



TEATR POLSKI

**PAŃSTWOWE
TEATRY
DRAMATYCZNE
W SZCZECINIE**

**Dyrektor
Czesław
Staszewski**

**Kierownik
artystyczny
Józef Gruda**

**Z-ca Dyrektora
Adam Koman**

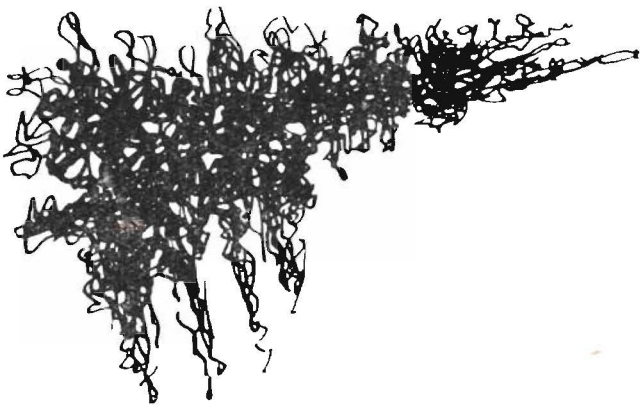
Życie po amerykańsku

Ludzie z tego samego środowiska, np. średniozamożnego, obracają się stale w tym samym gronie osób mających w przybliżeniu taką samą stopę życiową, aspiracje i zainteresowania. Życiem towarzyskim rządzą niepisane prawidła, regulując, z kim należy, a z kim nie należy się przyjaźnić, z kim można się spotykać tylko w pracy, a kogo należy zaprosić do domu, kto może być czwarty do brydża. Wpływa to z kolei na wybór sąsiedztwa przy osiedlaniu się, na zabiegi o członkostwo klubów i stowarzyszeń o celach towarzysko-społecznych. Im wyższe przy tym mniemanie o własnej pozycji społecznej, tym więcej snobizmów.

Przy wynajmie mieszkania czy przy ubieganiu się o kupno domku nie wystarczy znaleźć odpowiedni obiekt i posiadać pieniądze. Trzeba wypełnić kwestionariusz zawierający pytania o zarobki, miejsce pracy, stanowisko, poprzednie adresy i nazwiska właścicieli domów, u których się mieszkało, o to, jakiej marki jest samochód i czy ma się konto bankowe. Chodzi przede wszystkim o zabezpieczenie interesów finansowych wynajmującego czy sprzedającego. Ale nie tylko o to. Za tą procedurą kryje się niejednokrotnie przemyślany system dobierania lokatorów w eleganckich dzielnicach i sąsiadów w osiedlach podmiejskich. Dobór może być tylko finansowy, ale często bywa dyskryminujący z uwagi na pochodzenie, i to nie tylko w stosunku do Murzynów.

Władysław B. Pawlak,
Życie po amerykańsku,
Warszawa 1970 r.





Sytuacja materialna ludności – mit a rzeczywistość

Jaskrawe dysproporcje w zakresie spożycia są zjawiskiem, którym przepojona jest cała amerykańska struktura klasowa. Ekskluzywne życie prywatne i komfortowe mieszkania stanowią przywilej zamożnych. Marka samochodu, którym się jeździ, jest dość ścisłym wskaźnikiem przynależności do klasy społecznej. Kosztowny wóz sportowy kupuje się wtedy, gdy zwyczajny samochód nie wystarczy już do nadania sobie odpowiedniego prestiżu. Befszyk stanowi normalny posiłek ludzi o wyższym dochodzie, sznycel siekany odłamu ludności o niższym dochodzie. Dłuższe życie jest zarezerwowane dla ludzi bogatych, którym pieniądze zapewniają ochronę przed niektórymi chorobami i lepszą na ogół opiekę lekarską. Wreszcie wyższe wykształcenie uzyskane w najlepszych uczelniach przedłuża możliwość korzystania z bogactwa na dalsze pokolenia, podczas gdy u ludzi ubogich znaczne talenty i twórcza inicjatywa marnują się nie wykorzystane.

Podstawowym gospodarczym faktem życiowym dla większości ludności jest niepewność jutra. Jest to naturalnym następstwem braku oszczędności do upłynnienia. Oszczędności na czarną godzinę znacznej większości osób o małym i średnim dochodzie nie przewyższają kilkumiesięcznego uposażenia.

Gabriel Kolko,
Bogactwo i władza w Ameryce,
Warszawa, 1967 r.

Marketing personality – osobowość na sprzedaż

Marketing personality, jeśli mówić w idealnym uproszczeniu, będzie to typ człowieka, który upatruje wskaźnik wartości swej osoby w jej rynkowej cenie, i stąd perfekcjonizm jego polega na dążeniu do uzyskania ceny maksymalnej. Rynek pełni więc funkcję jaźni odzwierciedlonej; jego wahania wyrażają jakby przybór lub ubytek uznania świata dla naszej osoby, wywołany jej rzeczywistym wzrostem lub zastojem; jego drgania odczuwane są jako drgania opinii osób, z których zdaniem liczymy się w najwyższym stopniu; jest to sędzia naszych cnót lub błędów, nieprzekupne, obiektywne sumienie, znające lepiej od nas samych naszą rzeczywistą wartość i ustalające ją przy pomocy społecznie sprawdzalnych mierników. „Przy tym nastawieniu człowiek ów — pisze Fromm z cichą rozpaczą — doświadcza siebie jako rzecz mającą zyskać jak najlepszą cenę. Nie doświadcza samego siebie jako istoty wyposażonej w różnorodne, warte rozwoju zdolności; zdolności nie zwiększające ceny, nie służące zadaniu skutecznej sprzedaży, stają mu się obce. Jego odczucie samego siebie nie płynie z czynności stworzenia, które kocha i myśli, lecz z pozycji uzależnionej ostatecznie od sumy dolarów. Poczucie własnej wartości zależy od powodzenia, o miernikach ustalonych zgodnie ze społeczną konwencją, od aktu pomysłnej sprzedaży, możliwości osiągnięcia znacznej nadwyżki nad ceną, notowaną przy starcie. Jego ciało, umysł i dążności traktowane są jako kapitał, a życiowe zadanie polega na dokonaniu korzystnej inwestycji, na osiągnięciu pokaźnego zysku. Wartości przyjaźni, życzliwości, taktu tracą samodzielne znaczenie, prze-

kształcają się w rodzaj opakowania, podnoszącego cenę osoby na społecznej giełdzie. Poczucie wartości waha się wraz z ceną — jeśli cena rośnie, on sam więcej wart, jeśli spada, on sam topnieje w swych oczach. Wartość osobowości zostaje więc uzależniona od czynników zewnętrznych, od kaprysów rynku, rozstrzygającego o wartości osób i towarów. Oto sposób, w którym człowiek ten widzi samego siebie — nie jako pełną istotę, która kocha, nienawidzi, wyznaje przekonania, przeżywa zwątpienia, lecz jako abstrakcję, wyobcowaną z całości swej natury, pełniącą funkcję w społecznym systemie, opartym na pulsowaniu kapitalistycznego rynku.”

*



Spółeczeństwo amerykańskie oddaje się z zapałem współzawodnictwu w zdobywaniu dóbr i walory okazane w tym współzawodnictwie stają się podstawą ogólnej reputacji. Skutkiem i symbolem rozporządzania tymi walorami, dowodem szczególnej dzielności współzawodnika jest pieniądz. Wystawna konsumpcja jest tedy czymś w rodzaju noszenia orderów, chodzenia w kołpaku, to znaczy publicznym okazywaniem świadectw swej dzielności. Kolejne warstwy tej społecznej piramidy bogactwa mają swoje własne, przestrzegane zbiorowo zasady przyzwoitości regulujące rodzaj, ilość i sposób konsumpcji określonych dóbr i zasady te ciążyą ze znaczną siłą na umysłowości i zachowaniu się sklasyfikowanych hierarchicznie konsumentów zarówno w czasie publicznych występów, jak i w głębinach życia prywatnego. Między ceną przedmiotu a samopoczuciem właściciela istnieją więc związki głębokiej, dwustronnej natury, polegające na wzajemnym użyczeniu sobie dostojęstwa. Dostojęstwo człowieka wyraża się we władaniu potęgą pieniądza, dostojęstwo przedmiotu w koszcie płynącym ze zbytowego narzutu, nie mającego żadnego związku z użytecznością, a ustalającego przynależność przedmiotu do kręgu życia jak najbardziej przyzwoitych i odpowiedzialnych finansowo ludzi, których obyczaje przeniknięte są zasadą honorowej rozrzutności, panującą na szczytach hierarchii. Owe obyczaje uszeregowanych kręgów zamożności kształtują nie tylko konsumpcję, lecz i kategorie moralne, zmysł piękna i obraz człowieka wszystkich objętych współzawodnictwem obywateli konsumentów.

Jan Strzelecki, *Niepokoje amerykańskie*, Warszawa 1962 r



P r e m i e r a 4 l u t e g o 1 9 7 1 r.

Edward Albee

WSZYSTKO W OGRODZIE

(Everything in the Garden)

Adaptacja sztuki Gilesa Coopera

Przekład: Kazimierz Piotrowski

Ryszard	Antoni Szubarczyk
Jenny	Barbara Olszańska
Roger	* * *
Jack	Wiesław Zwoleński
Pani Tooth	Ewa Kołogórska Krystyna Rutkowska
Beryl	Barbara Mikołajczyk
Chuck	Roland Głowacki
Luiza	Jadwiga Lesiak
Gilbert	Jerzy Kownas
Cynthia	Hanna Balińska-Korsztyn
Perry	Hilary Kluczkowski

Reżyseria: Czesław Staszewski

Scenografia: Elżbieta Krywsza

Asystent reżysera: Krystyna Rutkowska

Inspicjent: Eugeniusz Jarmuła

Suffer: Jadwiga Dracówna



Krytycy o sztuce „Wszystko w ogrodzie”

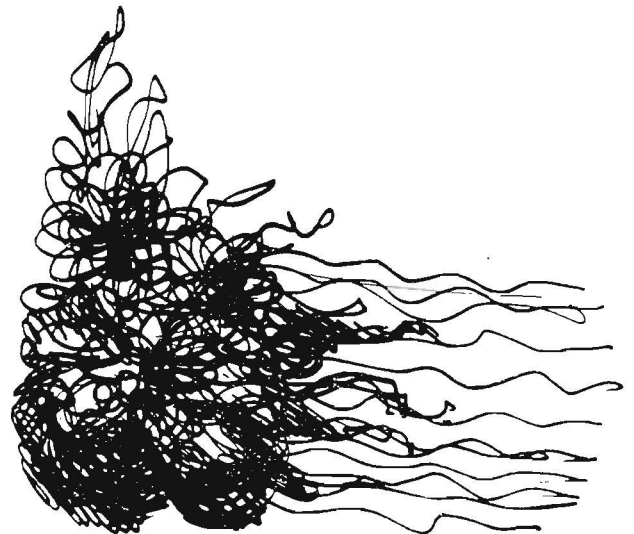
Albee zawsze był materialistą i widać porwał go temat podjęty przez Coopera: wszyscy jesteśmy prostytutkami, pacholkami Mamy, i konformistami. Bohaterowie dramatu to Jenny i Richard — klasyczne, mieszczańskie małżeństwo, żyjące w wiecznej niepewności, w obawie o dzień jutrzejszy — żyjący ponad stan, żeby móc pozwolić sobie na whisky z sodą i utrzymać swoją pozycję w stałej konkurencji z innymi. Gdy pojawia się demoniczna Madame, Jenny zgadza się pracować — w wolnych chwilach — w prowadzonym przez nią domu schadzek i zarabia mnóstwo pieniędzy. Mąż jej dowiaduje się szokującej prawdy, ale podczas kulminacyjnej sceny przyjęcia okazuje się, że wszystkie zamożne panie ze środowiska Jenny są na usługach Madame (za zgodą swoich mężów) i sztukę kończy rytualne morderstwo, w którym mężowie likwidują przyzwoitego człowieka spoza ich grupy, ponieważ przypadkiem odkrył ich sekret.

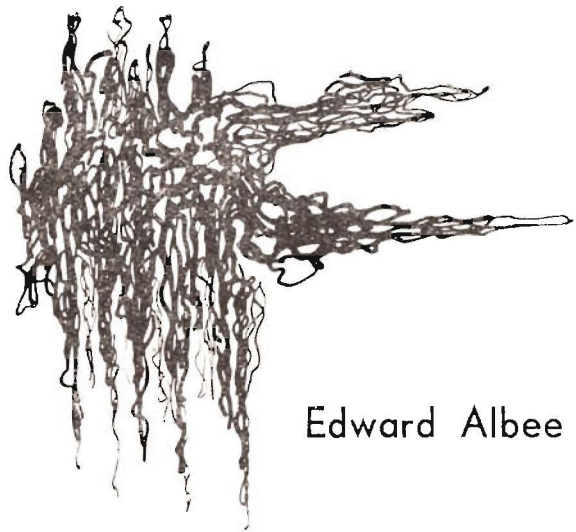
Są tu rzeczy oczywiste, wszystkie typowe dla Albee'ego problemy i sytuacje: skłócenie małżonkowie uwięzieni w plastikowym piekle, pozornie spokojny bieg codziennego życia kryjący potworny, ironiczny w swej naturze sekret, wzajemne stosunki między mężczyzną a kobietą ukazujące pełną gamę duchowych stanów wrogości.

Jack Kroll, *Newsweek*, 11.XII.1967 r.

Everything in the Garden była uprzednio sztuką Gilesa Coopera, młodego angielskiego autora, który zginął tragicznie. Teraz jest to utwór Edwarda Albee'ego; przerobił on dla amerykańskiej sceny sztukę, która pięć lat temu z hukiem padła w Londynie. (...) Co do nas — nie uprawiamy teatrologii porównawczej. Obejrzeliśmy wspaniałą sztukę — co w niej jest z Coopera, a co z Albee'ego, to w gruncie rzeczy obojętne — sztukę, w której przez dwa akty człowiek uśmiecha się, bawi, okłaskuje jedną pointę za drugą, by na koniec uświadomić sobie, co właściwie miał na myśli autor. Miał na myśli całkowite zaćmienie słońca, podczas gdy my śmiałyśmy się jeszcze pełną gębą. Ubrał on makabryczny temat w komediowy strój i pokazał parabolę dzisiejszego świata. (...) Nie trudno zgadnąć, o co tu idzie. Idzie o pieniądze, które korumpują człowieka, o podwójną moralność, o konformizm i o przymus dostosowania się i współdziałania w społeczeństwie, w którym kobiety i dziewczęta sprzedają się, gdy idzie o jako taką egzystencję, albo też o nowy samochód czy o ciepłarnię, czy wreszcie tylko o ambicję dorównania takiej stopie życiowej, jaką mają sąsiedzi.

Hans Sahl, *Die Welt*, 7.XII.1967 r.
(*Dialog* nr 2/1968)

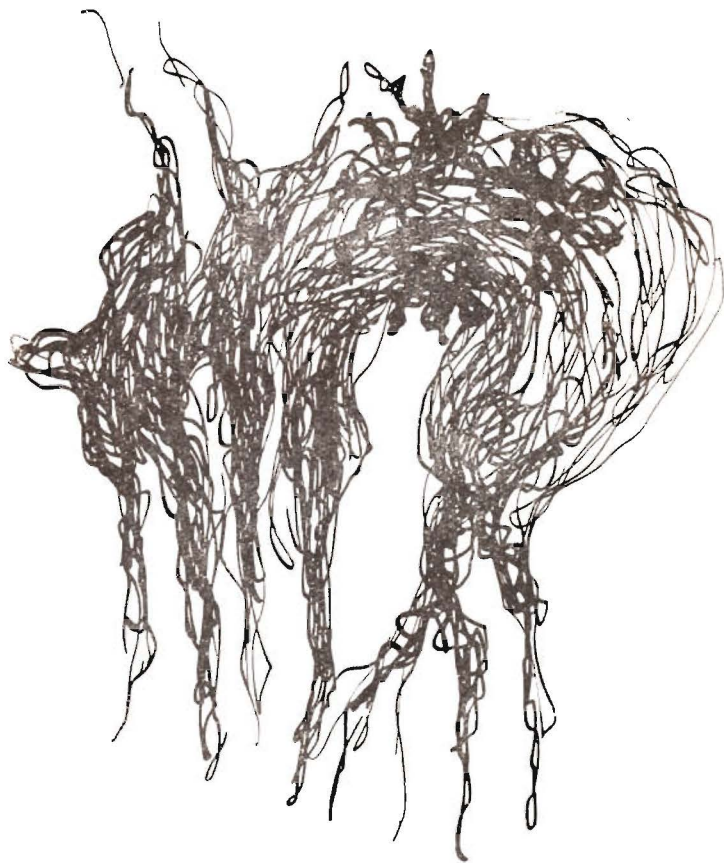




Edward Albee

Twórczość Edwarda Albee'ego budzi duże zainteresowanie, a często ożywione spory. Pierwsza jego sztuka *Opowiadanie o Zoo*, wystawiona najpierw w Niemczech, grana była w 1959 roku w Nowym Jorku poza Broadwayem i od razu stało się oczywiste, że teatr amerykański pozyskał nowego, godnego uwagi dramaturga. Po tej jednoaktówce ukazały się trzy następne utwory, między nimi bardzo irytujący, lecz przyjęty z powszechnym aplauzem *Amerykański ideał*. W roku 1962 pierwsza pełnospektaklowa sztuka Edwarda Albee'ego *Kto się boi Virginii Woolf?* osiągnęła na Broadwayu niebywały sukces i zapewniła autorowi pozycję w pierwszym szeregu amerykańskich dramaturgów. Wersja filmowa sztuki przyniosła mu jeszcze większy rozgłos, lecz Albee nie chciał brać udziału w pracy nad filmem i jak dotąd nic jeszcze dla filmu nie napisał. Wiele osób sądzi, że *Virginia Woolf* zasługiwała na nagrodę Pulitzera w dziedzinie dramatu, lecz wyróżnienie to przypadło autorowi dopiero w pięć lat później za sztukę *Chwiejna równowaga*. (Prapremiera polska sztuki odbyła się w Teatrze Współczesnym w Szczecinie 9.VI.1968 r. w reżyserii Jana Maciejowskiego i scenografii Janusza A. Krassowskiego.)





Kierownik techniczny
Roman Głaz

Kierownicy pracowni:

malarskiej
Michał Tuszyński

krawieckiej męskiej
Stanisław Kaczmarczyk

krawieckiej damskiej
Gertruda Madajczyk

perukarskiej
Czesława Kiyrm

modystka
Jadwiga Macharczyńska

ślusarskiej
Andrzej Żółtucho

stolarskiej
Florian Wolny

szewskiej
Paweł Paczyński

tapicerskiej
Władysław Jałowski

Główny elektryk, światło
Kazimierz Krzanowski

Brygadier sceny
Marian Łuczak

Operator światła
Andrzej Olenderek

Cena zł 3.00

SZGraf. 67 2000 N-9-2808

Wydawca: Państwowe Teatry Dramatyczne w Szczecinie. Redakcja programu: Jadwiga Adamowicz. Opracowanie graficzne: Elżbieta Krywsza.

