie istniały żadne religie totemiczne, a myśl Freuda została tymczasem skutecznie „utemperowana”¹⁶. „Kiedy czytelnicy dawno zapomną o Ludwiku Stommie, kolejni wciąż będą sobie przypominać o Zygmuncie Freudzie” – replikowała Joanna Tokarska-Bakir¹⁷. Badaczka pouczyła także Stommę, że wiedeńskiego mistrza czyta się obecnie inaczej niż za Gomułki, a on sam – jako „mastodont” antropologii – miał wielokrotnie okazję do przeanalizowania antysemitycznych praktyk, z czego z niewiadomych względów nie skorzystał. Poza artykułami Joanny Tokarskiej-Bakir interpretację „Żyda z pieniążkiem” podjęła antropolożka Erica Lehrer w książce *Na szczęście to Żyd*¹⁸. Publikacja ta stanowi rozszerzoną wersję katalogu wystawy „Pamiętka, Zabawka, Talizman”, która odbyła się w 2013 roku w Muzeum Etnograficznym w Krakowie, zorganizowana we współpracy z krakowskim Festiwałem Kultury Żydowskiej. Lehrer, jako kuratorka wystawy, chciała pokazać rzeźby i obrazki w całej ich złożoności, a jednocześnie uniknąć naturalizowania ich „niepokojących własności”¹⁹. Punktem wyjścia dla tak pomyślanej wystawy była konstatacja, że we współczesnej Polsce jest więcej figurek i wizerunków przedstawiających Żydów niż samych Żydów. Fotografie i przedstawienia zostały na niej zestawione z jednej strony z kuratorskimi opisami i interpretacjami, a z drugiej – z podobnymi fenomenami polskiej kultury tradycyjnej. Książkę wieńczy kolekcja listów, które oburzeni tą praktyką Żydzi z całego świata wysyłali do polskich władz.

15 P. Jędrzejewski, *Mam inny pogląd na Żyda z pieniążkiem*; <http://fzp.net.pl/opinie/mam-inny-pogląd-na-zyda-z-pieniazkiem> (25 lutego 2015).

16 L. Stomma, *Bakir z pieniążkiem*, „Polityka” 11/2012, s. 65.

17 J. Tokarska-Bakir, *Jesień patriarchy*, „dwutygodnik.com” 78/2012.

18 *Na szczęście to Żyd*, dz. cyt. Książkę uzupełnia strona internetowa luckyjews.com, zawierająca na bieżąco aktualizowaną kolekcję antysemitycznych wizerunków.

19 Tamże, s. 15.





„ŻYD Z PIENIĄŻKIEM” JAKO PRAKTYKA POLSKIEJ KULTURY WERNAKULARNEJ



„Własności” tego wizerunku niepokoją jednak przede wszystkim badaczy i publicystów, ogółowi Polaków praktyka wieszania „Żyda z pieniążkiem” wydaje się chyba raczej sympatyczna, związana z nieszkodliwym zabobonem i pozytywnym stereotypem żydowskości. Wyrażane przez akademików zaniepokojenie²⁰, związane z rozpowszechnieniem tej praktyki, jej możliwymi ukrytymi sensami oraz utrwalanymi przez nią stereotypami nie powstrzymują Polaków przed produkowaniem, kupowaniem i używaniem „Żyda z pieniążkiem”. Ekspercka debata odbywa się bowiem w zamkniętym systemowym obiegu specjalistycznej wiedzy przywołującej kontekst złożonej i wielowątkowej historii antysemickich uprzedzeń, którą można uznać za zamkniętą w odniesieniu do realnej pragmatyki społecznej, choć wciąż oddziałującą na poziomie społecznego imaginariu. Nieco światła na rzeczywisty zasięg tej praktyki mogą rzucić ankietowe badania ilościowe, których założenia i wstępne wyniki przedstawiam poniżej.

Wstępne wyniki badań ilościowych

Badanie zostało przeprowadzone telefonicznie na liczącej pięćset sześciu respondentów reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków, dobranych metodą kwotową wedle płci, wieku, wykształcenia i miejsca zamieszkania na przełomie maja i czerwca 2015 roku przez Pracownię Biura Badań Społeczno-Ekonomicznych BBS-E Wiesława Zająca, a zaprojektowane przez Pawła Dobrosielskiego (IKP UW), Piotra Majewskiego (SWPS) i Justynę Nowak (SWPS). Jego głównym celem było ustalenie rozpoznawalności obrazu „Żyda z pieniążkiem” i znajomości praktyk, jakie wykonywane są na tym wizerunku.

Ankietowani zostali poinformowani, że badanie dotyczy przesądności wśród Polaków, a pierwsze dwa pytania brzmiały „Czy jest Pan/i przesądny/przesądna?” oraz „Czy posiada Pan/i przedmioty przynoszące szczęścia lub chroniące przed nieszczęściami (np. podkowa, czterolistna koniczyna, słonik, inne talizmany)?” Na pierwsze z pytań uzyskano prawie 40% odpowiedzi „tak”, na drugie – 43%. Te wyniki są nieco niższe od uzyskanych w ostatnim badaniu CBOS-u na temat przesądności, w którym ponad połowa (54%) dorosłych Polaków zadeklarowała wiarę w co najmniej jeden z podanych przesądów²¹. Ankietowanych zapytano także o wyznanie i praktyki religijne – 87% respondentów wskazało religię rzymskokatolicką; 43% deklaruje regularne praktykowanie, a 36% – nieregularne.

20 Zob. na ten temat również E. Hauser, *Zwolennik „politycznej poprawności” odwiedza Polskę*, [w:] *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, red. M. Czyżewski, K. Dunin, A. Piotrowski, Ośrodek Badań Społecznych, Warszawa 1991, s. 37–55; B. Pabian, *Nadzieja na szczęście? Portret Żyda w domach częstochowskich*, „Literatura Ludowa” 2/2008, s. 39–49; E. Klekot, *Żyd na szczęście*, „Zbiór wiadomości do antropologii muzealnej” 2/2015, s. 211–220.

21 Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (256) przeprowadzono w dniach 8–14 września 2011 na liczącej 1077 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski. Zob. *Przesady wciąż żywe*, komunikat z badań CBOS, październik 2011, BS/130/2011.



Na główne – z punktu widzenia badaczy – pytanie ankiety, „Czy kiedykolwiek widział/a Pan/i wizerunek (obrazek), przedstawiający postać Żyda, trzymającego w ręku złotą monetę lub sakiewkę?”, twierdzącej odpowiedzi udzieliło 65% badanych, co pozwala potwierdzić przekonanie przywoływanych wyżej akademików i dziennikarzy o szerokiej rozpoznawalności tej praktyki kulturowej. Co ciekawe, najwyższą rozpoznawalność (80%) wizerunek ma w grupie, która ocenia swoją sytuację materialną jako dobrą, choć jako taką deklarują ją jedynie 29% respondentów. Z kolei, znajomość „Żyda z pieniążkiem” wydaje się niezależna od wieku – w grupach 18–24 lata, 25–39 lat, 40–60 lat oraz powyżej 60 lat procentowe wyniki rozpoznawalności układają się odpowiednio 63%, 67%, 66%, 62%. Natomiast obrazek widziało kiedykolwiek nieco więcej kobiet niż mężczyzn – 69% do 60%. Najwyższą rozpoznawalność wizerunku zanotowano pośród osób z wyższym wykształceniem – 74%, wobec 63% ze średnim oraz odpowiednio 65% z podstawowym i 56% z zasadniczym zawodowym.

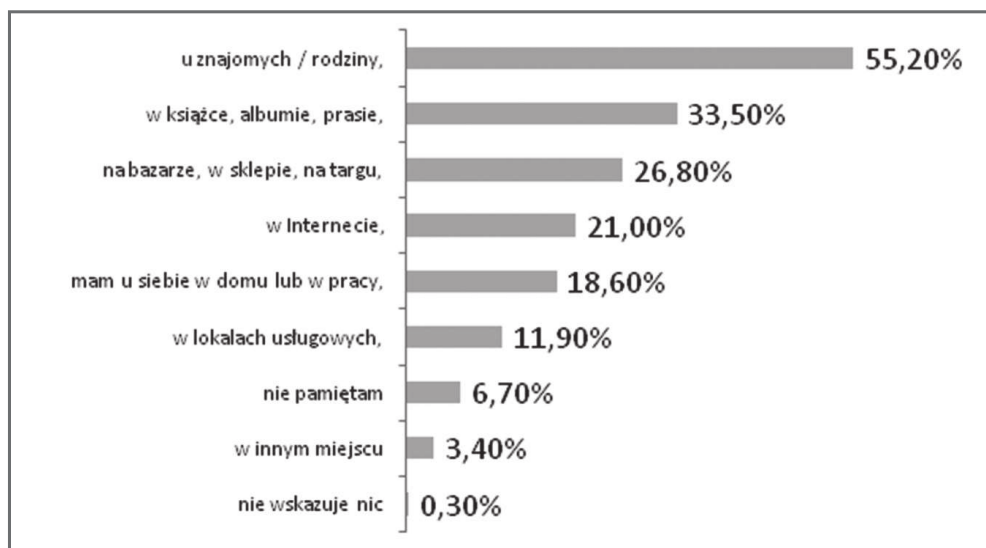
Niezależność rozpoznawalności od wieku może być wyjaśniona faktem, że wieszanie na ścianie „Żyda z pieniążkiem” jest stosunkowo niedawno powstałą praktyką kulturową, które choć ma różnorodne zakorzenienia i źródła historyczne, to sama wyłoniła się nagle, nie została przekazana generacyjnie i dotknęła w równej mierze wszystkich pokoleń. Natomiast osoby oceniające swoją sytuację materialną jako dobrą to zapewne takie, które poświęcają jej wiele czasu, uwagi i energii, dla których bogacenie się stanowi ważny życiowy cel – stąd, być może, również zainteresowanie i aktywne poszukiwanie przesądów związanych z pieniędzmi i finansami. Z kolei osoby z wyższym wykształceniem mają zapewne wyższe kompetencje kulturowe do wyróżniania i identyfikowania poszczególnych elementów rzeczywistości społecznej, na przykład symbolicznych wizerunków. Różnicę genderową można porównać z przywoływanym już badaniem CBOS-u na temat przesądności, który wskazywał, że stosunek do przesądów jest w istotny sposób zróżnicowany przez płeć badanych – o występowaniu pewnych magicznych przedmiotów, sytuacji lub zachowań częściej przekonane są kobiety niż mężczyźni²².

Na pytanie „Gdzie Pan/i widział/a wizerunek Żyda, trzymającego w ręku złotą monetę?” otrzymano następujący rozkład odpowiedzi (ankietowani mogli wybrać więcej niż jedno wskazanie z listy):

22 Przesady wciąż żywe, dz. cyt.



„ŻYD Z PIENIĄŻKIEM” JAKO PRAKTYKA POLSKIEJ KULTURY WERNAKULARNEJ



Ryc. 1. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Gdzie Pan/i widział/a wizerunek Żyda, trzymającego w ręku złotą monetę?”

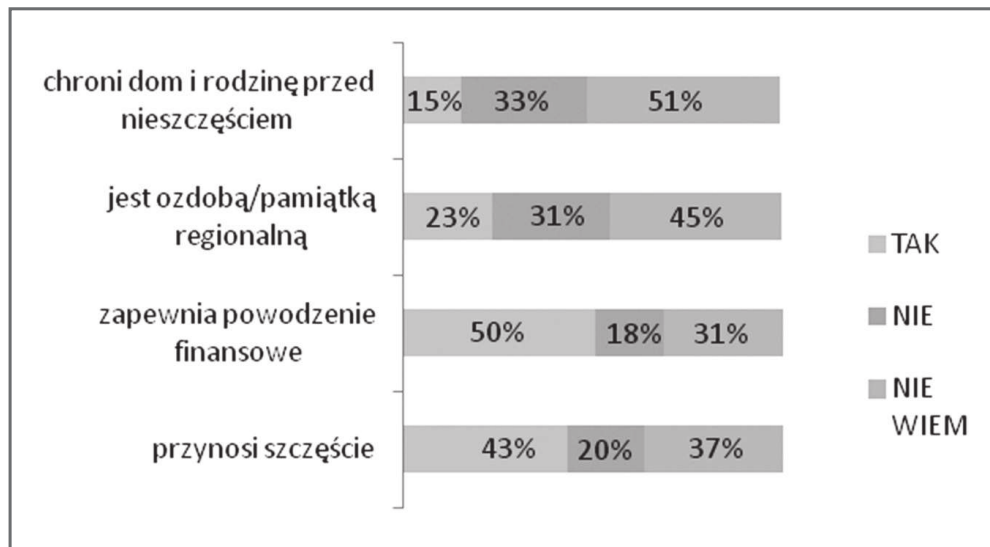
Większość ankietowanych deklaruje, że widziała „Żyda z pieniążkiem” powieszoną na ścianie w domu rodziny lub znajomych, natomiast stosunkowo niewielu przyznaje się do posiadania takiego wizerunku u siebie – zwłaszcza w zestawieniu z innymi przedmiotami przynoszącymi szczęście lub chroniącymi przed nieszczęściem (19% do 43%). Trudno jednak na tej podstawie z całą pewnością wnioskować o tym, że „Żyd z pieniążkiem” miałby być bardziej wstydlivym talizmanem niż słońnik, czterolistna koniczynka czy podkowa, choć jest to hipoteza warta dalszego zbadania. Dziwić może stosunkowo niewielki odsetek ankietowanych, którzy widzieli obrazek w sprzedaży stacjonarnej (sklepy, bazy, targowiska), w internecie, lokalach usługowych czy restauracjach (odpowiednio 27%, 21% i 12%), choć teza o jego rzekomej wszechobecności w przestrzeni publicznej pojawiła się właściwie we wszystkich omawianych w pierwszej części artykułu wypowiedziach naukowych, eseistycznych i publicystycznych. Wytlumaczeniem takich wyników rozpoznawalności w tych kanałach obiegu może być, z jednej strony, natłok bodźców wizualnych w takich miejscach, który utrudnia dostrzeżenie i rozpoznanie niewielkiego najczęściej obrazu, a z drugiej – że ich klienci przychodzą tam najczęściej z inną intencją i potrzebą niż zakup lub podziwianie wizerunku, stąd mogą na niego nie zwrócić uwagi.

Badani zostali również poproszeni o wybranie z dostępnej listy możliwych sensów przypisywanych temu obrazowi – na pytanie o działanie „Żyda z pieniążkiem” otrzymano następujący rozkład odpowiedzi:





PAWEŁ DOBROSIELSKI



Ryc. 2. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy według Pana/Pani wizerunek Żyda, trzymanego w ręku monetę”.

Jak widać, zdecydowanie więcej osób rozpoznaje wizerunek niż wie, do czego on służy – choć odpowiedź „zapewnia powodzenie finansowe” była wybierana najczęściej, to jedynie połowa ankietowanych kojarzyła „Żyda” z „pieniążkiem”. Podobnie niskie wyniki uzyskano w pytaniu, mającym zbadać rozpoznawalność praktyk, które czynione są na wizerunku, a które po raz pierwszy zostały zrekonstruowane przez Joannę Tokarską-Bakir na podstawie kwerendy internetowej:



Ryc. 3. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Co według Pana/Pani ludzie robią, żeby ten wizerunek zadziałał?”.





„ŻYD Z PIENIĄŻKIEM” JAKO PRAKTYKA POLSKIEJ KULTURY WERNAKULARNEJ



Co więcej, jedynie 16% respondentów kiedykolwiek wykonało którąś z powyższych czynności – zapewne najczęściej powieszenie na ścianie u siebie w domu (19% badanych potwierdziło, że posiada ten wizerunek). Jedynie 26% uważa również, że obrazek powinien być otrzymany w prezencie, żeby zadziałał. Wydaje się, że niska znajomość oraz popularność magicznych rytuałów czynionych na wizerunku – skontrastowana z wysoką rozpoznawalnością „Żyda z pieniążkiem” – może wynikać z krótkiego rodowodu tego przesądu, który nie zdążył się jeszcze ugruntować jako praktyka automatyczna. Zmienną, która różnicuje zarówno znajomość praktyk, jak i ich wykonywanie, jest płeć ankietowanych – wśród kobiet otrzymano znacząco wyższe wyniki na obydwie pytania niż wśród mężczyzn, co pokrywa się z ogólnie wyższą przesądnością kobiet niż mężczyzn w polskim społeczeństwie. Podobnie wyższe wyniki w tych dwóch obszarach – analogicznie jak w pytaniu o rozpoznawalność samego wizerunku – odnotowano w przypadku osób określających swoją sytuację materialną jako dobrą w porównaniu do badanych, którzy uznali ją za średnią lub złą. Natomiast takie wskaźniki jak wiek czy wykształcenie nie wpływają na wiedzę o znaczeniu obrazu oraz o wykonywanych na wizerunku praktykach.

Hipotezę o słabym ugruntowaniu praktyki w polskim kontekście kulturowym wzmacnia porównanie z wykonywaniem przez Polaków innych praktyk uznawanych z przesądne – choć 46% badanych nie wierzy w żaden znak zwiastujący pomyślność lub wróżący pecha, to jednocześnie jedynie 14% nie ulega ani jednej praktyce uznawanej z przesadną, a 39% zadeklarowało, że stosuje się do reguł co najmniej pięciu przesądnych praktyk²³. Mowa tu na przykład o trzymaniu kciuków, łapaniu się za guzik na widok kominiarza czy unikaniu witania się przez próg. Można jednak uznać, że tego typu zabiegi zdążyły już wejść do codziennego obiegu praktyk kulturowych – natomiast wykonywanie czynności na obrazie wciąż może być uznawane za działanie *par excellence* magiczne.

Badanie kończył zespół pytań związanych z uprzedzeniami antysemickimi – z jednej strony o wpływ Żydów na sytuację w Polsce, a z drugiej – o liczbę Żydów w polskim rządzie. Pierwsze z nich zostało zapożyczony z badań nad antysemityzmem w Polsce przeprowadzonych w 2002 i 2010 roku przez prof. Antoniego Sułka. W tych badaniach na pytanie, czy Żydzi mają zbyt duży wpływ na sprawę naszego kraju, otrzymano odpowiedzi twierdzące odpowiednio w 43% i 22%, co pozwoliło autorom na sformułowanie tezy o zmniejszaniu się zasięgu i siły niechęci do Żydów oraz antysemickich uprzedzeń²⁴. W naszym badaniu odsetek odpowiedzi „tak” wynosi 33% – wzrasta wraz z wiekiem i gorszą sytuacją materialną, natomiast maleje przy wyższym wykształceniu; wskazanie jest także nieco wyższe w przypadku mężczyzn (36%) niż kobiet (30%). Z kolei na pytanie o liczbę Żydów w polskim rządzie średnia odpowiedź wynosi osiemnastu (z odchyleniem standardowym 21).

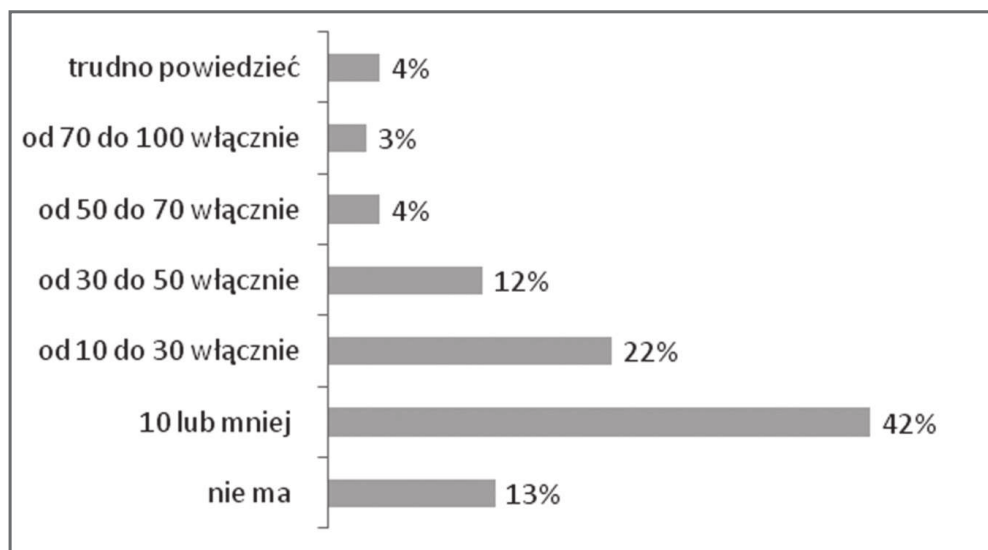
²³ Tamże.

²⁴ A. Sułek, „Władza Żydów” i władza stereotypu 2002–2010, [w:] *Tożsamość, nowoczesność, stereotypy*, red. R. Dopierała, K. Kaźmierska, Wydawnictwo NOMOS, Kraków 2012.





PAWEŁ DOBROSIELSKI



Ryc. 4. Rozkład odpowiedzi na pytanie „Ilu według Pana/Pani – szacunkowo jest w polskim rządzie Żydów?”.

Objętość niniejszego tekstu nie pozwala na przedstawienie wszystkich krostabulacji oraz korelacji statystycznych badanych zmiennych. Pełne wyniki badania zostaną opublikowane w osobnym raporcie. Jednak zaprezentowana tu szkicowa analiza dyskursu naukowego i prasowego oraz wstępne wyniki badań ilościowych pozwalają na uznanie cyrkulacji wizerunku „Żyda z pieniążkiem” w polskim społeczeństwie za praktykę wernakularną.

„Żyd z pieniążkiem” jako fenomen kultury wernakularnej

Przez ostatnie piętnaście lat (od czasu wydania *Sąsiadów* Jana Tomasza Grossa) debaty publiczne na temat antysemityzmu, stosunku Polaków do Żydów w czasie i po II wojnie światowej, polskiej winy za zbrodnie popełniane na obrzeżach Zagłady itd. toczyły się głównie w gronie elit symbolicznych – naukowców, dziennikarzy, polityków, duchownych i innych osób publicznych. Mieliśmy więc do czynienia ze skomplikowaną problematyką związaną zarówno z historiografią, jak i pamięcią zbiorową, która owocowała wieloma publikacjami specjalistycznymi oraz debatami prasowymi i telewizyjnymi. Złożoność tego dyskursu sprawiała, że z punktu widzenia laika, osoby, która aktywnie w nim nie uczestniczyła, trudno było zrozumieć wszystkie argumenty, zważyć wszystkie racje czy porównać ze sobą interpretacje. Polegano zatem, jak to się zazwyczaj w takich przypadkach dzieje, na opinii autorytetów, jednak intensywność afektywna tych dyskusji, wynikła z nich silna polaryzacja społeczna, a także inne zjawiska związane z polityką historyczną państwa oraz istotnością pierwszego polskiego *memory boomu* nie pozwoliła utrzymać tych dyskusji i ich recepcji na poziomie czysto intelektualnym. Z tej perspektywy można potraktować „Żyda z pieniążkiem” jako wernakularną, nieautonomiczną i amatorską reakcję na złożony system polskiego dyskursu pamięci.



Kiczowate i nieudolne przedstawienia malarskie, odwołujące się z jednej strony do stereotypów na temat „żydowskości”, a z drugiej – do lokalnego, tutejszego i oswojonego repertuaru znaków ludowych²⁵, stanowią twórczość amatorską, wykonywaną przede wszystkim przez artystów-samouków, dorabiających studentów czy niewielkie firmy. Tworzony niskim nakładem środków i dla niewyrafinowanego estetycznie odbiorcy obrazek ma niski próg wejścia pozwalający na uczestnictwo w praktyce – koszt wydruku na płótnie to około 30–50 zł, choć malowany farbami olejnymi kosztuje już przeciętnie kilkaset złotych, jak wynika z ogłoszeń na portalu Allegro.pl. Większość dyskursu na temat tego wizerunku toczy się na niespecjalistycznych forach internetowych, za pośrednictwem demokratycznych i szeroko dostępnych kanałów komunikacji, a zatem w obiegu pozasystemowym, niezależnym od prasy, telewizji czy wpływu elit symbolicznych. „Żyd z pieniążkiem” wyraża więc kolektywne doświadczenie społeczne niezapośredniczone przez systemy eksperckie. Jest także szeroko rozpoznawalny – kojarzy go aż 65% dorosłych Polaków, z których ponad połowa (55%) widziała obrazek u kogoś w domu, funkcjonuje on więc raczej w kontekście rodzinnym czy familiarnym.

Zrelacjonowana i przeanalizowana powyżej debata ekspertów na temat krążenia tego wizerunku odnosi się nie tylko do zabobonnej i podszytej antysemityzmem praktyki społecznej, ale sama również zwiększa jego dostrzegalność, na co wskazywałyby wyższe wyniki rozpoznawalności „Żyda z pieniążkiem” wśród grupy lepiej wykształconej oraz postrzegającej swoją sytuację materialną jako dobrą, a także stosunkowo wysoki odsetek (34%; druga pozycja po rodzinie i znajomych, więcej niż w internecie, sklepie czy lokalach usługowych) wskazań na książkę, album i prasę jako źródło wiedzy o tym obrazku.

„Żyd z pieniążkiem” wykorzystuje antysemitcki stereotyp, kojarzący Żydów z pieniędzmi, jednak odwraca jego wymowę, oswaja, nadaje mu pozytywne znaczenie i obarcza zadaniem wspierania współczesnych Polaków w dążeniu do bogactwa. Scena, która rozgrywa się na obrazie oraz sposób jej malarskiego oddania – postać w umeblowanym wnętrzu, otoczona przedmiotami codziennego użytku, jak gdyby podglądana przez widzów przy powszednich czynnościach, punktowo oświetlona, oddana ciepłymi barwami – przywodzi na myśl rodzajowe malarstwo niderlandzkie. W czasie holenderskiego złotego wieku malarze tworzyli dla rodzącej się wraz z gospodarką kapitalistyczną klasy średniej, jednocześnie uwieczniając ją w swoich dziełach. Sięgnięcie do tych tradycji wizualnych w ramach analizowanej tu praktyki wernakularnej pozwala przypuszczać, że jednym ze źródeł „Żyda z pieniążkiem” jest tęsknota wykształcającego się polskiego kapitalizmu za zakorzenieniem w tradycji. Jednak w polskim imaginariu brakuje tropów, które pozwalałyby pozytywnie waloryzować bogacenie się i akumulację kapitału. Szukamy więc oparcia w formie

25 Por. A. Cała, *Wizerunek Żyda w polskiej kulturze ludowej*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1992.



PAWEŁ DOBROSIELSKI

niezwiązanej z naszą tradycją kulturową, wypełniając ją jednak własną fantazmatyczną treścią – Żydem wymaginowanym, kojarzonym w polskiej kulturze z bogactwem.

Z psychoanalitycznego punktu widzenia można więc powiedzieć za Joanną Tokarską-Bakir, że jest to „powrót wypartego”, że wizerunek „Żyda z pieniążkiem” to uwewnętrznione przez polskie społeczeństwo poczucie winy za współudział w ograbieniu i wymordowaniu polskich Żydów. Jednak tę samą diagnozę można również wyrazić w języku teorii wernakularnej – swojski obrazek, wpisany w znaną i powszechnie podzielaną konwencję przesądności, stanowi reakcję na poczucie wyobcowania wynikające ze stopnia złożoności polskiego dyskursu holokaustowego jest jego jednoczesnym uwewnętrznieniem (przejęciem ogólnych sensów) i kontestacją (odwróceniem ich znaczenia, jak w przypadku przysłów czy pozytywnych konotacji związanych z przezornymi i zapobiegliwymi „Żydami”). Jest to zatem praktyka nieświadoma wyobcowania, z którego się narodziła i kwestionująca asymetrię między specjalistycznym dyskursem publicznym a jego powszechną recepcją. Skoncentrowanie się na samym obrazie upraszcza wielowątkową debatę na temat przesądności, kapitalizmu i antysemityzmu do materialnej postaci wizerunku. Zastąpienie abstrakcji afektywnym konkretem to ważny wyznacznik kultury wernakularnej.



Ryc. 5. Obrazki „Żyda z pieniążkiem” na targowisku, Wikimedia Common, CC-BY-SA 3.0, Konradm.





„ŻYD Z PIENIĄŻKIEM” JAKO PRAKTYKA POLSKIEJ KULTURY WERNAKULARNEJ



THE “JEW WITH A COIN” AS A PRACTICE OF THE POLISH VERNACULAR CULTURE. A PRELIMINARY RESEARCH REPORT

The first part of the article is devoted to the vernacular image of the “Jew with a coin” and its connection to systemic academic and media discourses relating to anti-Semitism. The author analyzes historical roots of this practice, placing it in the context of historical prejudices, as well as in contemporary debates over the attitudes of the Polish people towards the Jews during and after the Second World War. The second part of the article presents preliminary results of quantitative research designed and conducted by the author, the aim of which was to establish the extent and exact forms of the practices related to the image of the “Jew with a coin”. The third, concluding part, shows the way in which the proposed concept of vernacular culture enables to shed new light on traditional interpretations of these phenomena, at the same time reassessing the results of quantitative research. This ‘familiar image’, well-established within the sphere of traditional superstitions, can be perceived as a reaction to the feeling of alienation that results from the level of complexity of the Polish Holocaust discourse – at the same time taking over its general sense and reversing its meaning. Thus, the above practice can be realized regardless of the awareness of alienation. It questions the asymmetry between the specialized public discourse and the common reception of it. Emphasis on the image itself simplifies the multi-layered debate on superstitions, capitalism and anti-Semitism, focusing solely on the material shape of the image.

