

zapach złotych papierówek pachnących przeszłością; zachwycają kropelki rosy mieniące się o poranku na liściach lopianu, ciche jaskółki wieczoru, rozwiane grzywy rumaków na czerwonym wygonie nieba, pulsujące słońce doliny nad Luciążą, konary jesionów rosnących / przed bramą rodzinnej zagrody. W tym ogrodzie pełno luster i zegarów. Lustra są całe i popękane, lustra magiczne, kumulujące prawdę o przemijaniu. Poeta stojąc przed takim lustrem skonkludował: *tamten pan z lustra / nie jest mną / sprzed lat trzydziestu – / nigdy nie będzie dawnym Jurkiem M.* Dla lustra to nieskończoność.

W tę dal rzuca Poeta pytanie: *Czy życie jest snem a sen życiem?*

A zegary? No cóż. Tutaj są okrutne, bo zabierają czas Poecie, który mówi:

*czasem (...)
włóczę się jak wkurzony anioł
zakładam białe rękawiczki
by dołożyć zegarom
rozbić otaczający nas pierścień czasu*

Te zegary wyją wskazówkami, ich tykanie jest dodatkiem / do mrocznego ciągu rozmyślań.

W tym przedziwnym, poetyckim ogrodzie można spotkać też różnych ludzi ze świata sztuki. Jest tu cała plejada postaci wybitnych – malarzy surrealistów, których Jurek zaprosił do swoich wierszy, bo ich twórczość cenil i podziwiał. Są poeci (*W barze nad kuflem siedzi znużony poeta / kolejny raz próbuje w piwie / odnaleźć sens życia*) i są zwykli ludzie, przede wszystkim kobiety. Co prawda w tytułowym wierszu Jurek przyznał, że *Dzisiaj skończyła się przygoda z Jolką T. / a z nią moja fascynacja / kobietami*, ale wydaje mi się, że to chyba zostało powiedziane pochopnie, bo fascynację kobietami odnajduję w wielu wierszach z tego tomiku. Jakże wymowna jest pretensja do Boga zawarta w wierszu „List szósty” z cyklu „Listy z domu innego Boga”:

*leżę w bezdechu
podglądam ciche jaskółki wieczoru
cień krzyża
i długie nogi dziewczyn
jak kolumny od ziemi do nieba*

*Po co mnie karmisz tu i teraz
tym widokiem Panie
skoro nie pozwalasz
skosztować owoców młodości*

Nie sposób tutaj powiedzieć o wszystkim, co można spotkać w tym przedziwnym ogrodzie kwitnących wierszy. Oczywiście czeka w nim na nas przede wszystkim sam Jurek – w większości utworów skupiony, pełen zadumy, dzielący się z nami swoimi przeżyciami zrodzonymi w różnych okolicznościach, swoją wiarą, refleksjami na temat upływającego czasu i istoty człowieczeństwa; wartościami, które powinny wyznaczać człowiekowi kieru-

nek; rozterkami, pytaniami.

Choroba odcisnęła piętno na wielu tych tekstach. To co mnie poraziło, to tak jasno wyrażone przecucie bliskości *drugiego brzegu*. Ale wciąż jeszcze zachowuje Jurek tak charakterystyczny dla siebie humor i dystans, kiedy pisze choćby to:

*znów przegrałem z losem
który kolejny raz bezkompromisowo
położył mnie na obie łopatki*

Otwieram tomik naszego Kolegi-Poety i czytam z drzeniem serca jego słowa z pierwszego wiersza: *Od kilku dni mam wrażenie że już mnie nie ma...*

BARBARA GAJEWSKA



Poeta i internet

Że poeta publikuje tom wierszy, to naturalne. Że wydaje książkę prozatorską lub krytyczną, to także się zdarza. Ale, że poeta jest autorem udanej książki z dziedziny politologii, to się chyba zdarza bardzo rzadko, ale jednak się zdarza.

Zatem Jarosław Zieliński, poeta i prozaik, laureat Nagrody Literackiej im ks. Jana Twardowskiego za poetycki zbiór *Słowa i linie* w 2012 roku, zresztą trudno byłoby wymienić wszystkie role, w których występował, opublikował książkę pt. *Marketing polityczny w Internecie*, która powinna stać na przyszłowiowej półce wszystkich studentów politologii i dziennikarstwa. Powinni się z nią zapoznać także politycy i to niekoniecznie wchodzący dopiero do politycznej profesji, także ich doradcy, urzędnicy państwowi, tzw. specjaliści od wizerunku politycznego... Zresztą, dość tego wyliczania.

Na początek, skoro wspomnieliśmy o literackich predyspozycjach autora napiszmy, iż książka zachęca do lektury właśnie barwnym i potoczystym językiem. To jeden z jej atutów. Jasny i przejrzysty wykład podany literackim językiem. To jej wartość, ale nie jedyna. Drugim jej atutem jest kondensacja treści. Każde zdanie w tej książce jest ważne. Każde przynosi ciekawą informację lub zwięzły komentarz.

Autor przypomina początki marketingu politycznego, podaje jego liczne przykłady nie tylko w polskim publicznym życiu, różne jego definicje, ale nigdy nie zanudza. Po lekturze tej książki otrzymujemy skondensowaną dawkę wiedzy. A to przecież jest bardzo ważne. Świat ostatnio bardzo przyspieszył, i nie mamy czasu zaglądać do opasłych i nudnych prac.

Także podpowiedzi, jak działać w poli-

tycznym marketingu, co jest w nim najważniejsze etc., nie są w tej książce wydumane. Za każdą stoją źródła, a trzeba przyznać, iż są to źródła wielorakie. Zieliński np. korzysta z bogatego serwisu prasowego, w którym porusza się z wielką znajomością rzeczy, przytacza prace dotyczące interesującego go zagadnienia w języku angielskim (pozaodróżnić językowej biegłości), co w naturalny sposób ubarwia jego wykłady. Zresztą humoru i komizmu w polskiej polityce po 1989 roku, często siermiężnej, czy wręcz odpychającej ludzi o słabych nerwach, trudno byłoby nie zauważyć. I dlatego autor nie pomija w swojej pracy tej barwnej strony naszego życia politycznego, i uzbierał nieco anegdot o satyrycznym czy żartobliwym zabarwieniu. Przytacza językowe lapsusy, które się politykom zdarzyły we wczesnych latach dziewięćdziesiątych. Dodam, że mistrzem pozostaje tu wciąż Lech Wałęsa, choć jego adwersarze starają się, oj starają, by mu dorównać. Po prostu to czym żyje i ulica, i Internet trafiło do tej książki.

Internet, który istnieje zaledwie pięćdziesiąt lat, bardzo się zmienił, początkowo przynosił tylko suche informacje, współcześnie stał się targowiskiem próżności, jarmarkiem towaru nie zawsze pierwszej jakości, ba, wymalowaną dziwką, jak twierdzą niektórzy, ale ciągle pozostaje przecież Internetem, tym instrumentem, który choć właściwie nieuchwytny, to przecież na co dzień otacza nas i pochłania coraz zachłanniej; zwłaszcza młodych, bez skrupułów, wciąga w swoją czeluść, mnożąc fora randkowe i nierandkowe, i każde inne, nadto blogi, portale, Twitter i co tam jeszcze. Nic więc dziwnego, że jak grzyby po deszczu powstają w naszym kraju ośrodki, które leczą... od internetowego uzależnienia. Właśnie. Czym jest Internet? Na to pytanie, także odpowiada autor, który, mało kto wie, był posiadaczem jednego z pierwszych w naszym kraju osobistych komputerów.

A marketing polityczny – zdaniem Zielińskiego – „może być rozumiany jako zespół teorii, metod, technik i praktyk społecznych mających na celu przekonanie obywateli, by udzielili poparcia politykowi, partii lub projektowi politycznemu”. Czyli coś blisko propagandy, ale nie tej, której z pasją w PRL-u oddawali się Szulczewski czy Wojtasik. Dziś marketing dysponuje subtelnymi metodami, perswaduje delikatniej, choć pewnie sięga głębiej do naszego jestestwa; być może nie wszyscy zdają sobie sprawę, jak działa na naszą podświadomość. Ba, ale jak to udowodnić, jak się nie dać? Przecież wszyscy pragniemy być uwodzeni. Internet dobrze temu służy. Podobnie jak telefon komórkowy. Łatwo dostrzec, że krzepko dzierży go w dłoni każda młoda kobieta, nieustannie jest nim zaferowana. Szukać przyczyn u Freuda, to stanowczo za mało. A i mężczyźni, głównie młodzi, dla których samochód był wczoraj przedłużeniem wiadomo czego, dziś z dziw-

(Dokończenie na stronie 20)