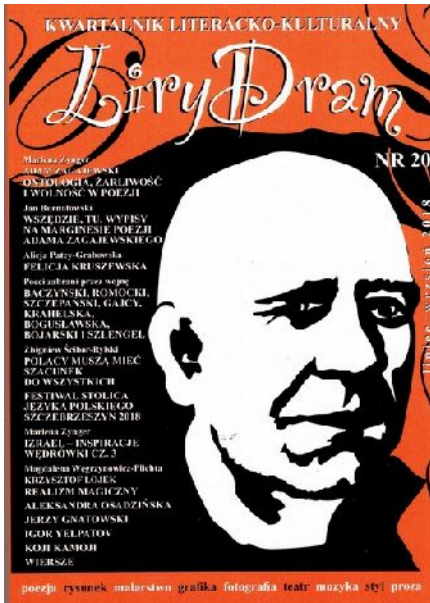


Dwudziestka „LiryDramu”

Wiedza o współczesnym świecie dociera do nas za pośrednictwem różnych mediów, głównie poprzez telewizję, radio, internet. Są także gazety i czasopisma, ale współczesny świat to przede wszystkim media elektroniczne. Jednak to prasa jest uważana za jeden ze zwiastunów współczesnej kultury. A jeśli przyjmiemy, że są to czasopisma z bardzo szeroko rozumianej humanistyki i kultury, to okaże się, że każda nowa inicjatywa mająca na celu upowszechnianie wartości nieprzemijalnych jest jak najbardziej potrzebna.



Ukazał się dwudziesty numer Kwartalnika Literacko-Kulturalnego „LiryDram”. W czasach pilota telewizyjnego i smartfona to już dość długi okres. Długi, bo w końcu od dwudziestu kwartałów udaje się **Marlenie Zynger**, pomysłodawczyni i redaktor naczelnej zarazem, wydawać pismo, które nie jest przeznaczone dla przeciętnego odbiorcy. Trudne to zadanie, bo przecież większość społeczeństwa gustuje dzisiaj w prasie łatwej, lekkiej, przyjemnej i najczęściej głupiej.

Byłem przy narodzinach pisma, ba, nawet podczas jego poczęcia. Wiele godzin przegadaliśmy z Marleną Zynger o tym, jak takie pismo założyć, jak je potem „robić”. Muszę przyznać, że warto było, bo dzisiaj po pięciu latach jest to pismo, które z powodzeniem może konkurować z najlepszymi tego typu pismami w kraju. Zadziwia szeroki wachlarz tematyczny zawarty w każdym numerze. Oprócz literatury znaleźć można praktycznie wszystkie tematy szeroko rozu-

mianej kultury. Są wywiady, relacje, reportaże, krytyka, teatr, sztuki plastyczne.

Ciszę się, że „LiryDram” przetrwał ten pierwszy, najważniejszy dla tego typu pism okres i za dwadzieścia lat będziemy mogli świętować naprawdę piękny jubileusz tego jakże potrzebnego periodyku.

Andrzej Dębowski

Pytanie o los poezji?

Czy metafora przeżyje?

W ostatnim dniu Międzynarodowej Konferencji Poetyckiej w Poznaniu, którą zorganizował Wielkopolski Oddział Związku Literatów Polskich, pojawiły się pytania o los poezji. Zasadniczą kwestią rozważań stała się relacja twórca-odbiorca czy może bardziej relacja wiersz – odbiorca. Gdyby sformułować kwestię powyższej zależności w formie pytania, mogłoby ono brzmieć następująco: Czy współczesna poezja skazana jest na konieczność dostosowania się do potrzeb i oczekiwań odbiorcy, czy ma szansę na pozostanie niezależną i mądrze niezwykłą dziedziną literatury pięknej, bez konieczności dryfowania w kierunku orientacji schlebiana gustom odbiorcy, oscylującym z kolei w kierunku czynienia ze sztuki wartości popularnej.

Rozważania i dyskusje wywołał wykład francuskiej poetki, wiceprzewodniczącej Związku Pisarzy Rhône Alpes we Francji Aichy Vesin Cherif na temat tendencji rozwoju współczesnej poezji we Francji i zagadnienia roli Internetu jako medium rozpowszechniającego i propagującego sztukę, w tym również poezję. Spostrzeżenia Aichy Vesin Cherif nie zaskoczyły słuchaczy, zwróciły uwagę na zależność między masowością i nieograniczonymi niczym możliwościami popularyzacji wszelkich tworów poetyckich na stronach internetowych a kształtowaniem się modelu jakości sztuki. Jak przez to niepewnym i chybotliwym, nawet zagrażającym dla wartości sztuki, źródłem rozpowszechniania i poznawania poezji jest Internet.

W obliczu pojawiającego się w całej Europie zjawiska pauperyzacji duchowej społeczeństw, zagadnienie to staje się ważnym. Księgarskie półki w znakomitej większości zapełniają nie dzieła klasyków literatury pięknej czy nowa oceniana przez krytyków jako wartościowa, poezja, lecz pozycje konkurujące z sobą o zainteresowanie odbiorcy

ciekawością banału, zwykłością lub niezwykłością codzienności, karmiącej się plotką, współczesnym lub zamierzczym skandalem obyczajowym, politycznym, społecznym, tudzież poradnikami wspierającymi lansowany przez media globalny model, oczekiwany wzór postaw dotyczący wszystkich dziedzin życia i wielu aspektów zachowania człowieka.

Literatura to marginalna nisza (Aicha nazwała nawet komercyjne twory współczesnego księgarstwa i wydawnictw literaturą). Naturalną konsekwencją tego stanu jest fakt, iż plany- plony literackie znajdują swojego masowego odbiorcę w Internecie. W internetowym sposobie propagowania sztuki tkwi jednak pułapka. Zastawia ją i autor, i odbiorca. Bowiem Internet w obliczu powszechności nie kontroluje ni jakości, ni ilości, każdy twór znajdzie swojego odbiorcę, pozostawiającego znak akceptacji w postaci odosłony z powodów kuriozalnie różnych – od zachwyty po niechęć, od sympatii do antypatii, od zrozumienia po zupełny jego brak. Pomijając kwestię gustu, erudycji czy oczekiwanych przeżyć w aspekcie percepcji poezji, jakkolwiek utwór zamieści jakkolwiek autor, jakkolwiek poziom estetyczno-filozoficzny jego dzieło reprezentuje, otrzyma potwierdzenie jakości w postaci akceptacji przez odwiedzającą go grupę ludzi (tak, ludzi, bo czasem nawet nie czytelników), znajomych, przypadkowych surferów, okolicznościowych poszukiwaczy wierszy czy wreszcie świadomych odbiorców sztuki. Ciężar wartości i sensowności tworzenia przenosi się na odbiorcę, na jego wymierną ilość.

Poeta czy pseudopoeta w tych warunkach istnieją na takich samych prawach, bez względu na wartość stworzonego dzieła. Geniusz i grafoman. Artysta i wierszokleta. Dzieła sztuki i absurdalne wynaturzenia popkultury karmią się akceptacją odbiorcy w postaci ilości odosł. Odbiorca staje się twórcą weryfikującym sens istnienia utworu. Ponieważ Internet jest popularny i powszechny, sztuka tam obecna traci wymiar wyjątkowości i jedyności, wchodzi w wymiar popularności, poddaje się zatem kwalifikatorom popularności. Jaka zatem przyszłość czeka poezję? Jaka przyszłość czeka poetę? Czy ona zdoła oprzeć się mechanizmom społecznej potrzeby wchłaniania tego, co łatwe i proste, by tylko być i móc się sprzedać? Czy on zdoła ustrzec się przed losem, który priorytetowy sens istnienia sztuki przekłada bardziej na twórcę niż dzieło, które może w ogóle nie istnieć a być tylko sposobem prezentowania popkulturowego artysty. Pytania te są tak samo bezradne, jak pytania o wartości najwyższe czy ostateczne. Pozostaje dla nich najcudowniejsza najwspanialsza na świecie idea wiary.

Edyta Kulczak

Gazeta Kulturalna
Poezja Proza Krytyka Historia Sztuka Muzyka

Wydawca i redakcja: DOM KULTURY 97-425 ZELÓW, ul. Kościuszki 74, tel. (044) 6341098; 504630543; e-mail: andrzejdebowski@wp.pl www.gazetakulturalna.zelow.pl

Redaktor prowadzący — **Andrzej Dębowski**.

Współpraca: Józef Baran, Emil Biela, Tadeusz Czerniawski, Małgorzata Dębowska, Anna Dominiak, prof. Igancy S. Fiut, Joanna Friedrich, Andrzej Gnarowski, Kazimierz Iwosse, Stefan Jurkowski, Rafał Orlewski, Janusz Orlikowski, prof. Maria Szyszowska, Tadeusz Zawadowski, Leszek Żuliński.

Współpraca techniczna: Małgorzata Kotala, Agnieszka Kowalczyk.

Redakcja nie zwraca niezamówionych materiałów. Zastrzega sobie prawo do skracania artykułów oraz zmian tytułów nadsyłanych tekstów bez uprzedniego powiadomienia autora. Skład: Andrzej Dębowski. Druk: „TAGRAF”, 98-113 Buczek, Bachorzyn 13, tel. (043) 677-41-56.