



Les visiteurs affluent dans le camp d'Auschwitz. Il y en a eu plus de deux millions en 2019. Le travail de mémoire se poursuit.

REPORTERS/DPA

Le difficile travail de mémoire dans un “must” du tourisme

Je ne m'attendais pas à ce qu'il y ait autant de monde!”, s'étonne Amanda, une trentenaire française venue faire son “devoir de mémoire” à Auschwitz. C'est vrai que les photographies, prises lors d'événements commémoratifs, montrent souvent le Mémorial déserté, et les chefs d'État dans la solitude du recueillement. Difficile d'imaginer une foule dense, épaule contre épaule, dans le block 11, où étaient torturés les prisonniers, ou devant les montagnes de chaussures et de cheveux qui témoignent de l'horreur de l'extermination de 1,1 million de femmes, d'enfants, d'hommes, dont 90% de Juifs.

Entrées limitées à 1000 visiteurs par heure

Pourtant, les touristes sont de plus en plus nombreux à profiter d'un séjour à Cracovie pour faire un détour par Auschwitz – des tour-opérateurs proposent des excursions à la journée, avec guides et transports.

Le Mémorial, où sera célébré, ce lundi 27 janvier, le 75^e anniversaire de la libération du camp de concentration nazi par l'Armée rouge, a connu une fréquentation record en 2019: 2,15 millions de visiteurs. Depuis quelques années, les entrées y sont donc limitées à 1000 par heure. La priorité est donnée aux visites

guidées fortement encouragées par le Mémorial pour comprendre les enjeux et la signification d'Auschwitz.

Ce qui n'empêche pas le Mémorial d'être soumis aux inconvénients du tourisme de masse. Dégradations, vols et saluts nazis qui, une ou deux fois par an, nécessitent l'intervention de la police. Selfies de groupes hilares sous l'inscription “Arbeit macht frei”, pose devant la Porte de la Mort de Birkenau sont régulièrement publiés sur Facebook et Instagram. Ces images provoquent des commentaires et des articles de presse indignés.

C'est Pawel Sawicki, le responsable des réseaux sociaux du Mémorial, qui a la difficile mission de définir ce qui est respectueux, et ce qui ne l'est pas. Il plaide la tolérance, d'autant que la très grande majorité des visiteurs du camp nazi sont des adolescents en voyage scolaire: “Ils prennent simplement des photos comme ils en ont l'habitude. Je regarde les légendes, j'essaie de comprendre la motivation de l'auteur. Quand la ligne est franchie, je les invite à réfléchir à ce qu'ils ont posté, je leur rappelle que plus d'un million de personnes sont mortes à Auschwitz.”

L'apport des réseaux sociaux

Engagé dans cette campagne de sensibilisation depuis cinq ans, Pawel Sawicki

Il plaide la tolérance, d'autant que la très grande majorité des visiteurs du camp nazi sont des adolescents en voyage scolaire.

observe une diminution du nombre d'images qui portent atteinte à la mémoire des victimes.

En plus de ce rôle de vigie, Pawel Sawicki a fait des réseaux sociaux un outil éducatif – portraits de déportés et rappel de faits historiques sont publiés en polonais et en anglais presque toutes les heures sur Twitter (1 million d'abonnés). Le Mémorial corrige aussi les erreurs factuelles, qu'elles soient fortuites ou malveillantes, qu'elles viennent de particuliers ou de responsables politiques.

Les réseaux sociaux permettent aussi de relayer les témoignages des survivants. Ce sont eux qui, durant des décennies, sont intervenus dans les écoles et ont accompagné des classes à Auschwitz.

“C'étaient des visites exceptionnelles, ils expliquaient tout ce qu'ils avaient vécu”, se souvient Antoni Stanczyk. Guide depuis une vingtaine d'années, il leur a promis d'exercer ce métier tant qu'il le pourra, pour perpétuer le souvenir de leurs familles exterminées, et rappeler à quoi peuvent conduire “la haine et la xénophobie”. Ce lundi, ils seront 200 survivants à assister aux cérémonies, peut-être pour la dernière fois. “Que des millions de gens viennent à Auschwitz, c'est un signe d'espoir!”, souligne le guide.

Justine Salvestroni, à Auschwitz