

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Poetica IV (2016)

ISSN 2353-4583

Grzegorz Wójcik

Uniwersytet Jagielloński

Doświadczenie pracy bohaterów literackich spod znaku pokolenia Tekstyliów a kwestia autobiografizmu¹

Jarosław Klejnocki i Jerzy Sosnowski konstatują, że przeżyciem modelującym wrażliwość debiutujących w latach 90. literatów był „rozpad społecznej solidarności, zerwanie lub co najmniej radykalne osłabienie związków makrospołecznych”². W efekcie, w prozie pokolenia „bruLionu” albo starannie unika się aktualnych polskich realiów, albo też „polskie realia stanowią jedynie mało znaczące tło”³. Nikłe zainteresowanie reprezentantów tej formacji nowymi warunkami ekonomicznymi Paweł Dunin-Wąsowicz tłumaczy chęcią odreagowania permanentnego niedoboru okresu realnego socjalizmu, w którym owi pisarze przecież się urodzili i przeżyli część swojego życia⁴. Tym samym nastanie epoki wolnorynkowej jawiło się „bruLionowcom”, jak zresztą wielu Polakom w latach 90., jako powrót „do normalności”⁵.

Entuzjazm ówczesnych debiutantów wynikał z fascynacji możliwościami, które pojawiły się po transformacji. Trzeba pamiętać, że roczniki sześćdziesiąte wchodziły na rynek pracy jako niż demograficzny, a szansa zrobienia kariery w okresie, w którym krajowa gospodarka dynamicznie się rozwijała, „zdawały się oczywistością”⁶. Dowodem mogą być wypowiedzi bohaterów filmu dokumentalnego Marii Zmarz-Koczanowicz pt. *Pokolenie '89* (2002). Jeden z nich, dziennikarz Paweł Bravo, stwierdził: „Nam, rzeczywiście, bardzo łatwo przyszło się wspiać po drabince i pozajmować różne stanowiska. Wiesz, takie funkcje czy prace, które normalnie wymagają

¹ Artykuł stanowi fragment rozprawy doktorskiej pt. *Tożsamość bohaterów pokolenia „Tekstyliów” w polskiej prozie i filmie fabularnym na początku XXI wieku (lata 1999–2014)*, przygotowywanej pod kierunkiem prof. Agnieszki Ogonowskiej w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie.

² J. Klejnocki, J. Sosnowski, *Chwilowe zawieszenie broni. O twórczości tzw. pokolenia „bruLionu” (1986–1996)*, Warszawa 1996, s. 61.

³ Tamże, s. 61.

⁴ P. Dunin-Wąsowicz, *Menedżer świnia*, „Polityka” 2005, nr 9, s. 62.

⁵ Por. M. Marody, M. Lewicki, *Przemiany ideologii pracy*, [w:] *Kultura i gospodarka*, red. J. Kochanowicz, M. Marody, Warszawa 2010, s. 108.

⁶ P. Dunin-Wąsowicz, *Menedżer...*, s. 62.

terminowania latami. Po szybkim przeszkoleniu, paromiesięcznym, stałem się wydawcą dzienników w radiu, ktoś inny, tak z marszu, dostał etat w gazecie". W innej scenie, mężczyzna obrazowo opisuje sytuację swoich rówieśników, wspominając wydarzenie z czasu studiów: „Nie ma takiego pokolenia, a pamiętam tę sytuację na uniwerku, żeby miało coś takiego: idzie ktoś naszym korytarzem na historii i woła: «potrzebuję dyrektora departamentu w UOP-ie»; «nie, nie, tego nie bierz, bo ja już go wziąłem do Ministerstwa Rolnictwa»”⁷.

Inaczej rzecz się miała z autorami urodzonymi dekadę później, których odczucie rozczarowania wolnorynkowymi realiami w taki oto sposób scharakteryzował Paweł Dunin-Wąsowicz:

Więcej rozbudzono w nich pokus. Cztery razy więcej ich szło na studia, które miały być przepustką do konsumpcyjnego rajy – dewaluujący się dyplom okazywał się jednak często nic nieznającym papierkiem. Na te obiektywne czynniki nałożyła się dodatkowo recesja, nic więc dziwnego, że ich frustracja znalazła szybciej ujście także w literaturze⁸.

Owa frustracja i zarazem krytyka kapitalizmu przez debiutujących na początku XXI wieku literatów odnosi się do zawodów nowych, powstających już po 1989 roku, takich jak pracownik działu obsługi klienta zagranicznego banku, copywriter czy dziennikarz kolorowego tygodnika, szeroko opisywanych w najmłodszej prozie. Zainteresowanie specyfiką tego typu pracy ma swoje uzasadnienie w doświadczeniach samych autorów, którzy, jak konstatuje Dunin-Wąsowicz, postanowili opisać swoje środowiska, bo odczuli potrzebę odsłonięcia „swojego kawałka świata i przekazania naiwnej prawdy z pierwszej ręki”⁹.

Faktem jest, że młodzi prozaicy – reprezentanci tzw. pokolenia *Tekstyliów*¹⁰ – nie są w stanie utrzymać się wyłącznie z pisania książek, ale muszą dorabiać

⁷ Fragment wypowiedzi Marcina Wójcika z filmu dokumentalnego pt. *Pokolenie 89* (2002) reż. M. Zmarz-Koczanowicz.

⁸ P. Dunin-Wąsowicz, *Menedżer...*, s. 62.

⁹ Tegoż, *Bystrzy dyletanci, czyli o tym, czemu copywriterzy są po dziennikarzach najczęstszymi bohaterami nowej prozy*, „Lampa” 2005, nr 1, s. 40.

¹⁰ Stosuję pojęcie – pokolenie „Tekstyliów”, a nie „roczniki siedemdziesiąte” – z co najmniej dwóch powodów. Po pierwsze, autorzy nie wszystkich omawianych tu utworów urodzili się w latach siedemdziesiątych, ale także na początku następnej dekady (np. Marta Dzido). Po drugie, interesujący mnie prozaicy stali się „bohaterami” dwóch „pokoleniowych” antologii – *Tekstyliów. O „rocznikach siedemdziesiątych”* (2002) red. P. Marecki, I. Stokfiszewski, M. Witkowski oraz jej kontynuacji w postaci *Tekstyliów bis. Słownika młodej polskiej kultury* (2006), red. P. Marecki. Głównym założeniem obu publikacji było zaprezentowanie sylwetek i dokonań rodzimych prozaików, poetów, reżyserów filmowych i teatralnych, artystów sztuk plastycznych, performerów, autorów komiksu oraz muzyków rozpoczynających działalność artystyczną na początku trzeciego tysiąclecia. Podstawowym kryterium przy wyborze tych, a nie innych nazwisk, była zbliżona data urodzin poszczególnych twórców (zasadniczo w siódmej dekadzie, choć znalazły się w niej także osoby, które przysły na świat w drugiej połowie lat sześćdziesiątych lub na początku osiemdziesiątych) oraz czas debiutu, przypadający na pierwsze lata nowego stulecia. Z obu przyczyn funkcjonujący także w lite-

na wszelkie możliwe sposoby, między innymi w agencjach reklamowych lub jako dziennikarze w ostatnich czasopismach¹¹, czyli w tych miejscach, w których cenione są kreatywność, inwencja czy lekkie pióro. Wagę doświadczeń zawodowych podkreśla także Izabella Adamczewska, wskazując, że „klucz autobiograficzny okazał się szczególnie nośny w przypadku literackich debiutantów, których przedstawiano w mediach jako «zwyczajnych – niezwykłych»”¹². W jednym z wywiadów Marta Dzido przyznaje, że podobnie jak jej protagonistka – Magda z powieści *Małż* (2005) – pracowała w ponad dwudziestu zawodach, także w tych opisywanych w powieści, takich jak dziennikarka, sekretarka w korporacji czy pracownica działu marketingu¹³. Paweł Dunin-Wąsowicz wskazuje na autobiograficzny charakter jednego z wątków *Wrzawy* (2004) Krzysztofa Beśki, w którym narrator (i zarazem *alter ego* autora) pada ofiarą oszusta ze stołecznej agencji reklamowej. Warszawski krytyk zauważył, że najprawdopodobniej sam Beśka stał się ofiarą nieuczciwego zleceniodawcy, którego pozaliterackim pierwowzorem mógł być Jan Pospieszalski¹⁴. Z kolei Sławomir Shuty wspomniiał, że istotnie pracował po studiach w jednym z banków zlokalizowanych w Nowej Hucie, gdzie musiał znosić szefową, która próbowała mu udowodnić, jakim jest „zerem”, a do tego dochodził „ten ciągły uśmiech przyklejony do twarzy, bo dla każdego klienta, nawet alkoholika i menela, musisz być miły”¹⁵. Recenzując powieść na łamach „Gazety Wyborczej”, Dariusz Nowacki odniósł się wprost do zawodowej przeszłości pisarza:

Patrząc od strony biografii autora, artysta z Nowej Huty to jeden z ocalonych czy raczej zawróconych. Oto bowiem po ukończeniu studiów Sławomir Shuty [...] przez kilka lat pracował w banku. Któregoś dnia zrozumiał, że wyścig szczurów jest nie dla niego. Zrzucił z ramion płaszcz japiszona i zajął się radykalną krytyką stosunków społeczno-ekonomicznych¹⁶.

W niniejszym eseju moim głównym celem jest zobrazowanie doświadczenia pracy bohaterów literackich reprezentujących pokolenie *Tekstyliów*, którego przedstawicielom po latach gospodarczej hossy lat 90. przyszło zmierzyć się z brutalniejszą rzeczywistością kapitalistyczną przełomu XX i XXI wieku. Wydaje się, że

raturze przedmiotu termin – pokolenie *Tekstyliów* – wydaje mi się bardziej odpowiedni od pojęcia „roczniki siedemdziesiąte”. Por. H. Janaszek-Ivanickova, *Literatura polska w wirach transformacji*, [w:] *Literatury słowiańskie po roku 1989. Nowe zjawiska, tendencje, perspektywy. Tom I – transformacja*, red. H. Janaszek-Ivanickova, Warszawa 2005, s. 31–60; I. Adamczewska, „Krajobraz po Masłowskiej”. *Ewolucja powieści środowiskowej w najmłodszej polskiej literaturze*, Łódź 2011, s. 12, 16, 18.

¹¹ Tamże.

¹² I. Adamczewska, *Pisarz w mediach masowych, czyli autentyzm jako literacki chwyt (auto)promocyjny*, „Teksty Drugie” 2012, nr 6, s. 306.

¹³ Por. W. Staszewski, *Ani hymn, ani Legia, ani Papież*, „Gazeta Wyborcza Stołeczna” 18.08.2005, s. 5.

¹⁴ P. Dunin-Wąsowicz, *Bystrzy...*, s. 40.

¹⁵ M. Czubaj, *Zwiędły biust konsumpcji. Rozmowa ze Sławomirem Shutym, laureatem paszportu „Polityki”*, „Polityka” 2005, nr 4, s. 68.

¹⁶ D. Nowacki, *Nasz klient, nasz leszcz*, „Gazeta Wyborcza” 7.09.2004, s. 13.

doświadczenie zdobyte przez autorów podejmujących swoją pierwszą „dorosłą” pracę w tym okresie znalazło wyraz w losach wykreowanych przez nich protagonistów. Spróbujmy zatem przyrzeć się bliżej temu, w jaki sposób narratorzy swoją pracę postrzegają, co sądzą o swoich współpracownikach i, *last but not least*, co myślały o swoich przełożonych, a więc tych, którzy niezwykle zyskali na fali transformacyjnych przemian.

Korporacyjne zniewolenie

Bohaterowie z całą mocą obnażają fałsz pracy korporacyjnej, co najwyraźniej można dostrzec na przykładzie Mirka – narratora *Zwału* (2004) Sławomira Shutego. Opowieść o losach świeżo upieczonego magistra zatrudnionego w nowohuckim oddziale obsługi klienta Hamburger Banku została odczytana jako manifest generacyjny ówczesnych dwudziestokilkulatków, sfrustrowanych wykonywaną pracą i rozczarowanych wolnorynkową rzeczywistością¹⁷. Krytycy wypowiadający się na jej temat zaznaczają jednak, że gdyby jedynym zamierzeniem pisarza była diagnoza stanu polskiego społeczeństwa na początku XXI wieku i opis doświadczeń zawodowych młodego pokolenia, to *Zwał* byłby jedynie „popłuczynami po wszystkich tekstach, które dotyczą tego problemu”¹⁸. Wartość utworu polega w ich opinii na językowej nieprzezroczystości i kolażowości, której wyrazem jest wykorzystanie różnych poetyk. Ewa Dobrosiewicz wskazuje, że Shuty dokonuje rewizji tak zwanej normalności zdominowanej przez kulturę konsumpcyjną, rozbijając „pozory społecznego porozumienia poprzez demontaż powszechnych w użyciu języków, które chcą porządkować naszą świadomość”¹⁹. W tym celu autor sięga po takie konwencje jak „infantylny zapis z pamiętnika, internetowy czat, litanię do menadżerki Basi (tzw. modlitwa konsumpcyjna), prasowe ogłoszenie o pracy, reklamy, parodię słów spowiedzi powszechnej, „teksty” blockersów, przypowieść o dobrym i złym pracowniku, słodkie słówka do potencjalnych klientów banku”²⁰. Z kolei Adam Poprawa zauważył, że pisarz niejednokrotnie popisuje się inwencją słowotwórczą, dzięki czemu możliwy jest dystans narratora do rzeczywistości, osiągnąć dzięki komizmowi i „szydrczej sakralizacji banku”²¹ oraz nieustannie ujawnianym negatywnym emocjom oraz wulgaryzmem. Kolażowy styl Shutego ukazuje świat sfragmentaryzowany, będący odzwierciedleniem rzeczywistości kreowanej przez popkulturę i obrazów przesączanych przez ekran telewizora i komputera, co można uznać za jedną z cech charakterystycznych utworów spod znaku pokolenia Tekstyliów²².

¹⁷ A. Siemińska, „*The very best of*” Sławomir Shuty, „Dekada Literacka” 2004, nr 4, s. 90.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ E. Dobrosiewicz, *Literatura zaangażowana w codzienność*, „Pro Arte” 2006, nr 22, s. 21.

²⁰ A. Siemińska, „*The very...*”, s. 90.

²¹ A. Poprawa, *Gdzie mój kamień – pyta Syzyf?*, „Książki w Tygodniku” 24.10.2004, s. 9.

²² Z podobnymi zabiegami formalnymi mamy do czynienia w *Wojnie polsko-ruskiej pod flagą białą-czerwoną* (2002) Doroty Masłowskiej czy *Pokalaniu* (2005) Piotra Czerwińskiego.

Hamburger Bank widziany oczami Mirka to rzeczywistość pozbawiona etosu pracy przynależnego niegdyś kapitalizmowi. Źródłem jego degradacji Mirosława Marody i Mikołaj Lewicki upatrują w przemianach charakterystycznych dla postfordyzmu, w ramach którego podstawową cechą pracy stała się jej nieciągłość. W konsekwencji następuje niemożność wykształcenia przez jednostkę lojalności wobec firmy oraz identyfikacja z wykonywanym zawodem,

zwłaszcza, że brak wyraźnych, tradycyjnych podziałów lokujących pracowników w przewidywalnych zależnościach zwierzchniczych, i niesprecyzowany zakres obowiązków powodują ich dezorientację. W tego typu warunkach dystans, niezangażowanie się w pracę, minimalizowanie wysiłku stają się podstawowym mechanizmem obronnym²³.

Pracownicy banku na czele z Mirkiem nie identyfikują się ze swoją pracą, co nie znaczy, że nie muszą udawać swojego zaangażowania. W jednej ze scen menedżerka w taki oto sposób wymusza na podwładnej Joli właściwą motywację:

Ech, Jolu, wiesz przecież, że pracujesz w najlepszym oddziale Hamburger Banku, chyba że nie chcesz tutaj pracować? Powiedz, Jolu? Nie chcesz pracować w najlepszym oddziale Hamburger Banku?

– Chcę, Basiu.

– No właśnie, jak chcesz, to musisz się postarać, musisz coś z tym zrobić, nie możemy zawieść dyrektora, wszyscy musimy pracować na target, ale by to zrobić, musisz dać z siebie wszystko, Jola, nie tylko ja mam o tym myśleć²⁴.

Powieść krakowskiego prozaika przekonuje, że we współczesnym kapitalizmie, nawet gdy jednostka nie utożsamia się z miejscem pracy, istnieją subtelne sposoby (np. zakamuflowany szantaż), za pomocą których taka identyfikacja może zostać wymuszona.

W powieściowej rzeczywistości bardzo wyraźnie można dostrzec elementy obowiązującej mentalności rynkowej nastawionej wyłącznie na maksymalizację zysku, która zastąpiła dawną mentalność etosową. Zdaniem Krystyny Romaniszyn „osobliwością powstałego w Europie i odchodzącego w przeszłość kapitalizmu było zrównoważenie obu mentalności z pożytkiem dla podmiotu. Porzucenie mentalności etosowej i pierwotnego kapitału wartości oznacza dla pracowników uprzedmiotowienie”²⁵. Wyrazem owej degradacji jest fasadowość korporacyjnej rzeczywistości, uosobieniem której jest kierowniczką Basia, na zewnątrz deklarująca troskę o klientów, w rzeczywistości jednak uznająca ich za mało rozgarniętych, którym można wmówić wszystko. Gdy zafrasowany Mirek stara się spełnić wszystkie polecenia przełożonej, uprzejmie witając jedną z klientek i cierpliwie tłumacząc, dlaczego jej

²³ M. Marody, M. Lewicki, *Przemiany...*, s. 101.

²⁴ S. Shuty, *Zwał*, Warszawa 2008, s. 80.

²⁵ K. Romaniszyn, *Rzecz o pracy i konsumpcji. Analiza antropologiczna*, Kraków 2007, s. 90.

pensja jeszcze nie wpłynęła na konto, Basia, oczywiście już po opuszczeniu oddziału przez kobietę, upomina mężczyznę:

Po co ty im to mówisz, różnica między Elixirem a Sybirem. Co ty myślisz, że oni coś z tego rozumieją? Mówi się: pensja jest lub pensji jeszcze nie ma. Dziękuję, tyle. A nie system elektronicznego przesyłu danych, sieć banków. Co myślisz, że oni to rozumieją? Dasz takiej palec, to cię zaraz za rękę złapie, rozumiesz?²⁶.

Dwulicowość menedżerki przekłada się na dwumyślenie pracowników, którzy po cichu swą szefową obmawiają, choć w kontaktach z nią nie zdradzają śladu irytacji. W jednej ze scen Gośka zwraca się do Mirka na zapleczu: „Ja tą kurwę kiedyś uduszę gołymi rękami! O, woła mnie, tak, Basiu? Już idę, Basiu, o co chodzi, Basiu? A tak, już robię, trzy łyżeczki jak zawsze”²⁷.

W swojej recenzji *Zwał* Dariusz Nowacki konstatuje, że mamy w tej powieści do czynienia z wielkim udawaniem i zakłamaniem, orwellowskim dwumyśleniem, w której fasadą jest „oficjalny język marketingu, reklamy czy szerzej – język sukcesu, tyły zaś to mowa autentyczna i spontaniczna, bliska istoty rzeczy”²⁸. Pracę w dziale obsługi klienta Mirek odreażowuje w weekendy, popadając w tytułowy „zwał”, czyli „cierpienie psychofizyczne wywoływane najczęściej nadużywaniem ekstatycznych patentów na przeciążenia, tzw. środków, inaczej: dojmujące otrzeźwienie”²⁹. Wyrażone w formie bełkotu sekwencje sobotnio-niedzielne zdecydowanie różnią się pod względem stylistycznym od zwykłych dni tygodnia, w których komentowana jest rzeczywistość zawodowa. Ten podział sugeruje rozpad podmiotowości protagonisty, który na co dzień musi funkcjonować w fałszu, posługiwać się językiem reklamy, natomiast sobą może być wyłącznie w weekendy³⁰. Podobnie rzecz się ma z narratorem *Pokalania*, który pracę w redakcji odreażowuje suto zakrapianymi alkoholem wypadami do klubu. W obu wypadkach mamy do czynienia z zawodowym uprzedmiotowieniem, jednak upojenie narkotyczno-alkoholowe, któremu w czasie wolnym oddają się bohaterowie niekoniecznie musi świadczyć o autodestrukcji będącej wynikiem biernego podporządkowania się kapitalistycznym regułom. Tytułowy „zwał” u Shutego przynosi bowiem otrzeźwienie, a tożsamość po zażyciu narkotyków, jak wspomina Anna Siemińska, „jest bardziej wiarygodna niż ta kreowana niejako na potrzeby codzienności”³¹. Użytki mogą więc stanowić formę oporu przed ponurą rzeczywistością zawodową i świadczyć o aktywności protagonistów pragnących, choćby w taki sposób, odzyskać wpływ na kształt swojej egzystencji.

²⁶ S. Shuty, *Zwał...*, s. 218.

²⁷ Tamże, s. 210–211.

²⁸ D. Nowacki, *Nasz klient, nasz leszcz*, „Gazeta Wyborcza” 7.09.2004, s. 13.

²⁹ S. Shuty, *Zwał...*, s. 34.

³⁰ A. Siemińska, „*The very...*”, s. 92.

³¹ Tamże.

Położenie akcentu na odpowiedni wizerunek firmy będący efektem działań marketingowych staje się także przedmiotem szyderstw narratora *Niehalo* (2006) Ignacego Karpowicza. Protagonista – dziennikarz lokalnej gazety wydawanej w Białymstoku – przyznaje, że swoją pracę zawdzięcza wyłącznie wewnętrznej rywalizacji między „Wiadomościami Podlasia”, w których pracuje, a dziennikiem „Orzeł i Pogoń”. Redaktorzy tego drugiego ogłosili, że w „Wiadomościach Podlasia” pracują wyłącznie postkomuniści,

zgrzybiali nepoci i spekulanci, co spowodowało, że naczelny kazał wszystkim natychmiast zmienić wizerunek, a mi nasmarować wazelinę, że mam 24 lata, pracę magisterską w pisaniu, dziewczynę Agnieszkę [...], że pracuję od trzech miesięcy w „Wiadomościach Podlasia”, jednym z najlepszych dzienników regionalnych naszego regionu, a najlepiej – kraju, co potwierdzają bezstronne autorytety, które musiałem twórczo wymyślić na poczekaniu. Jak zresztą prawie wszystko, co się publikuje w gazetach³².

Okazuje się, że istotniejszy niż wartość pisanych przez narratora artykułów jest jego wiek, który w zamysle ma przyciągnąć młodych czytelników i tym samym uatrakcyjnić *image* gazety.

Protagoniści roczników siedemdziesiątych i wczesnych osiemdziesiątych wskazują na panujący w firmach pozór pracy, na który istnieje zresztą przyzwolenie przełożonych. Pracownicy banku, na czele z Basią, zajmują się w godzinach pracy graniem w gry komputerowe i dyskusjami dotyczącymi liczby oddanych strzałów do wirtualnych kaczek: „Nie drażnijcież na miłość boską, Basi. Bo się Basi będą trząść rączki i nie pobije rekordu w kaczkę. A jest już tak blisko! Strzeliła do dwudziestu w ciągu minuty, co nie jest złym wynikiem”³³. Nieco inaczej ów pozór prezentuje się w przypadku zawodów dziennikarskich. Narrator *Pokalania* nie ukrywa, że pisane przez siebie teksty najzwyczajniej zmyśla, korzystając do tego z fikcyjnych danych („Kiedy indziej napisałem z bani autobiografię angielskiego nafciarza, który spędził całe życie na platformie, bo był z rozbitej rodziny”³⁴), bo wynika to z logiki branży dziennikarskiej (przypomnijmy, bohater pracuje w kolorowym magazynie), w której „artykuł do zdjęcia to już tylko dodatek. Ma powstać jak najniższym kosztem i możliwie jak najprędzej”³⁵. Uwagi narratorów *Niehalo* i *Pokalania* odnoszą się do nasilającej się w Polsce tabloidyzacji mediów, rozumianej jako upraszczanie przekazu, stosowanie krótkich, prostych sformułowań i nadawanie artykułom sensoryjnego charakteru, co prowadzi nieuchronnie do spadku ich merytoryczności³⁶.

³² I. Karpowicz, *Niehalo*, Wołowiec 2006, s. 31–32.

³³ S. Shuty, *Zwał...*, s. 192.

³⁴ P. Czerwiński, *Pokalanie*, Warszawa 2005, s. 216.

³⁵ Tamże.

³⁶ K. Siezieniewska, *Zawód dziennikarza w obliczu konwergencji mediów*. Niepublikowana praca doktorska, obroniona na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014, s. 282.

Korporacyjny model pracy zostaje utożsamiony z inwigilacją i kuriozalnymi oczekiwaniami pracodawców, którzy swoich podwładnych traktują jak Baumanowskich „ludzi-odpady”³⁷. Przekonać się o tym mogą nie tylko pracownicy, ale także ci dopiero starający się o etat. Podczas jednej z rozmów kwalifikacyjnych, narratorka *Małża* Marta Dzido zostaje niemal „zasypana” pytaniami odnoszącymi się nie tylko do jej wykształcenia czy doświadczenia zawodowego, ale także do liczby posiadanych przez nią dzieci czy stosunku do religii. Ostatecznie okazuje się, że Magda miałaby być striptizerką pozującą przed ekranem komputera w samej bieliźnie dla użytkowników jednego z internetowych portali. Innym razem protagonistka stara się o pracę tłumaczki. Choć z wykształcenia jest lingwistką, właściciel firmy zajmującej się sprzedażą i wyrobem płytek ceramicznych wątpi w jej kompetencje językowe. Mimo właściwie przetłumaczonej nazwy z ulotki reklamowej, pracodawca uznaje, że ta nie zna angielskiego, bo zamiast oczekiwanego przezeń słowa „mrozoodporne” użyła sformułowania „odporne na mróz”. Ostatecznie dziewczyna zdobywa pracę jako sekretarka w korporacji, a później jako pracownica działu public relations, ale z obu firm wkrótce zostaje zwolniona. Bohaterka, jak stwierdził Artur Madaliński, nie potrafi się „odnaleźć w nowym wspnianiałym świecie kapitalizmu. Jediną reakcją na rzeczywistość, w której przyszło jej żyć, jest bezsilność wynikająca z zasadniczej niezgody na twarde reguły gry i wyśrubowane wymagania epoki ponowoczesnej”³⁸.

Bezdušní menedżerowie

Szczególną rolę w utworach pokolenia odgrywają menedżerowie, redaktorzy naczelni czy właściciele niewielkich firm. Stanowią oni uosobienie neoliberalnego kapitalizmu zdefiniowanego przez Davida Harveya jako „przedsięwzięcie *polityczne*, obliczone na odbudowę warunków sprzyjających akumulacji kapitału i restauracji władzy elit ekonomicznych”³⁹. Tego typu bohater to zachwycony samym sobą – narcyz (*Pokalanie*, *Niehalo*) lub też, w wersji bardziej radykalnej, „diaboliczny kapitalista”⁴⁰ uprzedmiotawiający swoje pracownice (*Czwarte niebo*, *Małż*), czy terroryzujący swoich pracowników (*Zwał*).

Już na wstępie Maciek z *Niehalo* stwierdza: „Został redaktorem naczelnym „Wiadomości Podlasia” tylko dlatego, że jego żona – Berta w mercedesie i futrze przez 4 pory roku (klima mercedesa ją wychładza; wyłącz klimę, cipo) – za pomocą swych perfum obezwładniła członków partii obecnego prezydenta”⁴¹, zaś narrator *Pokalania* swojego szefa postrzega jako bufona, zainteresowanego jedynie swoim strojem: „Szef w lajstajlowej koszulce z napisem «Music», siedział w gabinecie

³⁷ Zob. Z. Bauman, *Życie na przemiał*, przeł. T. Kunz, Kraków 2004, s. 25.

³⁸ A. Madaliński, *Z pamiętnika małżowiny*, „Książki w Tygodniku” 2005, nr 26, s. 5.

³⁹ D. Harvey, *Neoliberalizm. Historia katastrofy*, przeł. J.P. Listwan, Warszawa 2008, s. 29.

⁴⁰ P. Czapliński, *Polska do wymiany...*, s. 38.

⁴¹ I. Karpowicz, *Niehalo...*, s. 17.

z otwartymi drzwiami. Miał też czerwone adidasy i nieodłączną komórkę w dłoni. Taki był z niego cholerny fuczer perfekt⁴². Środowisko dziennikarzy czy pracowników public relations, z którymi mają styczność bohaterowie, to z kolei albo nierozumiejący bardziej złożonych komunikatów idioci („sekretynka” w *Pokalaniu*) lub pozbawieni empatii i opowiadający sobie żenujące historie „cyborgi”, którzy swoim efektownym wyglądem chcą przykryć miałość i brak indywidualizmu (pracownicy agencji reklamowej w *Małżu*).

Najgorszą opinią cieszą się jednak cyniczni menedżerowie, określani przez Dunina-Wąsowicza mianem „świń”, do których można zaklasyfikować zarówno Bela-Belowskiego z *Czwartego nieba* (2003) Mariusza Sieniewicza, Zdzisława Sztorma z debiutanckiej powieści Doroty Masłowskiej (2002), jak i Basię ze *Zwału*. Menedżerowie-świnie „donoszą, intrygują, napuszczają ludzi na siebie”⁴³, a ich jedynym celem jest bezwzględne egzekwowanie obowiązków od podwładnych, co w konsekwencji ma przyczynić się do ich awansu zawodowego.

Bela-Belowski z powieści Sieniewicza przybywa na olsztyńskie Zatorze różową limuzyną z charakterystycznym, metalicznym połyskiem i przyciemnionymi szybami. Jego celem jest wybudowanie montowni telefonów komórkowych o nazwie „Belzekom”, do której rekrutacja odbywa się w specyficzny sposób, mianowicie na podstawie płci (przyjmuje do pracy wyłącznie kobiety z okolicy). Jego działania bezpośrednio wskazują na brak skrupułów, o czym świadczy sugerowana chęć uwiedzenia i wykorzystania seksualnego olsztynianek. Przemysław Czapliński stwierdził, że kapitalizm w *Czwartym niebie* „odsłania oblicze perwersyjnego mężczyzny: zamienia kobiety w towar, ułatwia do nich dostęp i czyni z nich obiekt służący spełnieniu pragnień”⁴⁴. Z kolei Sztorm z powieści Masłowskiej, właściciel wytwórni polskiego piasku, posiada tak ogromne wpływy w miasteczku, że to za jego sprawą konkursu piękności nie wygrała Magda, ale niezbyt urodziwa Natasza. Okazuje się, że przegrana dziewczyny Silnego jest rezultatem transakcji między prezesem a biznesmenem:

Ściemniony prezes dał dupy. Miał długi odnośnie jakiegoś Sztorma, co niby jest szychą, ma udział w piasku i czasopismo „Piasek Polski”. I Natasza wygrała, co ze Sztorem przyjechała jego samochodem, a jeszcze była z nimi jakaś taka pizdowata metalowa, co dostała tytuł «Miss Publiczności», choć na sto procent, to żaden normalny facet by nie dał rady jej puknąć na trzeźwo⁴⁵.

W obu wypadkach pojawia się postać biznesmena, którego materialistyczne podejście do świata zostało powiązane z deprawacją moralną młodych dziewczyn. Przedsiębiorcy – Bela-Belowski i Sztorm – posiadają władzę nad niezamożnymi mieszkankami prowincji przede wszystkim pod względem finansowym, przez

⁴² P. Czerwiński, *Pokalanie...*, s. 24.

⁴³ P. Dunin-Wąsowicz, *Menedżer...*, s. 63.

⁴⁴ P. Czapliński, *Polska do wymiany. Późna nowoczesność i nasze wielkie narracje*, Warszawa 2009, s. 326.

⁴⁵ D. Masłowska, *Wojna polsko-ruska pod flagą białą-czerwoną*, Warszawa 2003, s. 151.

co są w stanie uzależnić je od siebie materialnie, a nawet seksualnie wykorzystać. W utworach Sieniewicza i Masłowskiej mamy zatem do czynienia z ukazaniem neo-liberalnego kapitalizmu jako systemu, którego celem, poza maksymalizacją zysku, jest powrót do dominacji mężczyzn nad kobietami, które tracą swoją autonomię i na dodatek ulegają uprzedmiotowieniu.

Nieco inaczej rzecz się ma z postacią Basi ze *Zwału*, utożsamionej przez Przemysław Czaplińskiego z ponowoczesnością⁴⁶. Poznański literaturoznawca sugeruje: „Wybrać nowy świat [ponowoczesność – G.W.] to bowiem z konieczności poświęcić stare społeczeństwo z jego patriarchalnym ładem”⁴⁷. Znakiem ponowoczesności jest nie tylko fakt, że to kobieta jest zwierzchniczką Mirka (odwrócenie tradycyjnego porządku genderowego), ale także specyficzny sposób sprawowania przez nią władzy, który Michel Foucault określa mianem rządomyślności. Komentując teorię francuskiego filozofa, Marek Czyżewski definiuje ją jako

bardzo różne, częściowo łączące się, a częściowo wykluczające typy technik rządzenia: technologie dyscyplinarne (wymuszanie stosowania się do regulaminu oraz motywowanie do zachowań „wzorowych” za pomocą tresury ciała oraz wprowadzenia do świadomości podwładnych wyobrażenia o potencjalnie nieprzerwanym nadzorze), technologie biopolityczne (regulacja liczebności i składu populacji poprzez ingerencje w obszar życia i śmierci, higieny oraz genetycznego wyposażenia mieszkańców) czy „technologie siebie” (wprowadzenie jednostek w zobowiązanie do samonaprawy i rozwoju osobistego)⁴⁸.

Menedżerka nie stosuje przemocy fizycznej wobec pracowników ani nie zaznacza ostentacyjnie swojej dominacji. Posłuszeństwo wymusza bardziej subtelnymi sposobami, do których można zaliczyć nieustanne kwestionowanie ich decyzji, wymuszanie pozostawania po godzinach w pracy, ale też ingerencja w to, jak wyglądają i czy mają wystarczająco świeży oddech. Znacząca jest scena, w której kobieta pyta Mirka, czy przyszedł do pracy ogolony, a gdy ten odpowiada twierdząco, wygłasza mowę pouczającą, co stałoby się, gdyby nie dopełnił tego obowiązku: „Nie wpuściłabym cię na stanowisko pracy, nie wpuściłabym cię nawet za próg oddziału, miałbyś z głowy pracę, a takie samowolne opuszczenie miejsca pracy, bo w tym przypadku tylko o samowolce może być mowa, równa się naganie”⁴⁹. Rządomyślność ujawnia się również w zobowiązaniu podwładnych do tak zwanej pracy emocjonalnej, czyli dostosowania się do „korporacyjnych standardów obsługi klientów, obejmujących m.in. określone nastawienie emocjonalne, wyrażane przez uśmiech i mowę ciała”⁵⁰. Mirek jest wielokrotnie upominany przez Basię za to, że niewystarczająco szeroko

⁴⁶ P. Czapliński, *Polska do wymiany...*, s. 329–330.

⁴⁷ Tamże, s. 330.

⁴⁸ M. Czyżewski, *Między panoptyzmem a „rządomyślnością” – uwagi o kulturze naszych czasów*, „Kultura Współczesna” 2009, nr 2, s. 88.

⁴⁹ S. Shuty, *Zwał...*, s. 168.

⁵⁰ A. Szarecki, *Zaangażowany pracownik: kontrola emocjonalna i kolonizacja ciała pracującego w kulturze korporacyjnej*, „Kultura Współczesna” 2012, nr 3, s. 96.

się uśmiecha, a w trakcie wizyty kontrolnej sam dyrektor przykleja pracownikom naklejki z bankowym logo, bowiem, jak kpi narrator, „naklejka będzie symbolizować to, że w piersi, w naszym sercu na trwałe zagościł Hamburger Bank”⁵¹.

* * *

Przywołane utwory wpisują się w nurt małego realizmu antykapitalistycznego⁵². Jego reprezentanci – twórcy spod znaku pokolenia *Tekstyliów* – zostali utożsamieni z wykreowanymi przez siebie bohaterami. Przykładowo *Małż* Marty Dzido (urodzonej w 1981 roku) posłużył mediom do zaakcentowania trudnej sytuacji świeżo upieczonych magistrów zmagających się z problemem bezrobocia w pierwszej dekadzie XXI wieku. Przedmiotem zainteresowania nie stała się zatem sama powieść, ale jej autorka i fakt, że Dzido przelała na papier własne przykre doświadczenia⁵³. Książka zyskała spory odzew ze strony czytelników, zwłaszcza rówieśników pisarki, na co wskazuje Wojciech Staszewski pisząc, że „*Małż* to ulubiona lektura Generacji Nic”⁵⁴. Strategia wykorzystująca klucz autobiograficzny okazała się zatem celna.

Praca w nowych gałęziach gospodarki dynamicznie rozwijanych po transformacji 1989 roku – mediach, korporacjach, bankach – jawi się bohaterom jako degradująca i demoralizująca, bo nie służy dobru społeczeństwa ani rozwojowi osobistemu, ale jedynie maksymalizacji zysków przełożonego. W tym sensie doświadczenia literackich protagonistów korespondują z narracją Pauliny Wilk – autorką pierwszej na polskim rynku autobiografii pokolenia roczników siedemdziesiątych i wczesnych osiemdziesiątych zatytułowanej *Znaki szczególne* (2014), w której wspomina o nieustannych skargach swoich rówieśników na korporacyjny styl pracy. Zarzuty odnoszą się w dużej mierze do bycia trybikiem w wielkiej maszynie instytucji, czego konsekwencją jest brak wpływu na to co, jak i kiedy się wykonuje. Niechęć, a niekiedy nawet nienawiść do korporacji okazuje się zatem cechą łączącą reprezentantów generacji. Rozwiązaniem wydaje się założenie własnej działalności gospodarczej, dlatego, jak konstatuje Wilk, „coraz liczniejsi są ci, którzy decydują się na samodzielność. Otwierają firmy, kawiarnie, gabinety, które oprócz możliwości rozwoju zapewniają też wpływ na rzeczywistość – bliską i prawdziwą, a nie na tę abstrakcyjną, wielką i karmiącą ambicje”⁵⁵.

⁵¹ S. Shuty, *Zwał...*, s. 196.

⁵² I. Adamczewska, *Mały realizm (anty)kapitalistyczny w prozie roczników siedemdziesiątych i osiemdziesiątych*, [w:] *Inna literatura? Dwudziestolecie 1989–2009. Tom I*, red. Z. Andres, J. Pasterski, Rzeszów 2010, s. 117–135.

⁵³ I. Adamczewska, *Pisarz w mediach...*, s. 306.

⁵⁴ W. Staszewski, *Ani hymn, ani Legia...*, s. 5.

⁵⁵ P. Wilk, *Znaki szczególne*, Kraków 2014, s. 171.

The work experience of literary heroes from the generation of „Tekstylia” and the question of autobiography

Abstract

The main purpose of this article is to present the work experience of literary protagonists, who are the representatives of „Tekstylia” generation – people born in the seventies and early eighties, thus the generation, which after years of Polish prosperity in the nineties had to confront brutal capitalist reality at the turn of the XX and XXI century. In my opinion, the work experience of these writers is reflected in plots of their books, where main characters are forced to confront Polish even more brutal capitalist reality at the turn of the XX and XXI century, working as bank assistants, copywriters or tabloid newspaper’s journalists. Corporate enslavement and unfeeling, deprived of empathy managers, constitute main themes of analyzed works, therefore, primarily, I devote my attention to these exact issues.

Key words: neoliberalism, work, „Tekstylia” generation, contemporary Polish prose, autobiography

Grzegorz Wójcik

absolwent filmoznawstwa i socjologii na Uniwersytecie Jagiellońskim. W 2016 roku obronił doktorat z zakresu literaturoznawstwa w Instytucie Filologii Polskiej krakowskiego Uniwersytetu Pedagogicznego, poświęcony bohaterom filmowym i literackim spod znaku tzw. pokolenia *Tekstyliów*. Obecnie doktorant w Instytucie Europeistyki na Uniwersytecie Jagiellońskim.