

---

**Piotr Kostyło**

---

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego  
Bydgoszcz, Polska

## Czy na *Mein Kampf* można zarabiać?

Trudno nie zgodzić się z argumentacją Stephena Hicksa, że społeczeństwo powinno stawiać odważnie czoła wszelkim rodzajom się w nim ideologiom, gdyż tylko w taki sposób może właściwie zadbać o własny dobrostan. Edukacja liberalna zakłada, że głoszone idee powinny być przedstawiane na forum publicznym i konfrontowane z innymi ideami. W ten sposób, dzięki wolnej od cenzury dyskusji, społeczeństwo będzie mogło rozważać argumenty za i przeciw poszczególnym ideologiom i ostatecznie wybrać te spośród nich, które okażą się dla niego najbardziej przekonujące intelektualnie i moralnie. Dodajmy, że kluczowym obszarem takiej dyskusji powinny być szkoły, a zwłaszcza uniwersytety.

Aby w ten sposób można było rozważać różne idee, trzeba mieć do nich dostęp. Dlatego cenzurowanie takich prac, jak *Mein Kampf* jest niewłaściwe. Zgodziwszy się co do tego, warto zastanowić się nad inną kwestią etyczną związaną z publikowaniem tej książki. Kwestia ta sprowadza się do pytania: czy na *Mein Kampf* można zarabiać? Zajmę się nią w kilku poniższych akapitach.

Wydawanie książek, jak każda inna działalność gospodarcza, powinno się opłacać. Przy dobrej kalkulacji ceny, zysk wydawcy zależy od liczby sprzedanych egzemplarzy, ta zaś zależy od wielu czynników, między innymi od promocji książki i jej dystrybucji. W przypadku *Mein Kampf* oba te obszary stają się bardzo problematyczne. W jaki sposób promować książkę napisaną przez

jednego z największych zbrodniarzy w historii ludzkości, w której roi się od bzdurnych tez, niemających żadnego poparcia ani w faktach, ani w nauce. W imię czego zachęcać potencjalnych czytelników do zapoznania się z treścią książki? Trudno na te pytania znaleźć zadowalającą odpowiedź. Mogę wyobrazić sobie dyskusję ze studentami nad rojeniami Hitlera, ale nie wyobrażam sobie, bym mógł zachęcać studentów do zapłacenia choćby kilku złotych za tę książkę. Podobnie dużym problemem okazuje się dystrybucja *Mein Kampf*. Czy jako księgarze, operujący czy to w świecie realnym, czy wirtualnym, bylibyśmy skłonni do wystawiania tej książki w oknie wystawowym lub w jakikolwiek inny sposób uwypuklania jej obecności w naszej ofercie? Wydaje się, że nie. Jeśli nie zrobilibyśmy tego ze względów ściśle etycznych, to z pewnością przekonamy nas względy ekonomiczne.

Okazuje się bowiem, że liczba tych, którzy, zobaczywszy kogo i co promujemy, zrezygnowałiby w ogóle z kupowania książek wydawanych w naszym wydawnictwie lub oferowanych w naszej księgarni, byłaby o wiele wyższa od liczby potencjalnych nabywców *Mein Kampf*. Wydanie książki i jej dystrybucja przestałyby się opłacać. Niedawno byliśmy w Polsce świadkami procesu, o którym mówię. Do ważnej sieci dystrybucji książek miała trafić książka Jacka Międlara pt. *Moja walka o prawdę. Wyznania byłego księdza*. Autor znany jest w Polsce od kilku lat ze swoich skrajnych, nacjonalistycznych i nietolerancyjnych wypowiedzi. Sieć, w swojej akcji promocyjnej, przedstawiając książkę w pozytywny sposób, sugerowała, że rzeczywiście w działalności autora chodzi o walkę o prawdę. Reakcja opinii publicznej była jednoznacznie negatywna. Pod jej naciskiem sieć wycofała się ze sprzedaży książki. Znamy wiele innych tego typu przykładów ze świata i z Polski. Można powiedzieć, że wolny rynek, przy wszystkich jego mankamentach, ma tę dobrą cechę, że potrafi eliminować lub marginalizować przedsięwzięcia, w których ludzie chcą zarabiać na szerzeniu nienawiści.

Analogiczne postawy potencjalnych klientów ujawniają się także w innych obszarach, w których sprzedawcy chcą zarabiać na produktach obarczonych etyczną niegodziwością. Pytanie o bogacenie się na wydawaniu *Mein Kampf* jest podobne do pytania o zarabianiu na tradycji mafijnej. Kilka lat temu, zwiedzając Sycylię, natknąłem się na sklepiki z pamiątkami, w których sprzedawano gadzety nawiązujące do rodziny Corleone i działalności mafii. Sklepiki te usytuowane były między innymi w miejscowościach, w których z powodu przestępczej działalności mafii uczciwi przedsiębiorcy zostali zmuszeni do zamknięcia swoich firm i wyjazdu z wyspy. Wielu ludzi zostało bez pracy, znaczna ich część także musiała opuścić Sycylię. Turyści spędzający wakacje na wyspie zazwyczaj chętnie kupowali gadzety związane z tradycją mafii sycylijskiej, zapewne przywołując w pamięci świetne kreacje aktorskie Marlona Brando i Ala Pacino, nie zaś realne cierpienia konkretnych ludzi skrzywdzonych przez tę organizację. Dziś z wielu stron można usłyszeć protesty przeciwko takim praktykom.

To prowadzi nas do stwierdzenia, że kwestia wydawania lub niewydawania *Mein Kampf* w większym stopniu zależy od moralnej dojrzałości społeczeństwa niż od prawnych zakazów. Społeczeństwo, które jest przekonane o moralnej wartości jakichś idei, będzie szukało informacji na ich temat nawet wówczas, gdy będzie to zakazane i surowo karane przez przepisy prawa. W Polsce doświadczyliśmy tego w okresie stanu wojennego i w kolejnych latach, gdy rozkwitały wydawnictwa podziemne. Jednocześnie społeczeństwo, które będzie zgodnie potępiać inne idee, nie będzie zainteresowane poświęcaniem czasu na ich studiowanie, nawet jeśli idee te będą powszechnie dostępne w rozmaitych publikacjach. Ta powszechna dostępność w kontekście wolnego rynku staje się jednak, jak widzieliśmy, problematyczna.