

**NARRACJE Z HISTORIĄ W TLE, CZYLI KOPERNIK  
W SZPONACH POPKULTURY  
(ARTUR GÓRSKI, *ZDRADA KOPERNIKA*)**

Postać wybitnego intelektualisty doby średniowiecza – Mikołaja Kopernika – od zawsze była inspiracją dla sztuk pięknych. Od słynnego obrazu Jana Matejki, poprzez równie znany i trwale zakorzeniony w pejzażu kulturowym stolicy – pomnik Bertela Thordvaldsena począwszy. Przez wieki figura Kopernika pociągała ludzi pióra, filmowców i mistrzów batuty. Przechowywane w bibliotekach bibliografie tematyczne rejestrują artystyczne fascynacje talentem, osobowością i biografią wybitnego astronoma. Trwałe były penetracje literatury pięknej, która w konwencji lirycznej, dramatycznej i epickiej próbowała zrekonstruować fenomen biografii i niuanse psychiki wielkiego torunianina. W burzliwych dziejach polskiej kultury przez 123 lata skażonej sytuacją zaborczej niewoli, a i potem niezwykle opornie odrzucającej dziedzictwo zniewolenia, figura Kopernika nie mogła nie implikować kontekstu refleksji zorientowanych narodowo i patriotycznie etc. Ten obywatel pogranicza, wychowany na stylu kultur, cywilizacji i języków stawał się obiektem nacjonalistycznych zawłaszczeń. Ahistoryczne refleksje historiozofów i polityków z determinacją próbowały wcisnąć obywatela łacińskiej Europy w kostium Polaka bądź Niemca. Instrumentalizacja polityki pamięci historycznej to jeden z wielu grzechów historiozofii w przeszłości, niebezpieczny zwłaszcza w czasach szalejących totalitaryzmów. Współczesny dogmat popkultury zupełnie inaczej profiluje swoje oczekiwania wobec nadawców treści artystycznych. Redefiniuje sposoby funkcjonowania bohaterów w świecie przedstawionym, wyposaża ich w inne cechy charakterologiczne, każe zmierzyć się z nowymi wyzwaniem. O niektórych sposobach transformacji – o herosach w stylu pop – opowiemy na przykładzie powieści sensacyjnej Artura Górskiego.

*Zdrada Kopernika* to postmodernistyczny kolaż ubrany w kostium zgrzebnej powieści sensacyjnej. Artur Górski<sup>1</sup> – bynajmniej nie nowicjusz na tym gruncie genologicznym – z pełną świadomością posługuje się nieodzownym dla literatury popularnej schematem: w zakresie fabularyzacji i dramaturgii, typizacji bohatera i ubogiej charakterystyki tła środowiskowego<sup>2</sup>. Narracyjny romans autora z historią – potwierdzony dziennikarskim etatem w miesięczniku „Focus Historia” – zaowocował m.in. kryminałami retro rozgrywanymi się w sceneriach europejskich stolic. *Zdrada Kopernika* jest i kontynuacją, i antycypacją jednocześnie. W pierwszym przypadku chodzi o kontynuację dziennikarskiego śledztwa z prasy historycznej<sup>3</sup>; w drugim – o zapowiedź pisanej obecnie drugiej części powieści. Tak więc już na progu procedury hermeneutycznej, powieść zdradza swą strukturę dyskursywną, relatywną wobec innych zdarzeń tekstowych. O relacjach powieści wobec artykułu Górski mówi następująco:

„Pisząc powieść dodałem jeszcze Narratio prima, dzieło ujawniające teorie kopernikańskie, wprowadziłem egzemplarz, na którym genialny astronom napisał szokujące wyznanie, zatrudniłem gangsterów, bohatera i bohaterkę umieściłem w łóżku (bo bez tego nie ma prozy rozrywkowej) i pozwoliłem przestępcom trochę postrzelać. A wszystko w cudownych sceneriach Gdańska, Torunia, Warszawy, Wiednia i Budapesztu”<sup>4</sup>.

W powieści odszukać można fascynacje literackie autora: cienie mistrzów Ludluma, Forsytha, Dana Browna. Mamy tu i kulisy śledztwa historycznego, i wizyty w archiwach, rozmowy z ekspertami, wizje lokalne. Teoretyk gatunku pisze na ten temat:

---

Joanna Szydłowska – dr nauk humanistycznych; adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie; adres do korespondencji: j\_szydowska@op.pl

<sup>1</sup> Autor (ur. 1964) opublikował dziesięć książek. Skala jego zainteresowań tematycznych jest ogromna. Górski pisał m.in. o mechanizmach działania Stasi w NRD, o wojnie na Bałkanach, działaniach grup przestępczych w stolicach europejskich. Opublikował m.in.: *Gucci Boys, czyli o tych, którzy giną tragicznie*, Warszawa 2002; *Al Capone w Warszawie*, Warszawa 2007; *Al. Capone w Berlinie*, Warszawa 2008. Więcej zob.: <http://zbrodniaw bibliotece.pl/pogawedki>

<sup>2</sup> *Słownik literatury popularnej*, pod red. T. Żabskiego, Wrocław 2006.

<sup>3</sup> Atrakcyjny temat domniemanego romansu Kopernika i Anny Schylling autor podjął temat na łamach „Focus Historia”.

<sup>4</sup> <http://zbrodniaw bibliotece.pl/kronikakryminalna>

„Ostre podziały, jasno zarysowane kryteria fabularne, czasoprzestrzenne czy tematyczne, służą wzmocnieniu tożsamości poszczególnych odmian gatunkowych w stopniu znacznie większym, niż dzieje się to w przypadku kultury wysokiej. (...) Uciekając się do języka metafor, można powiedzieć, że „gatunki” popularne spełniają po części funkcję witryn sklepowych, które kuszą atrakcyjnymi towarami konsumentów-przechodniów”<sup>5</sup>.

Proza Górskiego pokazuje tendencje monstrualizacji, wyolbrzymienia czasowych i przestrzennych ram sensacyjnej powieści współczesnej konfrontowanej z poetyką powieści detektywistycznej początku XX wieku<sup>6</sup>. Od samego początku autor aspiruje do generacji napięcia w stylu Hitchcockowskim. Nie na próżno pierwsze zdanie powieści Artura Górskiego brzmi:

„Denat leżał twarzą do ziemi”<sup>7</sup>.

Później autor wielokrotnie generuje sytuację suspense, ale nie zawsze udaje mu się utrzymać linię dramaturgiczną. Górski zrećźnie multiplikuje wątki powieściowe, precyzyjnie realizuje kanoniczne zasady kreacji postaci. Mamy więc typ głównego bohatera o cechach omnipotencji: wysportowanego (sporty walki), sprawnego intelektualnie, bezpruderyjnego wobec kobiet (skonsumowany związek z Anną). Mamy też pomocnika głównego bohatera, który jest *porte parole* safaduly doktora Watsona. W tym wypadku jednak, inaczej niż u Conan Doyle’a, postać przyjaciela nie jest zorientowana na wyeksponowanie triumfu głównego bohatera, ale ponosi spektakularną klęskę. Ginie, a tego przyczyną jest brak dostatecznych kompetencji, co w czasach ponowoczesnych definitywnie deprecjonuje tę postać. Zastrzeżenia budzić może ukształtowanie warstwy stylistycznej: manierycznie wręcz sztamkowej, zbyt natrętnie odwołującej się do wzorów anglosaskich.

„Słuchaj „Oko” jest facet do odpalenia. Znasz teren jak mało kto – Dubrownik. Szybka robota. Weźmiesz torbę z książkami, wpakujesz gościowi kulkę w głowę i pojedziesz z towarem do Awinionu. Lubisz Du-

---

<sup>5</sup> M. Kraska, *Na tropie Szakala. Gry i konwencje political fiction*, Gdańsk 2003, s. 52.

<sup>6</sup> P. Krywak, *Od Sherlocka Holmesa do Jasona Bourne’a (Uwagi o poetyce powieści sensacyjnej)*, „Rocznik Naukowo-Dydaktyczny” WSP w Krakowie, 1996, z. 178, s. 61-71.

<sup>7</sup> A. Górski, *Zdrada Kopernika*, Warszawa 2010, s. 15.

brownik, jazdę samochodem, kochasz francuskie wina, wszystko przemawia za tym, że jesteś właściwym człowiekiem do tej roboty”<sup>8</sup>.

*Zdrada Kopernika* realizuje kanon zadań przypisanych gatunkom popularnym. Dramaturgię śledztwa ewokuje już retoryka. Stan tajemnicy i napięcia generuje wysoka frekwencyjność słowa „hipoteza” i liczne pytania retoryczne. Tradycyjnie dużo jest tu przemocy. W tej sferze dominuje formuła mało wyrafinowanego morderstwa lub ordynarnego zastraszania. Nieprzypadkowy jest też narodowościowy profil oprawcy. Mordercą, pozbawionym skrupułów szubrawcem jest tu Serb. To człowiek bardzo prymitywny, którego natywność wprost konotuje okrucieństwa wojen bałkańskich.

Jest też oczywiście bardzo eksponowany element seksualny. Seksualność łączy portrety postaci historycznych i współczesnych. Co ciekawe, wątki seksualne zostały także poddane „nowoczesnej” hybrydyzacji i wybiegają poza standaryzację tradycyjnie portretowanych w powieściach związków damsko-męskich. U Górskiego mamy więc wielowymiarowość doświadczeń erotycznych: formuły doświadczeń homoseksualnych (Schultz, Retyk) i biseksualnych (Anna). Pragmatyka informacji o erotycznych podbojach bohaterów współczesnych i historycznych jest oczywista: uatrakcyjnienie fabuły m.in. przez odkrywanie skandali obyczajowych i quasi-skandali, kompensacja potrzeby sensacyjności, dopasowanie się do tabloidyzacyjnych gustów odbiorcy powieści popularnej. Górski z wyraźną satysfakcją spłaca ten dług.

„O lista słynnych i niezwykle zasłużonych dla ludzkości gejów jest bardzo długa. (...) Słyszałeś o Joachimie von Lauchen, zwanym Retykiem? (...)

– A zatem Retyk, gdy po śmierci Kopernika wrócił do Niemiec, stał się bohaterem wielkiego skandalu obyczajowego – ciągnął Schultz, – Okazało się, że ceniony profesor, wielki autorytet naukowy opromieniony sławą „odkrywcy” Kopernika ma ... romans ze studentem. Może romans to zbyt wielkie słowo, ale inne nie przychodzi mi do głowy. Nie chcę być wulgarny, rozumiesz? Wtedy, a był to rok 1550, takie figle zagrożone były stosem. Wyobrażasz sobie ten absurdalny paradoks? Retyk, który rozpowszechniając nauki Kopernika, rzuca wyzwanie Kościołowi, tak

---

<sup>8</sup> Tamże, s. 111-112.

katolickiemu, jak i protestanckiemu, ginie na stosie za homoseksualizm!  
Doprawdy zabawne<sup>9</sup>.

*Zdradzie Kopernika* daleko jednak do fenomenu *page-turning*, jakim to mianem określano *Kod Leonarda da Vinci* Dana Browna (atut wartkiej, wciągającej akcji). Wprawdzie w obu pozycjach odnajdujemy oparcie na literaturze naukowej i quasi-naukowej, ale narracje na temat alternatywnych wizji dziejów z wykorzystaniem wszechstronnych kulturowych i erudycyjnych odwołań (fenomen szyfru, prestiż znanych organizacji, bohaterowie o szczególnych kompetencjach, symbolika dzieł średniowiecznych i renesansowych etc.), wychodzą Brownowi zdecydowanie bardziej udanie niż polskiemu autorowi. Ale proza sensacyjna Górskiego udowodnia, jak bardzo ewoluowała ta forma w polskich realiach od czasu, gdy swoje pióra analityczne skierowali w tę stronę Stanisław Barańczak<sup>10</sup>, Zbigniew Kubikowski<sup>11</sup> czy Jerzy Jastrzębski<sup>12</sup>. O tym, że refleksja nad współczesnym wizerunkiem prozy sensacyjnej jest nadal atrakcyjnym polem badań udowodnia ostatni numer „Czasu Kultury” w całości poświęcony właśnie zagadnieniom kultury masowej<sup>13</sup>.

Definiowana po Bachtinowsku kategoria dialogiczności<sup>14</sup> realizuje się w analizowanej powieści w różnych przestrzeniach. Na prymarnym poziomie chodzi o cytaty określonych konwencji gatunkowych: czerpanie z doświadczeń powieści sensacyjnej, thrillera parahistorycznego i romansu. Po drugie chodzi – o intertekstualność zamkniętą w – tak ważnej dla postmodernizmu – metaforze Księgi. Księga jest kluczową dla powieści figurą: pretekstem zawiązania akcji, przedmiotem pożądania, zagadką i potencją rozwiązania tajemnicy. Występuje w powieści w różnych odsłonach,

---

<sup>9</sup> Tamże, s. 134-135.

<sup>10</sup> S. Barańczak, *Polska powieść milicyjna. Dominacja funkcji perswazyjnej a problemy gatunkowe*, w: *W kręgu Literatury Ludowej*, pod red. M. Stępnia, Kraków 1975; Idem, *W kręgu powieści: Nadludzie w niebieskich mundurach*, w: *Czytelnik ubezwłasnowolniony. Perswazja w masowej kulturze literackiej PRL*, Paryż 1983, s. 96-132.

<sup>11</sup> Z. Kubikowski, *Bezpieczne małe mity*, Wrocław 1965.

<sup>12</sup> J. Jastrzębski, *Czas relaksu. O literaturze masowej i jej okolicach*, Wrocław 1982.

<sup>13</sup> „Czas Kultury”, 1(2010). Tu m.in. artykuły: I. Ostrowska, *Obywatelski letarg. PRL-owski przekładaniec kryminalny*, s. 24-30; P. Pławuszczyński, *Mój przyjaciel Joe Alex*, s. 16-23.

<sup>14</sup> M. Bachtin, *Słowo w powieści*, w: *Problemy literatury i estetyki*, Warszawa 1982.

w różnych czasach historycznych: jest medium treści miałych i spektakularnie przelomowych; generuje ogromne napięcia, bywa pretekstem zbrodni. Generuje przywołania określonych miejsc akcji (targi książek we Frankfurcie, biblioteki, muzea, archiwa), strukturalizuje akcję i stratyfikuje bohaterów, wiążąc ich na różne sposoby z Tekstem. Rozpisane są więc role: autorów tekstów i ich wydawców, czytelników i badaczy, złodziei i falsyfikatorów, a wreszcie fikcyjnych bohaterów literackich wyjętych z różnych tekstów. Obecność figury Księgi w powieści można opisać następująco:

- Powieść Artura Górskiego *Zdrada Kopernika*
- Tekst artykułu Górskiego z „Focus Historia” będący Pre-Tekstem powieści
- Książka popularno-naukowa Łukasza Dybowskiego o historii Gdańska
- Powieści sensacyjne Roberta Millera o Billu Paolinim, które wy-daje w Polsce bohater *Zdrady Kopernika* – Łukasz Dybowski
- Powieści klasyków literatury sensacyjnej (np. Chandlera), których bohaterowie stanowili wzór dla charakterystyki bohaterów powieści Dybowskiego, Millera
- Domniemany tekst Girolamo Savonaroli z XV wieku, którego po-szukuje Paolini w jednej z powieści Millera
- *Narratio prima* Jerzego Joachima Retyka
- *Narratio prima* z domniemanym, odręcznym zapisem Mikołaja Kopernika
- *De revolutionibus* Mikołaja Kopernika.

Górski ze swadą porusza się po tej materii złożonej z cytatów, lu-strzanych odbić fabuły, prowokacyjnie eksponowanych zapożyczeń. Jest świadomy atrakcyjności i skuteczności wypróbowanego schematu i nie aspiruje do jakiegokolwiek innowacyjności tej metody. Mylnie byłoby jednak stwierdzenie, że na kartach *Zdrady Kopernika* Górski podejmuje zrygory-zowaną intelektualnie skomplikowaną grę intertekstualną. Pokazuje nam raczej inteligentną sugestię intertekstualności niż intertekstualność jako taką. Wspomniane nawiązania do dzieł kultury są bowiem płytkie, li tylko inkrustacyjne, nie przekraczają limesu hasła. Ich funkcje można określić jako asertoryczne i prestiżowe (budują autorytet intelektualny autora, wska-zują na ważność podejmowanego tematu, kreują atrakcyjną otoczkę intelek-tualną książki). Historyczne przywołania dotyczą niewyjaśnionych tajemnic historii i – prowokując do spekulacji – aktualizują przeszłość. Równie czę-

sto jednak przypominają bedekerowe nieoryginalne inkrustacje. Take jest np. w przypadku lapidarnego opisu związków Kopernika z Olsztynem.

„Wiesz, przez długi czas zajmowałem się malowidłami, jakie pozostawił po sobie Kopernik w Olsztynie. To takie miasto położone w dawnych Prusach Wschodnich, dziś należy do Polski. Kiedyś nazywało się Allenstein – nawet astronom używał tej nazwy w swych listach pisanych po łacinie. Wprawdzie większą część życia spędził we Fromborku, ale w roku 1516, a może 1517 – nie pamiętam dokładnie – został wysłany do Olsztyna jako urzędnik kurii. Miał doglądać dóbr należących do diecezji warmińskiej, położonych w okolicach tego miasta. Był tam w sumie cztery lata. Nawet udało mu się wykazać zdolnościami przywódczymi, bo kierował obroną miasta przez Krzyżakami”<sup>15</sup>.

Można przyjąć, że tematem – zgodnie z sensem literaturoznawczym terminu<sup>16</sup> – powieści Górskiego są współczesne perturbacje związane z poszukiwaniem egzemplarza książki z odręcznym dopiskiem Kopernika. Kopernik nie jest główną postacią powieści, ale to jego prestiż zdeterminował wyeksponowanie tego nazwiska w sferze tytularnej. Strategia oparcia ma autorytecie „marki Kopernika” pozwala myśleć o tak sprofilowanym temacie powieści jako o produkcie marketingowym. Skalę atrakcyjności tematu zbadać można poprzez zastosowanie metodologii gatekeepingu Galtinga i Rouge’a przejętej z refleksji medioznawczej. Gatekeeping – strategia hierarchizowania i selekcji informacji – opiera się na kilkunastu, czasem wzajemnie się wykluczających punktach. Informacja powinna być m.in.:

- znacząca (bezdyskusyjna ważność teorii heliocentrycznej)
- aktualna (świeża informacja o pojawieniu się w obiegu antykwarycznym książki z adnotacją Kopernika)
- bliska odbiorcy (powszechna wiedza o teorii Kopernika, obecna w podręcznikach szkolnych na całym świecie)
- spersonalizowana (Kopernik)
- skoncentrowana na elitach (prestiż „marki Kopernika”)
- negatywna (sugestia zaprzeczenia tezom heliocentrycznym)
- pochodzi z renomowanego źródła (autorytet ekspertów).

Postać Kopernika została w powieści Górskiego poddana starannym działaniom wizerunkowym. Strategie Public Relation zakładają, że *image*

---

<sup>15</sup> A. Górski, *Zdrada Kopernika*, s. 136-137.

<sup>16</sup> *Temat*, w: *Słownik terminów literackich*, pod red. J. Sławińskiego, Wrocław 1988, s. 530.

to nie zwierciadło rzeczywistości, ale wyobrażenie: o osobie, instytucji czy przedsiębiorstwie. Kreacje wizerunkowe, którymi objęto Kopernika w analizowanej powieści opierały się na kilku co najmniej elementach<sup>17</sup>:

- duży potencjał osobisty (autorytet uczonego, trwałe miejsce w historii, patriotyzm)
- dopasowanie do oczekiwań publiczności (tajemnica biografii – potrzeba sensacji, element obyczajowy – potrzeba rozrywki)
- stworzenie własnej biografii (*De revolutionibus* i *Narratio prima* opatrzone komentarzem jako autoprezentacja światopoglądowa)
- odsłonięcie życia prywatnego (pikanteria związku Anną Schilling)
- wygląd zewnętrzny (atut powszechnej znajomości portretów przedstawiających wizerunek astronoma).

Działacze Public Relations wiedzą, że inaczej buduje się wizerunek polityka, gwiazdy i menadżera<sup>18</sup>. W przypadku promocji wizerunkowej Kopernika oparto się na elementach wszystkich trzech sfer, ze szczególnym uwzględnieniem pragmatyki skandalu (obyczajowego, etycznego i światopoglądowego). Artur Górski sprzedał nam wizerunek Kopernika jako hero-sa w stylu pop. To człowiek w pełnym wymiarze: bardzo ludzki, bliski nam współczesnym, zrozumiały w swych wyborach, kochający, a nawet – co wyraźnie sugeruje autor – grzeszny i oportunistyczny. Atrakcyjność wizerunkowa tego bohatera polega na wielokrotnym przełamaniu tabu. Jest to:

- tabu obyczajowe: romans z kobietą o atrybutach Lolitty
- tabu religijne: celibat obowiązywał także kanoników
- tabu światopoglądowe: teoria heliocentryczna jako zaprzeczenie dogmatom Kościoła
- tabu etyczne: sugestia zaprzeczenia swoim poglądom w dopisku na jednym z egzemplarzy *Narratio prima*.

Tak portretowany Kopernik jest postacią bez wątpienia ciekawą i wieloznaczną. Konformista to czy pragmatyk? – implikuje pytanie Górski. Niepomnikowy wizerunek astronoma buduje i gorący, rozpisany na lata romans, i zwierzęcy strach przed konsekwencjami ogłoszenia rewolucyj-

<sup>17</sup> *Bohater – idol – osobowość medialna*, pod red. A. Kisielewskiej, 2004; H. Bednarek, *Sztuka budowania wizerunku w mediach: podręcznik menadżera, polityka i trenera public relations*, Łódź 2005; K. Bakalski, *Public relations a kształtowanie wizerunku menadżera*, Gdańsk 2004.

<sup>18</sup> M. Łączyński, *Analiza wizerunku. Co to jest wizerunek*, w: *Metody badan wizerunku w mediach*, pod red. T. Gackowskiego, M. Łączyńskiego, Warszawa 2009, s. 73-85.

nych i radykalnych tez. Górski sugestywnie scharakteryzował uczonego na płaszczyźnie antropologicznej. Wyposażył bohatera nie tylko w umysł, ale i w ciało (z którego potrafi korzystać). Skojarzył jego cielesną męskość z sugestią uczestniczenia, albo przynajmniej świadkowania ulicznym bójkom. A wreszcie – zaopatrzył go w śmiertelne ciało (wylew jako przyczyna śmierci astronoma). Najważniejszym elementem wizerunkowym był jednak oczywiście element erotyczny łączący astronoma z tajemniczą Anny Schilling.

„Otóż Mikołaj Kopernik, już jako kanonik diecezji warmińskiej, przyjął do siebie na służbę niejaką Annę Schilling. Wprawdzie historycy nie byli pewni, o którą Annę chodzi, bo pojawiło się kilka kandydatek „pasujących do opisu”. Jednak najpopularniejsza była teza, jakoby za porządek i dobrą kuchnię we fromborskim domu doktora Mikołaja odpowiadała urodzona w 1518 roku w Gdańsku Anna Schilling, córka Anny Schilling z domu Kruger i Holendra Arneda van den Schellinga. Kopernik zaproponował jej pracę dlatego, że należała do jego rodziny i mógł jej zaufać. Co nie przeszkadzało mu zapalać do dziewczyny wielkim, odwzajemnionym uczuciem. Być może nie od razu, nie w 1532 roku, gdy po raz pierwszy przekroczyła próg mieszkania Kopernika, ale pod koniec lat trzydziestych. Wtedy też domniemany romans astronoma wywołał w mieście lawinę skandali. Jak to? – pytali ludzie – kanonik, osoba duchowna, utrzymuje kochankę?”<sup>19</sup>.

Analogiczne elementy strategii marketingowej wykorzystano już wcześniej. Gdańska metropolia spięła postać Kopernika z Anną Schilling i wpisała w projekt „Gdańsk miasto miłości”, promując analogiczność romantycznych perturbacji Romea i Julii w Weronie, Goethego i Lotty w Weimarze. Miłość, seks i zdrada to rudymenarne tematy tabloidowe, które pokazują swą atrakcyjność także w innych nośnikach. Kopernik z wydatnymi, czerwonymi ustami jako gadżet promujący wakacyjne przeżycia na Warmii odwołuje się to tej właśnie sfery emocji. Drugim obok erotyki tematem najbardziej przyciągającym uwagę publiczności jest przemoc. Ten element, w powieści sprytnie przebrany w kostium militarny, z koniecznym elementem patriotycznym, zafunkcjonował w narracjach o obronie warmińskiego Olsztyna przez Kopernika. Epizod zaowocował nie tylko grubą kreską obrazu znajdującego się w sali olsztyńskiego Urzędu Wojewódzkiego, ale również beretem na głowie uczonego, konotującym heroizm Che Gevary. Starannie przemyślanym projektem jest również kreacja sytuacji kon-

---

<sup>19</sup> A. Górski, *Zdrada Kopernika*, s. 146-147.

fliktu między Olsztynem a Toruniem (obecna w mediach jako „Wojna o Kopernika”). Atmosfera rywalizacji generuje zwiększoną dawkę emocji i adrenaliny, podbija atrakcyjność przedmiotu/postaci (Kopernik), o który toczy się spór, nadto zapewnia reklamę danym lokacjom. Nieodzowny element powtarzalności i trwałej obecności aktualizuje też muzyczny projekt grupy „Czyści jak ła”. Mam tu na myśli piosenkę *Copernicana* ze słowami Marka Markiewicza i muzyką Jaromira Wroniszewskiego: żartobliwą, ła-two wpadającą w ucho, z refrenem:

W cukierni Kopernik,  
w kawiarni i pizzerii,  
w galeriach, herbaciarniach  
euforia nas ogarnia.  
Na plażach już od rana  
Copa Copernicana.  
Z dziewczyną jak marzenie  
tańczenie na morenie.

W tych odsłonach współczesnej popkultury Kopernik nie jest tu już właściwie postacią historyczną, a raczej produktem marketingowym, sympatycznie i skutecznie promującym olsztyńską lokację. Dziś wszystko podlega przemyślanej strategii promocyjnej. Wszak trudna do mylnej interpretacji jest zbieżność wydania książki Artura Górskiego i ceremonii związanych z pochówkiem Kopernika.

## POPULAR LITERATURE, PUBLIC RELATIONS, STRATEGIES OF IMAGE, NICOLAS COPERNICUS

### Summary

The article takes the reflection in area of popular culture, considering the thriller novel by Artur Górski. A subject of author's reflection are pragmatic references to historical backgrounds – especially to main character Nicolas Copernicus. Using the elements of image strategies methodology and public relations strategy the author studies the factors which influenced the main character's creation in this novel. The main character – medieval intellectual – is “modernized” by anthropological and heroic ways.