

BRUNO SCHULZ

## SKLEPY CYNAMONOWE

Rzadko się zdarza w literaturze, by nowy nieznaną pisarz wystąpił z dziełem tak artystycznie skódeżonem, tak dojrzałym i świadomym pełni sil twórczych, jak „Sklepy cynamonowe” Schulza. Książka ta nie tylko stawia jej autora w rzędzie czołowych pisarzy literatury polskiej; jest ona bowiem rewelacją niezwykłe ciekawego i indywidualnego talentu, któremu podobnych trudności szukać w całej literaturze współczesnej. Świat widziany oczyma Schulza jest światem nowym i nieznanym; ale ta deformacja rzeczywistości nie ma w sobie nic z prób literackich i tak częstego wśród młodych poszukiwania „nowej formy”. Autor „Sklepów cynamonowych” nie poszukuje formy; on nosi ją w sobie, a wirja świata, jaką przedstawia, nie wykonocypowaną wizją. Z niezwykłą plastyką słowa, z rzadką postęga wyrazu kreśli Schulz swe postaci, jedne i monumentalne w każdym geście.

BRUNO SCHULZ

## Sklepy cynamonowe



R O J

**Skrzydełko i okładka** *Sklepów cynamonowych*,  
egzemplarz sprzedany w roku 2017 przez Kra-  
kowski Antykwariat Naukowy za 45 000 złotych

[horyzont dzieła]

## Piotr Sitkiewicz: Puzony koniunkturalne. O obwolucie pierwszego wydania *Sklepów cynamonowych*

Kiedy badając przedwojenną recepcję twórczości Brunona Schulza, przyglądałem się zabiegom marketingowym towarzyszącym publikacji jego pierwszej książki, przede wszystkim chciałem przeczytać informacje zawarte na obwolucie. Ku mojemu zaskoczeniu zorientowałem się jednak, że oprócz pierwszej strony okładki *Sklepów cynamonowych* nigdy nie została przedrukowana, nikt też nie opublikował ani nie skomentował zawartych na niej tekstów. Co więcej, okazało się, że wszystkie znane mi egzemplarze biblioteczne tej książki zostały oprawione u introligatora i w najlepszym razie na pierwszej stronie okładki mają naklejoną pierwszą stronę obwoluty. Wydało mi się to zaskakujące także dlatego, że obwoluta *Sanatorium pod Klepsydrą* jest powszechnie znana (można ją obejrzeć nawet w internecie) – a opublikowany na niej tekst został przedrukowany i skomentowany, potwierdzono też jego autorstwo<sup>1</sup>. Dlaczego więc nikt nigdy – nawet Jerzy Ficowski! – nie przyjrzał się tekstom zawartym na okładce *Sklepów*? Może mylnie – poprzez analogię do *Sanatorium* – założyłem, że jakaś wydawnicza zachęta na debiutanckiej książce Schulza musi się znaleźć? Być może jednak to tylko niedopatrznie schulzologów, którzy bardziej skupiali się na tym, co kryje się między okładkami, niż na tym, co na tej okładce widnieje oprócz ilustracji, tytułu i nazwiska autora. W każdym razie pomyślałem, że warto to sprawdzić...

---

1 Na temat noty okładkowej *Sanatorium pod Klepsydrą* zob. J. Ficowski, *Regiony wielkiej herezji i okolicy. Bruno Schulz i jego mitologia*, Sejny 2002, s. 167.

Kompletne egzemplarze *Sklepów cynamonowych* należą do bibliofilskich rzadkości. Trzeba pamiętać, że w roku 1933 „Rój” wydrukował zapewne nie więcej niż 1000–1200 egzemplarzy tej debiutanckiej książki nikomu nieznanego autora<sup>2</sup>. Ile egzemplarzy trafiło na makulaturę, odrzuconych przez rozczarowanych „niezrozumiałą” książką czytelników? Ile egzemplarzy spłonęło w Warszawie i w innych miastach dotkniętych przez działania wojenne? Ile zaginęło w dziejowych zawieruchach, przeznaczonych na opał i bibułki do papierosów? Ile pleśnieje w zapomnieniu na strychach i w drugich rzędach domowych bibliotek? Ile więc egzemplarzy dotrwało do dnia dzisiejszego? Zapewne nie więcej niż kilkadziesiąt. Ile z nich z kolei nie trafiło do introligatora, ile nie zgubiło obwoluty (wszak jeden z częstych zwyczajów czytelniczych polega na zdjęciu przeszkadzającej w lekturze i zsuwającej się obwoluty i włożeniu jej pomiędzy szpargały – gdzie zostaje już na zawsze). Kilkadziesiąt? Podobnie jest w wypadku *Sanatorium pod Klepsydrą* – czy do dnia dzisiejszego mogło przetrwać więcej niż kilkadziesiąt nieuszkodzonych egzemplarzy książki, której wartość materialną zaczęto doceniać tak naprawdę nie wcześniej niż w latach dziewięćdziesiątych XX wieku?

Aby znaleźć egzemplarze *Sklepów* i *Sanatorium* z oryginalną oprawą, wystarczyło przejrzeć wyniki aukcji książek. Otóż krakowski dom aukcyjny Rara Avis sprzedał w ostatnich latach kilka egzemplarzy obu książek Schulza. W roku 2010 roku *Sklepy cynamonowe* bez oryginalnej okładki i obwoluty zostały sprzedane za 1600 zł (cena wywoławcza: 240 zł)<sup>3</sup>. Rok później *Sanatorium* z zachowaną przednią stroną obwoluty sprzedano za 7500 zł przy cenie wywoławczej 600 zł. *Sklepy* z kserokopią obwoluty wystawione w roku 2012 sprzedano za 6000 zł (cena wywoławcza: 480 zł). Egzemplarze *Sanatorium*, również z kserokopiami obwoluty, wystawione w latach 2013 i 2014, osiągnęły podczas licytacji odpowiednio 8500 zł (cena wyjściowa: 3000 zł) i 3600 zł (przy takiej samej cenie wyjściowej). *Sklepy* z pierwszą stroną obwoluty w roku 2016 osiągnęły wysoka cenę 12 000 zł (wychodząc od 4200 zł), co świadczy niezbicie zarówno o rosnącej koniunkturze na pamiątki po Schulzu, jak i o tym, że nawet fragment oryginalnej oprawy zwiększa wartość jego książek. O tym, że to prawda, najlepiej świadczą trzy pełne egzemplarze książek Schulza sprzedane w ostatnich kilku latach. W roku 2017 *Sklepy* z obwolutą pozbawioną jedynie grzbietu osiągnęły cenę 39 500 zł (zaczynając od 12 000 zł), w tym samym roku identyczną cenę (zaczy-

2 Ze wspomnienia sekretarki „Roju” Poli Królickiej, przedrukowanego w książce Hanny Kister *Pegazy na Kredytowej* (Warszawa 1980), wynika, że nieznanemu autorowi nie mógł liczyć na nakład większy niż 1200–1500 egzemplarzy (s. 26). Zwrot kosztów wydawnictwa następował po sprzedaży 1000 egzemplarzy. Biorąc pod uwagę, że umowa wydawnicza pomiędzy Schulzem a dyrektorem Mariannem Kisterem na wydanie *Sanatorium pod Klepsydrą* ustalała wysokość nakładu na 1250 egzemplarzy, trudno przypuszczać, aby debiut tę liczbę przekroczył.

3 Katalogi aukcyjne i wyniki aukcji antykwiariatu Rara Avis są dostępne pod adresem: [www.raraavis.krakow.pl/](http://www.raraavis.krakow.pl/) (dostęp: 21.08.2017).

nając od 16 000 zł) osiągnęło kompletne wydanie *Sanatorium*. Rekordy antykwarriatu Rara Avis są jednak dużo bardziej imponujące. W roku 2016 *Sklepy* z lekko naddartą obwolutą sprzedano za 65 000 zł (cena wywoławcza: 6000 zł), a w roku 2012 prawie kompletne (bez grzbietu obwoluty), nie do końca rozcięte (a więc nigdy nieczytane) wydanie *Sanatorium* – za 85 000 zł (zaczynając od zaledwie 3000 zł). Podobne wyniki osiągnął Krakowski Antykwariat Naukowy. *Sklepy cynamonowe* z częściami obwoluty naklejonymi na nową oprawę i wyklejki oraz z dedykacją Schulza dla Efraima Birnbauma zostały podczas aukcji w roku 2017 wycytowane do kwoty 45 000 zł (z 15 000 zł), a rok wcześniej *Sanatorium pod Klepsydrą* z oryginalną okładką i obwolutą, i znów z dedykacją dla Efraima Birnbauma, do wysokości 85 000 zł, przy wysokiej cenie początkowej: 15 000 zł<sup>4</sup>.

Jak zatem widać, cena obu książek Schulza wydanych za jego życia rośnie nie tylko dzięki dedykacji, ale także – i przede wszystkim – dzięki oryginalnej oprawie, co świadczy o tym, że taka pełna, nienaruszona oprawa jest rzadkością, którą cenią sobie bibliofile<sup>5</sup>. Dzięki opisom z katalogów aukcyjnych wiemy, że *Sklepy cynamonowe* zostały wydane w oprawie miękkiej z obwolutą. Do sprzedaży trafiały egzemplarze nierozcięte (co było wówczas w zwyczaju). Na skrzydełku zaś umieszczono wydawniczy blurb. Przytoczmy ten tekst *in extenso*:

Rzadko się zdarza w literaturze, by nowy, nieznanymi pisarz wystąpił z dziełem tak artystycznie skończonym, tak dojrzałym i świadomym pełni sił twórczych, jak *Sklepy cynamonowe* Schulza. Książka ta nie tylko stawia jej autora w rzędzie czołowych pisarzy literatury polskiej; jest ona bowiem rewelacją niezwykle ciekawego i indywidualnego talentu, któremu podobnych trudno by szukać w całej literaturze współczesnej. Świat widziany oczyma Schulza jest światem nowym i nieznanym; ale ta deformacja rzeczywistości nie ma w sobie nic z prób literackich i tak częstego wśród młodych poszukiwania „nowej formy”. Autor *Sklepów cynamonowych* nie poszukuje formy – on nosi ją w sobie, a wizja świata, jaką przedstawia, jest jego własną, rzeczywistą, nie wykoncypowaną wizją. Z niezwykłą plastyką słowa, z rzadką potęgą wyrazu kreśli Schulz swe postacie, jędrne i monumentalne w każdym geście.

Pokusą każdego schulzologa, który zetknął się z tekstem reklamowym wydrukowanym na skrzydełku *Sklepów cynamonowych*, musiało być stwierdzenie,

4 Wyniki aukcji Krakowskiego Antykwariatu Naukowego zob. na stronie: [www.antkrak.krakow.pl/](http://www.antkrak.krakow.pl/) (dostęp: 21.08.2017).

5 Na marginesie muszę podkreślić, że te astronomiczne ceny osiągają nie rękopisy, nie listy, nie oryginalne rysunki czy obrazy, ale zwykłe książki, z reguły nigdy nietknięte ręką Schulza. Sceptyk powie, że to tylko spekulacje snobistycznych bogaczy zbierających pamiątki po ofiarach Holokaustu, ale dla miłośnika twórczości Schulza to wyraźne dowody rangi, jaką osiągnął ten pisarz w Polsce i na świecie.

że oto znalazł się kolejny drobiazg powstały w literackim warsztacie drohobyckiego pisarza. Może to i drobiazg, ale w obliczu głodu na nowe teksty tego autora, w obliczu wieloletniego, podsycanego zwłaszcza przez Jerzego Ficowskiego oczekiwania na *Mesjasza* – może nie jest to główne danie, ani nawet przystawka, ale chociaż aperitif. Nic z tego jednak, trzeba obejść się smakiem. Z żalem muszę stwierdzić, że uważna lektura tego tekstu wyklucza autorstwo Brunona Schulza. Dyskusja oczywiście pozostaje otwarta, ale wypada przytoczyć kilka argumentów potwierdzających ten wyrok:

1. Brak charakterystycznej dla stylu Schulza inwersji składniowej.

2. Brak charakterystycznej dla Schulza leksyki (zwłaszcza zapożyczeń ze słownika wyrazów obcych), która przecież nie była inkrustacją tekstów szlifowanych jako dzieło literackie, ale niezbywalnym elementem stylu tego pisarza, obecnym także w jego prywatnych listach.

3. Brak charakterystycznego dla stylu Schulza zabiegu, polegającego na umieszczaniu słów w nowym, obcym dla nich kontekście, dzięki któremu zyskiwały one nowe, szersze, zaskakujące znaczenia.

4. Tekst jest napisany prostym, komunikatywnym językiem, bez typowej dla Schulza egzaltacji, bujności słowa i frazy. To tekst reklamowy w sensie ścisłym, napisany przez kogoś, kto ma doświadczenie w pisaniu tego typu rekomendacji.

5. ReklamiarSKI ton tego tekstu nie pasuje do skromności i powściągliwości Schulza, który wolał skupiać uwagę na swoim dziele niż na sobie samym.

6. TropY interpretacyjne zaproponowane przez autora tego blurba są dalekie od tych, które Schulz wyłożył w eseju *Mityzacja rzeczywistości* czy w korespondencji. Autor tego tekstu kładzie nacisk na indywidualność nowego talentu, deformację rzeczywistości, autorską wizję świata, plastykę słowa – przemilcza jednak fundamentalną kwestię mityzacji rzeczywistości. Czy Schulz zrezygnowałby z tak wyjątkowej okazji, by zwrócić uwagę czytelnikowi na podstawowe idee, które przyświecały jego pisaniu?

7. Passus o postaciach jędrnych i monumentalnych w każdym geście jest co najmniej dyskusyjny, w najgorszym razie zaś może świadczyć o błędnym odczytaniu książki. Czy Schulz w swej pierwszej autoprezentacji kierowałby uwagę czytelników na boczne albo i ślepe tory interpretacji?

8. Pojawia się sugestia, że *Sklepy cynamonowe* to książka młodego autora. Czterdziestoletni Schulz z pewnością tak by o sobie nie napisał.

Co istotne, wiele tych brakujących elementów, których obecność mogłaby potwierdzić autorstwo Schulza, z łatwością odnajdziemy w tekście ze skrzydełek *Sanatorium pod Klepsydrą*. Jest on jakby przeciwieństwem notki ze *Sklepow cynamonowych*<sup>6</sup>. Tekst ów razi pewną nieprofesjonalną nieporadnością – jest

---

6 J. Ficowski, op. cit., s. 167.

zbyt trudny, natchniony, hermetyczny, a nawet zagmatwany, aby przemówić do szerszego kręgu czytelników, a przy tym zawiera fałszywie w tym otoczeniu brzmiący zwrot reklamarski („najbarwniejsza, najbardziej oszałamiająca fabuła”). Schulz, starając się połączyć trzynaście zabranych pod jedną okładką opowiadań jakąś jedną nicią, odwołuje się do potrzeby odnowienia świata poprzez moc zachwyty i inspiracji za pomocą poezji, fragmentów prywatnego mitu dzieciństwa i powszechnej mitologii, w kontraście między tym, co wzniosłe, niesamowite i cudowne, a tym, co trywialne, codzienne i realistyczne. Na koniec kreśli swój autoportret, porównując się do natchnionych średniowiecznych kapłanów i rzemieślników, piszących i ozdabiających swe księgi z pragnieniem stworzenia dzieła w pełni oddającego zamysł artysty. Ten ostatni fragment jest trawestacją charakterystyki Feliksa Lachowicza z recenzji poświęconej jego twórczości<sup>7</sup>, co dodatkowo potwierdza i tak widoczne gołym okiem autorstwo Schulza.

Można snuć podejrzenia, kto napisał tekst na obwołutę *Sklepów cynamonowych*. Schulz z pewnością nie miał doświadczenia w pisaniu tego typu eksplikacji, rządzących się specyficznymi przykazaniami, spośród których nadrzędnym jest: sprzedać książkę. Właściciele wydawnictwa najpewniej nie spodziewali się, że ten właśnie autor przysporzy im jakichś większych zysków, o czym świadczy decyzja, aby sam sfinansował druk własnego dzieła<sup>8</sup>. Możliwe więc, że aby trochę wesprzeć źle rokujący tytuł, poproszono o napisanie reklamowego tekstu kogoś, kto zachęciłby do lektury onieśmielonych arcydziełem czytelników, wydobywając na jaw jego ukryte, nieoczywiste sedno. W „Roju” sprawami literackimi zajmował się Melchior Wańkowicz, ale czy jako kierownik wielkiego wydawniczego instytutu, wiecznie nieobecny w biurze, zajęty własną pracą literacką<sup>9</sup>, pisałby notę na okładkę nic nieznaczącego debiutanta? Możemy przyjąć, że tekst napisał jakiś anonimowy redaktor lub też jeden z doradców literackich Mariana Kistera (na przykład Jerzy Pański, Aleksander Wat, Andrzej Stawar czy Kazimierz Błeszyński), ale w pośpiechu, który towarzyszył pracom edytorskim (Schulz pozyskał zainteresowanie wydawcy po Wielkanocy roku 1933, książka była gotowa przed Nowym Rokiem), w wydawnictwie, które w roku 1933 opublikowało 93 tytuły i nie zatrudniało redaktorów, a ciężar korekty zrzuciło na barki samego autora<sup>10</sup>, raczej poproszono o pomoc kogoś, kto dzieło dobrze znał i kto mógł taką przysługę zrobić zarówno wydawcy, jak i autorowi. Tak jest, tą osobą mogła być wyłącznie Zofia Nałkowska, odkrywczyni talentu i opiekunka świeżo upieczonego pisarza. U progu swej literackiej kariery Schulz nie miał jeszcze zbyt

7 Por. B. Schulz, *Prawdziwy płomień sztuki (z wystawy p. Lachowicza)*, „Przegląd Podkarpacia” 1934, nr 12, s. 1.

8 Jak twierdzi Hanna Kister, jej mąż miał awersję do tomów opowiadań, bo „źle idą” (op. cit., s. 35).

9 Kisterowa pisze: „Wańkowicz pojawiał się w biurze rzadko, tylko wtedy, kiedy miał coś do załatwienia” (ibidem, s. 60).

10 Ibidem, s. 25, 75.

wielu znajomości w świecie wydawniczym i artystycznym. Dlaczego jednak nie podpisała się pod swą rekomendacją? Jej nazwisko z pewnością uwiarygodniłoby pochwały skierowane pod adresem autora. Zdecydowała ostrożność? Brak wiary w sukces debiutanta? Niechęć do wypowiedzania się przez reklamową tubę? W tym miejscu przerwijmy dalsze spekulacje, skądinąd bardzo kuszące, albowiem brakuje tu choćby jednego mocnego argumentu, który podparłby tę wątplą konstrukcję zbudowaną z faktów i domysłów.

Współcześni badacze tekst z okładki *Sklepów cynamonowych* zgodnie pominięli, w odróżnieniu od recenzentów debiutu książkowego Schulza, którzy poświęcili mu kilka refleksji. Wyłącznie krytycznych. Zgodnie uznali go za wytwór wydawniczej autoreklamy, którą niezmiennie cechuje kłamliwy samozachwył. Fragment tego tekstu zacytował Adam Grzymała-Siedlecki w szkicu *Etiudy planetnicze*, kwitując go powiedzonkiem pana Jowialskiego: „sam powiedział, że ma rozum”<sup>11</sup>. Z kolei Zofia Niesiołowska-Rothertowa w recenzji opublikowanej w czasopiśmie „Kobieta Współczesna” zauważa, że „w notatce wydawców są takie pochwały, jak gdyby nadeszło dla literatury oczekiwane ciągle objawienie wspaniałego talentu”. Kolejne zdanie tej recenzji lśni wspaniałym krytycznoliterackim nieporozumieniem: „Może, oprócz reklamy, wyraża się w tym rzeczywiście tęsknota do wielkich zdarzeń artystycznych, ale pierwsze dzieło Brunona Schulza nie uprawnia do takich zachwyłów”<sup>12</sup>. Teofil Bernard Syga dostrzega w tego typu zabiegach reklamowych, obiecujących „nowy rewelacyjny superszlagier sezonu”, „przeniesienie [...] metod reklamy kinematograficznych do dziedziny znacznie subtelniejszej i ważniejszej – do literatury”. Jego zdaniem nikt takiej reklamie już nie wierzy, „gdyż zbyt wiele zapowiedzi nie zostało dotrzymany”. Jednakże „wydawcy, nie licząc się zupełnie z tym, co stać się może jutro, żyją wyłącznie chwilą. Zachwalają swój towar w ten sposób, jak gdyby książka była produktem spożywczym, który już wieczorem może ulec zepsuciu. I tracą kredyt u publiczności czytającej na przyszłość. Pałają za sobą wszystkie mosty, jak domokrażcy, którzy sprzedają lichy towar świadomie, wiedząc, że na podwórku, gdzie dobili targu, więcej się już nie zjawia”. Podobnie zresztą hojnie szafuje superlatywami krytyka, dlatego zdaniem Sygi często nie sposób odróżnić jej głosu od krzyku zachwalającego swój towar wydawcy. Schulz miał paść ofiarą właśnie takiego zjawiska, które codziennie wynosi na piedestał nowych „czołowych pisarzy”<sup>13</sup>. „Bo u nas niestety jeszcze ciągle opinia publiczna daje się po dziecięcemu sugerować ukrytym, lecz doskonale rutynowanym w reklamie siłom” – kwitował swą recenzję debiutu Schulza Jan Bielatowicz, dodając, że takie książki jak *Sklepy*

11 A. Grzymała-Siedlecki, *Etiudy planetnicze*, „Kurier Warszawski” 1934, nr 11, s. 4.

12 Z. Niesiołowska-Rothertowa, „*Sklepy cynamonowe*”, „Kobieta Współczesna” 1934, nr 5, s. 83.

13 T. B. Syga, „*Sklepy cynamonowe*”, „Gazeta Warszawska” 1934, nr 127, s. 4.

*cynamonowe* reklamuje się głośno tylko dlatego, że są „przeciwieństwem polskiej twórczości narodowej”<sup>14</sup>.

Czy jednak naprawdę książka Schulza poprzedzona była głośną i agresywną kampanią reklamową? Trudno w to uwierzyć. Oprócz tekstu na skrzydełku oraz kilku zapowiedzi w „Wiadomościach Literackich” i w wydawanym przez „Rój” reklamowym miesięczniku „Nowości Literackie Poświęcone Praktycznym Potrzebom Czytelnictwa” trudno znaleźć jakiegokolwiek inne ślady działania promocyjnej maszyny wydawnictwa. Potwierdzają to także świadectwa z epoki. Herman Sternbach w recenzji *Sklepów* opublikowanej w „Miesięczniku Żydowskim” pisał: „Książka sama utorowała sobie drogę – nie wyprzedzały jej hałaśliwe puzony koniunkturalne ni krzyk reklamy czy autoreklamy. Jest bowiem zadziwiająco dojrzała, jednoznaczowa; dowodem wysokiego artyzmu, a jednak nie eksperymentem literackim, lecz wyrazem szczerzej bezpośredniości. Tym się tłumaczy jej siła sugestywna”<sup>15</sup>. Schulz, decydując się na wydanie *Sklepów* w „Roju”, kierował się, jak wiemy z jego listu do profesora Szumana, tym, że oficyna Kistera i Wańkowicza dbała o reklamę swoich książek<sup>16</sup>. Wydawca ze swego zobowiązania się wywiązał, ale w zakresie, który odpowiadał takiemu dziełu jak *Sklepy cynamonowe*. Książka nie zapowiadała się jako bestseller, należała do gatunku artystycznej prozy poetyckiej, trudnej w odbiorze, przeznaczonej dla wyrobionego czytelnika. Nie mogła liczyć na masowe zainteresowanie. Jej promocją zajmował się więc głównie sam autor, reklamując swe dzieło głównie w środowiskach literackich skupionych wokół „Wiadomości Literackich” i Zofii Nałkowskiej. Jak wiemy – dość skutecznie.

Na koniec warto zadać pytanie, czy tekst ze skrzydełka pomógł recenzentom w opisanu głównych cech *Sklepów cynamonowych*. Czy w swoich ocenach podążali oni wskazanymi przez wydawcę ścieżkami? Cóż, znowu możemy jedynie snuć domysły, niemniej jednak w tekstach krytycznych poświęconych debiutowi Schulza często pisano o wzmiankowanej na okładce deformacji świata przedstawionego i niespotykanej plastyce słowa, wskazywano, że autor objawił w swym pierwszym dziele dojrzały i skończony talent, że jest to talent na tle innych pisarzy odznaczający się indywidualnością. Można więc na tej podstawie przypuszczać, że tekst na skrzydełku dopomógł niektórym krytykom w ocenie i interpretacji dzieła, na pewno jednak nie wpłynął on znacząco na jego recepcję, autorzy recenzji z reguły doszukiwali się w nim bowiem dużo głębszych pokładów interpretacji.

Z pewnością ten drobny tekścik nie zmieni naszego postrzegania twórczości literackiej Schulza, ale nie zasługuje też na całkowite zlekceważenie i zapomnienie – jest bowiem jednym z pierwszych świadectw bogatej i ciekawej recepcji tej twórczości w przedwojennej Polsce.

---

<sup>14</sup> J. Bielatowicz, *Przereklamowana książka. Czyli o „Sklepiach cynamonowych”*, „Warszawski Dziennik Narodowy” 1935, nr 7, s. 4.

<sup>15</sup> H. Sternbach, „*Sklepy cynamonowe*”, „Miesięcznik Żydowski” 1934, nr 4, s. 384.

<sup>16</sup> B. Schulz, *Księga listów*, wybrał i przygotował do druku J. Ficowski, uzupełnił S. Danecki, Gdańsk 2016, s. 39.