

Dominik Antonik

Uniwersytet Jagielloński

LITERATURA W KULTURZE AUDIOWIZUALNEJ: OD AWANGARDY DO JACKA DEHNELA

Minęło właśnie pierwsze dziesięciolecie XXI wieku: naukowa refleksja na temat współczesnej cywilizacji opartej na nowych środkach komunikacji dościga powoli futurologiczne wizje, które niedawno traktowano raczej jako produkt rozbuchanej wyobraźni niż prognozy rozwoju kultury. Wciąż jednak, jak twierdzą Grzegorz Godlewski¹ i Andrzej Mencwel², jesteśmy ludźmi pisma. Mimo ekspansji cybernetyki i audiowizualnych środków przekazu pismo nadal stanowi nasze podstawowe wyposażenie kulturowe i uznawane jest za medium uprzywilejowane oraz dominujące.

Czy oznacza to, że pismo na stałe zdefiniowało literaturę i w dobie gwałtownych przemian cywilizacyjnych, kiedy, jak pisze Godlewski, „pole doświadczenia kulturowego rozszerza się w tempie dotąd niespotykanym”³, literaturoznawcy i zwykli czytelnicy mogą siedzieć z założonymi rękami, spoglądając podejrzliwie na nowe tendencje w sztuce i zadając sobie pytanie: „czego w tej kulturze jeszcze nie wymyśla”? Taka postawa jest tak samo naiwna, jak paradygmat rewolucji cyfrowej zakładający zastępowanie starych mediów przez te bardziej zaawansowane technicznie.

Nowe media przeobrażają podstawy kultury. Nie są zagrożeniem dla tradycyjnych środków przekazu, bo na scenie komunikacyjnej współwystępują media stare, nowe oraz – kluczowe dla ciągłego rozwoju wszystkim form kultury rezultaty ich wzajemnej modyfikacji – media stare przekształcone

¹ Zob. G. Godlewski, *Jack Goody, uczoney w piśmie* [w:] J. Goody, *Logika pisma a organizacja społeczeństwa*, przekł., wstęp i red. G. Godlewski, Warszawa 2006.

² Zob. A. Mencwel, *Wyobraźnia antropologiczna. Próby i studia*, Warszawa 2006.

³ G. Godlewski, *Słowo o antropologii słowa* [w:] *Wiedza o kulturze polskiej u progu XXI wieku*, red. S. Bednarek, K. Łukasiewicz, Wrocław 2000, s. 163–164.

w nowe⁴. Literatura nie jest więc ustaloną od tysięcy lat formą twórczości, ale żywym zjawiskiem, które w zależności od kulturowego usytuowania przybiera różne formy i wymaga odpowiednich kompetencji odbiorczych. Literatura przekazywana ustnie była czymś zupełnie innym od tekstów zapisywanych, te zaś niewiele mają wspólnego z literaturą tworzoną w epoce druku. Te trzy formy przekazu literackiego doczekały się rzetelnych opracowań⁵, uwzględniających naturę medium, komunikacyjne konsekwencje i antropologiczny kontekst doświadczania kultury. Jednak sposób funkcjonowania literatury i jej czytelników w dzisiejszej infrastrukturze medialnej wciąż nie został do końca rozpoznany. Nie jest to łatwe zadanie, gdyż szybkość przeobrażeń kulturowo-cywilizacyjnych osiągnęła niespotykany wcześniej poziom, a pole literatury nie jest wolne od zmian. Ustalony, wydawałoby się, przedmiot zainteresowania literaturoznawców traci rozpoznane funkcje i formy. Jak pisze Kluszczyński, „te obszary egzystencji, które niegdyś zostały oswojone, przybierają dziś obce kształty. Świat wymyka się poznaniu”⁶.

Trudności z określeniem granic literatury i sztuki pojawiły się wraz z rewolucją techniczną z przełomu XIX i XX wieku, która zupełnie przekształciła kulturę. Zmieniła się pozycja pisarza względem rynku i odbiorców, wyłoniło się społeczeństwo masowe, powstały środki masowego przekazu. Wielu twierdziło i twierdzi do dzisiaj, że wraz z rozwojem nowych mediów tradycyjna twórczość – w tym literatura – pójdzie do lamusa. Na podobne opinie dobrą odpowiedzią jest komentarz Wolfganga Welscha:

Dawne formy doświadczenia i postrzegania nie wymierają przecież po prostu, jak głoszą i pragną niektórzy entuzjaści elektroniki. Galaktyka Gutenberga nie rozpada się, lecz zmienia swój sens. Czytelnicy książek w epoce elektronicznej nie są po prostu skamielinami, jak chcieliby nas traktować – o ironio: w książkach – propagandyści nowej monokultury sztucznych światów⁷.

Już awangarda dostrzegła możliwość eksperymentu, przekroczenia literatury czy jej zmiany, wyjścia poza zamknięty, opresyjny i standaryzujący myślenie charakter linearno-wizualny, krytykowany przez entuzjastów nowych technologii. Wraz z pojawieniem się mediów masowych hegemonii druku rzucono wyzwanie. Nie musi ono oznaczać śmierci literatury, choć może zakwestionować jej dotychczasową formę.

⁴ Zob. M. Hopfinger, *Kultura audiowizualna u progu XXI wieku*, Warszawa 1997, s. 85.

⁵ Zob. *Communicare. Almanach antropologiczny. Temat: oralność/piśmienność*, red. A. Mencwel, G. Godlewski, A. Karpowicz, I. Kurz, P. Rodak, Warszawa 2007.

⁶ R.W. Kluszczyński, *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, Kraków 2002, s. 7.

⁷ W. Welsch, *Sztuczne raje? Rozważania o świecie mediów elektronicznych i o innych światach*, przeł. J. Gilewicz [w:] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, projekt i red. M. Hopfinger, Warszawa 2005, s. 465.

Artyści wiedzieli, że powstaje nowa mutacja kultury, w której literatura jest tylko jednym z wielu przekazników znaczeń, wcale nieuprzywilejowanym. Literatura od wieków utożsamiana była z książką, a awangarda starała się obalić tę powszechną opinię, pokazując, że nawet jeśli książka jest przestarzałym medium, to literatura wciąż ma się dobrze. Tak pisał o tym Jasiński:

Przekreślamy książkę jako formę dalszego dostarczania poezji odbiorcom. Poezja jako sztuka operująca wartościami akustycznymi może być oddawana jedynie słowami. [...] Z chwilą wynalezienia telefonografu [...] książka jako pomost pomiędzy twórcą a publicznością okaże się do reszty nieużyteczną i zbędną⁸.

Poezja w wersji audialnej może być przekazywana na odległość dzięki nowym osiągnięciom technicznym, ale i bezpośrednia komunikacja z odbiorcami staje się bardzo istotna, bo wzbogaca literaturę o te aspekty komunikacyjne, których nie może przekazać tekst. Ogromna część potencjału twórczości futurystów realizowała się podczas wieczorów poetyckich⁹. Raz były to starannie zaplanowane przedstawienia nastawione na konfrontację z publicznością, innym razem happeningi całkowicie otwarte na działanie przypadku, zawsze jednak charakteryzowały się silnie zaznaczoną autorskością. Futuryzm, który można „przeczytać” w późnych antologiach, w istocie był performatywną twórczością, złożoną z bardzo wielu składników. Istotny był nie tylko tekst wzbogacony o ilustracje i typograficzne eksperymenty, ale też jego recytacja, która rzadko kiedy miała coś wspólnego ze zwykłą głośną lekturą. Futuryści skandowali, krzyczeli, śpiewali, by maksymalnie uwydatnić to, co w teoretycznych tekstach podkreślali Wat, Stern i Jasiński – dźwiękowy wymiar poezji. Liczyły się oryginalność, nieprzewidywalność i skandal, manifestujące się na wszystkich poziomach tej twórczości, których nie sposób od siebie oddzielić.

Futuryści, by istnieć, potrzebowali publiczności, która powoła ich jako artystów. Musieli zabiegać o jej zainteresowanie, skandalizować, projektować własnych odbiorców. W twórczości tej artysta nie był mniej ważny od wytworu lub lepiej: stanowił element własnego dzieła. Futuryści potrzebowali skandalu i prowokacji, bo bez nich nie byłiby widoczni, a wyrazistość autora to w tym projekcie jeden z kluczowych elementów. Ich wizerunki werbalne i audiowizualne weszły w zasięg komunikacji społecznej, a oni o płynność tej komunikacji dbali. Byli to pierwsi twórcy, którzy tak skutecznie zabiegali

⁸ Cyt. za: K. Rudzińska, *Awangarda a kultura masowa* [w:] *Społeczne funkcje tekstów literackich i paraliterackich*, red. S. Żółkiewski, M. Hopfinger, K. Rudzińska, Wrocław 1974, s. 125.

⁹ Zob. A. Kowalczykowa, *Programy i spory literackie w dwudziestoleciu 1918–1939*, Warszawa 1981.

o swoich odbiorców. Zmuszali ich do interakcji i aktywności, bez których sami nie mogliby istnieć jako artyści – artyści nowych czasów.

Futuryzm to twórczość wyrażająca świadomość działania mechanizmów rynkowych i znająca wartość popularności. O nowej postawie artysty świadczy choćby to, że *Manifest futuryzmu* z roku 1909 został opublikowany przez Filippo Marinettiego na pierwszej stronie wysokonakładowego dziennika „Le Figaro”. Hałaśliwość, wydawanie manifestów, ulotek, protestów, wykorzystywanie prasy, plakatów i transparentów, organizowanie spotkań, do tego skandalizujący tryb życia i wyraziste osobowości twórców – już sam styl działania futurystów nosi znamiona dobrze przygotowanej akcji promocyjnej i świadczy o potrzebie żywego istnienia w społeczeństwie¹⁰.

Zwykle przyjmuje się, że ta radykalna awangarda jest zamkniętym rozdziałem historii literatury. Nic bardziej mylnego. Awangardowy charakter tej twórczości szybko się wypalił, a wyróżniające ją cechy, które z początku wydawały się rewolucyjne, prowokacyjne i destrukcyjne dla kultury, weszły na stałe do literatury, przeobrażając ją w autokreacyjną praktykę multimedialną. Sądzę, że dzięki nowym mediom możemy dziś mówić o awangardzie wcielonej, gdyż działania, które dawniej wynikały z chęci innowacji i prowokacji, dziś są podstawowym sposobem poruszania się po kulturze, wspieranym przez dominujące strategie percepcyjne.

Przywołajmy sytuację, która się nie zdarzyła, ale mogła się zdarzyć. Wchodzę do Empiku i trafiam na spotkanie z Jackiem Dehnelem. Przeciskam się przez tłum, biorę dwumiesięcznik „Topos”, „Gazetę Wyborczą” i idę do kasy, mijając wyraźnie wyeksponowany regał z książkami Dehnela. Wychodzę, wsiadam do samochodu i zmierzam w stronę domu. Na światłach zwraca moją uwagę przystanek autobusowy, a w zasadzie przystankowy billboard z plakatem reklamującym powieść *Saturn* Dehnela. Warto podkreślić, że sama książka zajmuje tam najmniej miejsca, bo głównym bohaterem jest sam pisarz. Długo czekam na zielone, więc z nudów włączam radio, niech będzie „Trójka”. Jacek Dehnel jest stałym gościem tej stacji i właśnie udziela wywiadu, by na kolejnych światłach powiedzieć kilka słów o swoim rodzinnym mieście, podkreślając, że jest wyjątkowe i inne niż wszystkie¹¹. Kiedy stoję w korku, autor czyta na antenie fragmenty swojej książki. Robi to bardzo starannie, w zasadzie bardziej odgrywa jej fragmenty, niż czyta, a radio ze swej strony zapewnia świetnie dopasowaną oprawę muzyczną¹². Docieram

¹⁰ Zob. A. Kisielewski, *Nowoczesna sztuka a świat reklamy* [w:] *Nowe media...*, s. 489.

¹¹ Reportaż B. Wasilewskiego *Gdańsk okiem sceptyka* do odsłuchania na stronie internetowej radia: <http://www.polskieradio.pl/10/485/Artykul/263778,Gdansk-okiem-sceptyka> [dostęp: 21.04.2012].

¹² <http://www.polskieradio.pl/9/396/Artykul/227548,Fotoplastykon-Jacka-Dehnela> [dostęp: 21.04.2012].

do domu, jem obiad, przeglądając Internet. „Wirtualna Polska” poleca felieton Dehnela akurat o jedzeniu.

Moje babcie nie lubiły gotować (o dziadkach nawet nie wspominam): jedna, kiedy mąż był w rejsie, posyłała podobno syna codziennie do restauracji, druga mawiała, że powinna mieć żonę do gotowania i sprzątanía; jej flagowym letnim daniem były „pierogi à la Karpińska”, czyli makaron polany ugotowanymi w osobnym garnuszku jagodami. „Smakuje tak samo, a różnica w nakładach pracy ogromna!” – mówiła z zadowoleniem¹³.

Siadam w fotelu z „Gazetą Wyborczą” – w dodatku „Wysokie Obcasy” ilustrowany artykuł o współczesnych dandysach. Dehnel jest jednym z jego bohaterów – odpowiednio dobrane zdjęcia autora nie pozostawiają wątpliwości, dlaczego.

Rzeczywiście chodzę czasem (coraz rzadziej) w cylindrze, w surducie (który notorycznie mylony jest z frakiem, bo prawie nikt nie widzi różnicy) i z laską¹⁴.

W wydaniu głównym wywiad – Dehnel jak zwykle mówi o swoim rodowodzie, inteligencko-arystokratycznym domu i artystycznym powołaniu. Jest też zdjęcie z dokładnym opisem:

3 lutego, godz. 13.30, pl. Trzech Krzyży. Jacek Dehnel [...], poeta i malarz, przechadza się jak co dzień po Warszawie w stroju z przełomu XIX i XX wieku. Nosi 100-letni surdut, 58-letnią laskę i 130-letni cylinder¹⁵.

Włączam telewizor, a w nim program kulturalny *Łossskot!* z dość charakterystycznym prowadzącym – z laską, w adamaszkach. Sprawdzam, co słychać na portalu społecznościowym Facebook – wcześniej subskrybowałem stronę poświęconą Dehnelowi, więc dostaję informacje o dostępnych wywiadach i najbliższych spotkaniach z pisarzem. Autor zamieścił tu nawet galerię swoich obrazów, bo i o malarskiej pasji wspomina przy każdej okazji. Wieczorem sięgam po książkę Dehnela, skoro autor od rana się narzuca. Niech będzie to jego debiut – *Kolekcja*. Książka, jak się okazuje, ilustrowana jest przez autora. Reprodukcje obrazów wyraźnie dopełniają galerię zamieszczoną na Facebooku. Na koniec zaglądam do dwumiesięcznika „Topos”, w którym znajduję prezent – duży plakat ze zdjęciem autora. Nie jest to oczywiście

¹³ J. Dehnel, *Kebab, czyli obiady jak u mamy*, <http://www.ksiazki.wp.pl/tytul,Kebab-czyli-obiady-jak-u-mamy,wid,18440,felieton.html> [dostęp: 19.02.2012].

¹⁴ J. Dehnel w wywiadzie. K. Sulej, *Dandys*, „Wysokie Obcasy” 2009, nr 45, s. 30.

¹⁵ M. Hajdysz, *Ciosy i nagrody rozdzielam po równo*, „Gazeta Wyborcza”, Trójmiasto, http://cjg.gazeta.pl/CJG_Trojmiasto/1,109143,5765221,Ciosy_i_nagrody_rozdzielam_po_rowno.html [dostęp: 21.04.2012].

pierwsze lepsze zdjęcie, ale rezultat przemyślanej sesji, która konsekwentnie rozwija wizerunek autora prezentowany w innych mediach.

Kiedy próbuje się mówić o książkach Dehnela, narzuca się pytanie o granice jego twórczości, która – z jednej strony – wydaje się zwyczajną działalnością literacką, z drugiej zaś – anektuje dotychczas uważane za Nieliterackie formy działalności artystycznej, których nie sposób w lekturze pominąć. Sytuację tę świetnie podsumowuje komentarz Barbary Marcinik, która na antenie radiowej „Trójki” rozmawiała z Dehnelem o *Fotoplastikonie*. Książka składa się z reprodukcji fotografii z kolekcji Dehnela i literackich wariacji na ich temat. Z oczywistych względów nie należy oddzielać tekstu od obrazu, dlatego redakcja zamieściła na stronie internetowej radia zdjęcia, do których prowadząca odsyłała słuchaczy podczas rozmowy z pisarzem.

Można oglądać i słuchać naraz. Proszę przejść na stronę pierwszą, bo my teraz jesteśmy... Strasznie śmiesznie istnieć w tym wirtualnym świecie... Bo jesteśmy na drugiej stronie w Internecie. Kiedy państwo nas słuchają, Szymon Kaczmarek, który pracuje nad muzyką do tej lektury, robi nam zdjęcia, czyli to wszystko jest jakieś takie piętrowe. Coś takiego się wydarzyło, że my rozmawiamy niby o zdjęciach, ale nas też ktoś fotografuje, a państwo to oglądają, ale oczywiście nie w *Fotoplastikonie*, tylko w Internecie... Ja się gubię w cywilizacji współczesnej¹⁶.

No właśnie, wszystko jest jakieś takie piętrowe i łatwo się w tej cywilizacji współczesnej zgubić, zwłaszcza jeśli – zapominając o lekcji, jaką nam dała awangarda – literaturę wciąż będziemy sprowadzać do kombinacji znaków standardowego alfabetu. Za takim myśleniem stoi przekonanie, że literatura jest ustaloną formą twórczości i nie podlega zmianom, a książka to medium na stałe z nią powiązane. Już twórczość futurystów dobitnie świadczy o tym, że literatura wykracza poza książki, a Dehnel jest najlepszym przykładem, iż otwieranie się literatury na Nieliterackie niegdyś przestrzenie aktywności wciąż postępuje.

Spróbujmy zatem określić granice twórczości Jacka Dehnela, zastanawiając się, w jaki sposób ją badać. Zacznijmy od tekstu. Rozgłos Dehnelowi przyniosła jego druga powieść – *Lala*, która jest rodzajem duchowej autobiografii. Zawierany tam pakt autobiograficzny¹⁷, wzmocniony przez udzielane wywiady, rozszerza się na całą twórczość Dehnela. W każdej ze swoich książek autor jest obecny, a jego twórczość spleta się w labiryntową całość. Powracają motywy, miejsca, pasje, a przede wszystkim charakterystyczny bohater – młody

¹⁶ Dosłownie przytaczam wypowiedź Barbary Marcinik z jej rozmowy z Jackiem Dehnelem na antenie „Trójki” z 29.11.2009, <http://www.polskieradio.pl/9/206/Artykul/220625>, Fotoplastikon-Jacek-Dehnel- [dostęp: 21.04.2012].

¹⁷ Zob. P. Lejeune, *Wariacje na temat pewnego paktu. O autobiografii*, red. R. Lubas-Bartoszyńska, przeł. W. Grajewski, S. Jaworski, A. Labuda, R. Lubas-Bartoszyńska, Kraków 2001, s. 21–56.

dandys wychowany w domu o inteligencko-arystokratycznych tradycjach, świetnie zaznajomiony z kulturą wysoką, od dziecka kształtowany na artystę. Autor kokieta czytelnika, zmusza go do zaangażowania i prowokuje, żeby wejść z nim w rodzaj interakcji. Oś kompozycyjna takiej literatury zaczyna się przesuwac w stronę relacji między autorem a odbiorcą, by uczynić z przestrzeni tekstu miejsce spektaklu osobowościowego, przypominającego pod pewnym względem twórczość futurystów. To Gombrowiczowska strategia: poprzez podtrzymywanie relacji z czytelnikiem, kreowanie własnego wizerunku, eksponowanie swojej osobowości i wyjątkowości autobiografia staje się zarazem autoreklamą. Pisarz pobudza zainteresowanie czytelnika własną osobą poprzez pisanie autokomentarzy, udzielanie wywiadów, organizowanie wieczorów autorskich, dzięki którym jeszcze bardziej promuje samego siebie. Teoretycy biografii ten autofikcyjny rodzaj piśmiennictwa definiują jako ponadgatunkową jakość, określaną jako autobiograficzność, czy też transgenologiczny dyskurs autobiograficzny¹⁸. Jeśli głównym zadaniem utworu literackiego jest „dać ekwiwalent rzeczywistej interakcji”¹⁹, zadaniem czytelnika staje się wydobycie z tekstu osoby autora. Lektura tekstów, w których biografia i literatura zaczynają tworzyć substancjalną jedność, stanowiącą manifestację życia, staje się lekturą osoby²⁰.

W tej sytuacji, kiedy skupiamy się na autorze, nie należy traktować żadnej z książek Dehnela z osobna, bo łączą się one na wielu poziomach, stanowią znacznie szerszy projekt artystyczny i wspólnie tworzą przestrzeń autobiograficzną²¹. Na podzielenie tej twórczości na osobne książki nie pozwalają też epistemologiczne ograniczenia, bo wymagałoby to transcendentalnej świadomości wykraczającej poza narzucające się konteksty. Sprawę dodatkowo komplikuje fakt, że twórczość Dehnela obejmuje również felietony i wywiady – wszak autor zawsze potwierdza i uzupełnia w nich to, co zdradził o sobie w książkach; w wypowiedziach tych rozpoznajemy fragmenty opowiadań lub ich kontynuacje.

Od twórczości Dehnela nie sposób też oddzielić obrazów, choćby dlatego, że wchodzi w skład jego książek i tworzą z tekstem jedną całość. Książkowy debiut Dehnela ilustrują reprodukcje jego obrazów, w tym autoportret, który znów przypomina nam o samym artyście. Obrazy odsyłają nas do licznych wypowiedzi autora na ich temat i do większej galerii, którą opublikował w In-

¹⁸ Zob. M. Czermińska, *O autobiografii i autobiograficzności* [w:] *Autobiografia*, red. M. Czermińska, Gdańsk 2009, s. 12–15.

¹⁹ Z. Łapiński, *Życie i twórczość czy dwie twórczości?* [w:] *Biografia – geografia – kultura literacka*, red. J. Ziomek, J. Sławiński, Wrocław 1975, s. 135.

²⁰ Zob. Z. Majchrowski, *Pisarz i jego sobowtór. Rekonesans* [w:] *Autor, podmiot literacki, bohater. Studia*, red. A. Martuszczyńska, J. Sławiński, Wrocław 1983, s. 58.

²¹ Zob. P. Lejeune, dz.cyt., s. 54.

ternecie – tu warto dodać, że Dehnel bardzo często zarówno w wywiadach, felietonach, jak i w książkach podkreśla swoją aktywność w sieci – linkuje w ten sposób kolejne obszary swojej twórczości. Ze zdjęć z prywatnej kolekcji i komentarzy do nich składa się książka *Fotoplastikon* – i w tym wypadku można powiedzieć, że projekt Dehnela wykracza poza samą książkę. Kolejne zdjęcia ze swojej kolekcji pisarz publikuje i komentuje w Internecie, jego felietony z „Polityki” niejednokrotnie mogłyby wejść w skład *Fotoplastikonu*, promocji książki towarzyszyła wystawa w Fotoplastikonie Warszawskim, której Dehnel był kuratorem, zdjęciom poświęcone zostało kilka spotkań w Polskim Radiu – pisarz komentował na antenie swoją kolekcję, opowiadał o pasji zbieractwa, czytał fragmenty książki, prowadził relację z otwarcia wystawy i jakby na żywo dopisywał kolejne fragmenty *Fotoplastikonu*.

Nie bez znaczenia są też zdjęcia na okładkach – czy to zdjęcie głównej bohaterki na okładce *Lali* (warto dodać, że zdjęcie to świetnie ilustruje zasadę działania autofikcji²²: zamazany, wyblakły i przetarty autentyk odświeżony w programie graficznym sztucznym, prowokacyjne nieautentycznym naszymi), czy zdjęcie autora stylizowane na fotografię z przełomu wieków, które potwierdza wizerunek, jaki Dehnel kreuje na kartach powieści, w prasie i Internecie. Zdjęcie z okładki odsyła do innych fotografii, które pojawiają się w przestrzeni publicznej i obiegu medialnym, oraz do pojawiającego się w każdym wywiadzie pytania dotyczącego wyglądu pisarza i motywacji jego stylu. W odpowiedzi Dehnel parafrazuje zwykle fragmenty *Lali* i tak zataczamy koło – literatura odsyła do rzeczywistości, rzeczywistość potwierdza się w literaturze, a wszystko to sprawia, że każde publiczne wystąpienie autora staje się częścią jego literackiego projektu. Spójność przekazu potwierdza autorska sygnatura na okładkach książek, podpis wyraźnie stylizowany, nieco staroświecki, anachroniczny, ale doskonale pasujący do wizerunku pisarza wyłaniającego się z mediów.

W ten wielowymiarowy projekt artystyczny zaangażowany jest również głos autora, który dodatkowo wzmacnia i legitymizuje przekaz autobiograficzny *Lali*, wydanej również jako audiobook. Podkreślmy: Dehnel mówi swój tekst o sobie właśnie tak, jak chce go powiedzieć. Głosem kształtuje swój wizerunek i modeluje znaczenie tekstu. Znamy ten głos zarówno z wywiadów radiowych i telewizyjnych, jak i ze słuchowisk czy audiobooków właśnie i łączymy z tym głosem słowa wychodzące spod pióra autora. Audiobook czytany czy odgrywany raczej przez autora nie jest alternatywą dla tekstu pisanego, ale jego rozwinięciem, przemyślaną konkretyzacją, w której pisarz uwidatnia te wymiary swojej twórczości, których nie dostrzeżemy w cichej

²² W ramach której to, co autentyczne, łączy się z elementami fikcyjnymi, stopniowo zaciera granicę między tymi zakresami.

lekturze. Niejednokrotnie autorzy – jak choćby Michał Witkowski²³ – przyznają, że niektóre fragmenty tekstu piszą specjalnie z myślą o audiobookach, gdzie nieudane z perspektywy cichej lektury frazy dzięki swoim umiejętnościom aktorskim autorzy zamieniają w żywą gadaninę, różnego rodzaju stylizacje i brawurowe popisy językowej sprawności. Dzięki audiobookom autorzy zapewniają podstawę bytową tym wymiarom twórczości, które dawniej dostępne były jedynie dla uczestników wieczorów poetyckich i futurystycznych spektakli. Awangardowy postulat przywrócenia literaturze dźwięczności ma szansę stać się wydawniczym standardem.

Z przekazem apelującym do odbiorcy wszystkimi kanałami zmysłowymi mamy do czynienia na częstych spotkaniach autorskich. Trudno takie spotkanie przegapić, bo zwykle zapowiadają je lokalne media, pojawiają się plakaty i informacje w Internecie. Niejednokrotnie spotkania są rejestrowane, możemy więc sięgnąć po zapis wideo. Dobrym przykładem jest organizowane przez „Trójkę” „Wielkie Nocne Czytanie”, w trakcie którego Dehnel prezentował fragmenty *Saturna*, dość ostentacyjnie kontrolując czas za pomocą złotego zegarka z dewizką, co niewątpliwie współgrało z wizerunkiem autora – w spotkaniu uczestniczyli przy tym widzowie, Polskie Radio transmitowało je na żywo, a nagranie wideo dostępne jest w Internecie. Podobne spotkania nie są jedynie działalnością promocyjną, bo promocji w tym wypadku nie sposób oddzielić od promowanego produktu, którym miałyby być twórczość artystyczna. To okazje do zespolenia tekstu, głosu i wizerunku autora, które składają się na jego działalność artystyczną, choć zwykle tworzą tej działalności rozproszony kontekst²⁴. To przedstawienia składające się na szeroko pojętą interaktywną i multimedialną twórczość autorów, którzy stają się aktorami własnego dzieła.

Dzięki masowej komunikacji lektura może stać się doświadczeniem multimedialnym i interaktywnym, bo łączymy w niej informacje pochodzące z różnych źródeł i rozpowszechniane wieloma kanałami zmysłowymi. Takiej twórczości nie sposób ograniczyć do tekstu w postaci książki bez utraty wielu pól semantycznych odniesień, świadomie lub nieświadomie uruchamianych zarówno przez autorów, jak i interaktywnych czytelników. Uważam, że takie projekty czy wydarzenia artystyczne muszą być rozpatrywane w całości.

²³ O tworzeniu audiobooków Witkowski opowiada w filmie promującym książkę *Drwal*, <http://www.michalwitkowski.pl/pl/category/tagi/audio> [dostęp: 21.04.2012].

²⁴ Kontekst (w szerszym ujęciu – dyspozytyw) w myśl sztuki interaktywnej rozumiem tu jako przestrzeń znaczeń, oddziaływania i materiał artystyczny, które artyści projektują dla odbiorców zamiast skończonego dzieła sztuki, zmuszając ich tym samym do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu znaczeń i wielu jednorazowych dzieł sztuki interaktywnej. Zob. R.W. Kluszczyński, *Sztuka interaktywna. Od dzieła-instrumentu do interaktywnego spektaklu*, Warszawa 2010, s. 134–135.

Z całej tej twórczości wylania się Jacek Dehnel i to on łączy wszystkie jej poziomy. Nie mam na myśli autora z krwi i kości, ale autofikcyjny, trudno uchwytny, wspierany autobiografią wizerunek, którego wyraźna charakterystyka z jednej strony łączy całą działalność autora, a z drugiej – na niej się opiera. Interesujący mnie Jacek Dehnel jest marką, której właścicielem jest młody polski pisarz. Marka przenika wszystkie wymiary jego twórczości i powstaje z relacji między nimi. Sama jest wirtualna i niewyraźna, ale aktualizuje się w twórczości pisarza i przenika ją. Jest jej rdzeniem, intensywnością, która rozwija się ku ekstensywności i predykatom²⁵ – książkom, fotografiom, wystąpieniom w radiu itp. Dehnel jako marka jest abstrakcyjną osobowością – nie jest skonkretyzowany, dany, ale zadany do ciągłej kulturowej konstrukcji w kontakcie z jego twórczością. Tak jak marka Apple nie jest tym samym co komputer czy telefon tej firmy, tak książki i zdjęcia Dehnela są tylko produktami, które do swojej marki odsyłają, którą aktualizują i z której czerpią swoją wartość. Takiej marki nie możemy posiadać, kupując książkę, ani jej zdefiniować, bo funkcjonuje jako wirtualne odniesienie, abstrakcja, na którą rzutujemy swój emocjonalny stosunek do autora – takiego, jakiego sobie wyobrażamy i na jakiego on sam siebie kreuje. Jej siła nie wynika z jakości książek Dehnela, ale z doświadczenia, które powstaje w komunikacji między odbiorcą i marką²⁶.

Wszystkie przedstawione przeze mnie obszary aktywności Jacka Dehnela łączą się na poziomie abstrakcyjnej marki, której są aktualizacją. Potęga jej znaku firmowego, zasięg, rozpoznawalność i tak silna obecność w tak zwanym „codziennym życiu” wynikają z nowego układu kultury. W klasycznym przemyśle kulturalnym opisanym przez Horkhaimera i Adorna kultura jest elementem nadbudowy. Ekonomizacja kultury i rekturacja ekonomii w kapitalizmie informacyjnym doprowadziły do częściowego rozmontowania nadbudowy i przekształcenia jej w bazę. To, co kulturowe, w pewien sposób staje się materialne i odwrotnie. Media stają się rzeczami – obrazy i inne formy kulturowe z nadbudowy przekształcają się w materialne elementy infrastruktury, funkcjonujące wewnątrz przestrzeni społecznej. Przestrzeń, w której rozmontowana nadbudowa spotyka się z wznoszącą się ku niej bazą, Scott Lash i Celia Lury nazywają medium-środowiskiem²⁷. Sądzę, że twórczość Dehnela działa właśnie w tej przestrzeni pomiędzy. W jaki sposób medium staje się materialnym elementem naszego otoczenia? Dzieje się tak, gdy bohaterowie filmów Disneya pojawiają się w postaci zabawek i gadżetów, kiedy twórczość Dehnela staje się środowiskiem, po którym można się poruszać

²⁵ Zob. S. Lash, C. Lury, *Globalny przemysł kulturowy. Medializacja rzeczy*, przeł. J. Majmurek, R. Mitoraj, Kraków 2011, s. 259–260.

²⁶ Zob. tamże, s. 15–29.

²⁷ Zob. tamże, s. 21.

– zagarnia wystawy, działy księgarni i billboardy, wypełnia swoimi obrazami codzienną prasę, telewizję i Internet, materializuje się w postaci gadżetów, takich jak plakat czy zakładka do książki z wizerunkiem autora lub autografem wiersza. Twórczość literacka przekształca się w imprezy, instalacje czy wydarzenia artystyczne, takie jak wystawa w Fotoplastikonie Warszawskim, promująca książkę *Fotoplastikon*, czy spotkania autorskie, albo gdy w postaci słuchowiska lub audiobooka transmitowana jest w radiu, w przestrzeni publicznej – na dworcu czy w autobusie, stając się elementem współczesnej audiosfery. W tej sytuacji przestrzeń medialna krzyżuje się z przestrzenią, w której żyjemy, i zaciera się różnica między mediami a społeczeństwem. W tak rozumianym społeczeństwie medialnym nie podchodzimy do kultury jak do tradycyjnie rozumianego tekstu, który czytamy, ale jak do rzeczy, którą napotykamy i używamy jej, operując nią mniej lub bardziej sprawnie. Gdy media stają się materialnym elementem naszego środowiska, potrzeba interpretacji wypierana jest przez postrzeganie, doświadczenie i nawigację. Kulturowej marki Jacka Dehnela nie można sklasyfikować, przeczytać i zinterpretować. Możemy jedynie śledzić jej ruchy oraz transformacje w przestrzeni medialnej i tak odkrywać kompleks relacji, w których ujawnia się wydarzeniowy charakter abstrakcyjnej marki. Dehnel nie tworzy książek, ale multimedialny i rozproszony kontekst, po którym jak po interaktywnych instalacjach poruszamy się i sami scalamy jego elementy w znaczenia.

Jacek Dehnel – krytykowany za staroświeckość, imitacyjność, eskapizm i anachroniczność²⁸ – okazuje się jednym z najbardziej aktualnych polskich twórców. W pełni wykorzystuje potencjał kultury XXI wieku, a jego klasycyzująca, uładowana twórczość w tym ujęciu swoje korzenie odnajduje nie w działalności Iwaszkiewicza i Miłosza, lecz w awangardzie. Jego działalność artystyczna pokazuje, że znajomość pisma jest konieczna do udziału w kulturze, ale nie jest już jedynym warunkiem, którego spełnienie pozwala swobodnie poruszać się po świecie znaczeń. Pismo jest tylko jedną z wielu umiejętności, których opanowanie pozwala zanurzyć się w sieć informacji audiowizualnych, bo to właśnie audiowizualność stała się dla współczesnego człowieka dominującym sposobem orientacji w kulturze²⁹. Twórczość Dehnela pokazuje zarazem, jak literatura może odnajdywać się we współczesnej kulturze, wyznaczonej przez głęboko powiązane społeczeństwo informacyjne, ekonomizację kultury, rekulturację ekonomii, cyberkulturę i sztukę multimedialną.

²⁸ Zob. E. Szybowicz, *Comme il faut 2. O prozie i paszporcie Jacka Dehnela*, „Krytyka Polityczna” 2007/2008, nr 14.

²⁹ Zob. M. Hopfinger, *Wprowadzenie [w:] Nowe media...*, s. 9–10.