



TEATR
ŻEROMSKIEGO
W KIELCACH

NO SIGNAL

00

ZABIĆ CELEBRYTĘ

Radosław Paczocha
Reżyseria: Gabriel Gietzky

Teatr im. Stefana Żeromskiego w Kielcach
Dyrektor Michał Kotański

NR 61 | KWIECIEŃ 2017

GAZETA
TEATRALNA

GABRIEL GIETZKY

reżyser, aktor, scenarzysta, wykładowca PWST, dyrektor Teatru Dzieci Zagłębia w Będzinie; absolwent wrocławskiej PWST oraz Reżyserii Akademii Teatralnej w Warszawie. Stypendysta Wydziału Reżyserii DAMU w Pradze. Związany z teatrami: Polskim, Powszechnym, Ate-neum i Laboratorium Dramatu w Warszawie, Współczesnym i Polskim we Wrocławiu, Śląskim w Katowicach, Horzycy w Toruniu, Bagatela w Krakowie, Miejskim w Gdyni, Mickiewicza w Częstochowie.

WYBRANE ROLE:

- | M2 – „Gdyby” B. Shaeffera, reż. Krzysztof Galos, BTD
- | Hanemann Heinrich von Kleist – „Hanemann” S. Chwina, reż. Sebastian Majewski, BTD
- | Romeo – „Romeo i Julia” W. Shakespeare’a reż. Stanisław Nosowicz, BTD
- | Peer Gynt – „Peer Gynt” H. Ibsena, reż. Jerzy Wojtkowiak, BTD

WYBRANE REALIZACJE:

- | „Dziady” wg A. Mickiewicza, Teatr Miejski w Gdyni (2003)
- | „wariacje bernhardowskie” przemysława f, Teatr Powszechny w Warszawie (2005)
- | „Przytuleni” J. Gardella (reżyseria i opracowanie muzyczne) Wrocławski Teatr Współczesny (2005)
- | „Gwałtu, co się dzieje!” A. Fredry, Teatr Powszechny w Warszawie (2006)
- | „Traktat” według L. Wittgensteina (scenariusz i reżyseria) Wrocławski Teatr Współczesny (2007)
- | „Kupiec wenecki” W. Szekspira, Wrocławski Teatr Współczesny (2008)
- | „Koriolan” W. Szekspira, Teatr Powszechny w Warszawie (2011)
- | „Sex Guru” W. Weinbergera, Teatr Palladium w Warszawie (2012)
- | „Mewa” A. Czechowa (opracowanie muzyczne i reżyseria) Teatr Śląski w Katowicach (2012)
- | „Faza delta” R. Paczocha (opracowanie muzyczne i reżyseria) Teatr Powszechny w Warszawie (2012)
- | „Pornografia” W. Gombrowicza (adaptacja i reżyseria) Divadlo Komedie Praha (2013)
- | „Układ” E. Kazan (opracowanie muzyczne i reżyseria) Teatr im. Stefana Jaracza w Olsztynie, (2014)
- | „Dwóch szlachetnych krewnych” W. Szekspira, J. Fletchera (prapremiera polska, koncepcja i reżyseria) Teatr Dzieci Zagłębia w Będzinie (2016)
- | „Zabić celebrytę” R. Paczochy, Teatr im. S. Żeromskiego w Kielcach (2017)

NAGRODY:

- 1996 | II Ogólnopolski Konkurs na Wystawienie Polskiej Sztuki Współczesnej, Warszawa – Wyróżnienie za rolę M-2 w spektaklu „Gdyby” B. Shaeffera w reż. Krzysztofa Galosa
- 2004 | EURODRAMA, Wrocław – Nagroda Publiczności dla spektaklu „wariacje bernhardowskie” przemysława f
- 2008 | Konkurs na inscenizację dzieł Williama Shakespeare’a w sezonie 2007/2008, Gdańsk – Honorowe Wyróżnienie za reżyserię spektaklu „Kupiec wenecki” W. Shakespeare’a
- 2009 | XI Ogólnopolski Festiwal Sztuki Reżyserkiej „INTERPRETACJE”, Katowice – Nagroda jednego jurora oraz „Zaproszenie od Stanisława” za reżyserię spektaklu „Kupiec wenecki” W. Shakespeare’a
- 2011 | XV Ogólnopolski Festiwal Komedii „TALIA”, Tarnów – Nagroda Publiczności dla spektaklu „Boeing Boeing” M. Camolettiego
- 2013 | Nominowany do Feliksów Warszawskich za najlepszą reżyserię spektaklu „Faza Delta” Radosława Paczochy w Teatrze Powszechnym im. Zygmunta Hübnera.
- 2016 | odznaczony Brązowym Medalem Zasłużony Kulturze „Gloria Artis”.



W OKU KAMERY, W ŚWIECIE PÓŁPRAWD

Od początku pracy nad spektaklem towarzyszyła mi refleksja: co czyni człowieka. Na ile bohaterowie są właścicielami swojego „ja”, osobowości, duchowości, a na ile kształtuje ich rzeczywistość – w tym przypadku także świat telewizji – mówi Gabriel Gietzky, reżyser spektaklu „Zabić celebrytę” w rozmowie z Luizą Buras-Sokół.

Czy telewizja kłamie? Nie ma w niej już miejsca na prawdę?

Miejsce jest, jak w każdej dziedzinie życia społecznego, ale fakt, że pokazuje rzeczywistość wy-cinkowo sprawia, że w pewien sposób faktycznie ją zakłamuje. Z drugiej strony syntetyzowanie zawsze obarczone jest uproszczeniem. Jeśli chcemy coś uogólnić, zebrać w zamkniętą formułę, która będzie opowiadała rzeczywistość z określonej perspektywy – nie jesteśmy w stanie uniknąć skrótów, a więc wulgaryzacji, niedopowiedzenia, banalizacji, niepełnego obrazu, co można nazwać kłamstwem.

Przeciętny widz ślepo wierzy w to, co zobaczy na ekranie telewizora. Myśli o tym jak o prawdzie, a nie jej części. Czy można to zmienić?

Można tłumaczyć osobom, które są obarczone mniejszą dozą refleksji na temat medialnej rzeczywistości, że nie jest ona jedno-wymiarowa; pogłębiać tę refleksję, edukować, między innymi przy pomocy takich spektakli, jak nasz. Tylko w ten sposób możemy dać ludziom narzędzia służące refleksji krytycznej na temat obrazów prezentowanych w telewizji.

Sztuka „Zabić celebrytę” Radosława Paczochy powstała na podstawie powieści „Płyńcie łzy moje, rzekł policjant” Philipa K. Dicka, wydanej we wczesnych latach 70. Wygląda na to, że od tamtego momentu w medialnej popkulturze i sposobie jej odbioru niewiele się zmieniło. Jest chyba nawet gorzej.

Jest inaczej. Świat stracił na swego rodzaju naiwności od lat 70. Była to epoka po wydarzeniach końca lat 60., gdzie radość wynikająca z odzyskania przestrzeni wolności na świecie była dość szeroka, a poziom wiary w ludzkość – euforyczny i rosnący. W tej chwili cynizm współczesności wpływa na medium, jakim jest telewizja.

I dlatego główny bohater spektaklu – Jason Taverner, może wydać się widzom dobrze znany. To inteligentny, cwany telewizyjny showman toczący bezkompromisową walkę o słupki oglądalności. Znamy takie kariery.

Autor raczej nie wzorował się na kimś konkretnym. Miał na myśli pewne mechanizmy i schematy, które funkcjonują w popkulturze. Sztuka to miks tego, co obserwujemy obecnie, z tym, co w powieści Philipa K. Dicka, doprawiony wyobraźnią autora. Mówi się, że w telewizji karierę może zrobić każdy, ale procesy kto kogo używa w mediach są dużo bardziej skomplikowane i obarczone sporą dozą przypadkowości. Media wykorzystują potencjał ekonomiczny pewnych zdarzeń. To, że ktoś zrobi medialną karierę wcale nie oznacza, że o to walczył. Tak się po prostu dzieje, bo media są wypadkową zamierzeń, oczekiwań, popytu, podaży. Jednak w przypadku tego spektaklu telewizja jest tylko pretekstem do opowiadania o potrzebie sławy, o potrzebie kreowania swojego ego i wartościowania międzyludzkiego. W tym sensie telewizja jest sprzyjającym temu wszystkiemu nośnikiem, otoczką. Od początku pracy nad spektaklem towarzyszyła mi refleksja, co czyni człowieka. Na ile bohaterowie są właścicielami swojego „ja”, osobowości, duchowości, a na ile kształtuje ich rzeczywistość – w tym przypadku także świat telewizyjny, na ile on ich „mieje”?

Główny bohater zrobiony jest z telewizyjnej gliny i to go czyni postacią tragiczną. Żyje w świecie mediów i sam nie wie, gdzie kończy się stan wykreowany na potrzeby show, a zaczyna prawda.

Tak, to jest tekst o tym, co zdefiniowaliśmy na początku tej rozmowy – o niepełnym obrazie rzeczywistości. Ale wiele zależy też od perspektywy, z której się patrzy, wewnętrznej bądź zewnętrznej. Przedstawienie obejmuje tę drugą – widz z zewnątrz przygląda się pewnemu opisowi rzeczywistości, a później wewnętrznie może coś z tym zrobić. Jeśli spektakl będzie dla niego mikronarzędziem refleksji krytycznej wobec rzeczywistości i świata mediów, to oczywiście bardzo dobrze.

Media wykorzystują potencjał ekonomiczny pewnych zdarzeń.

To, że ktoś zrobi medialną karierę wcale nie oznacza, że o to walczył.

Ale spektakl nie ma na celu jednoznacznego potępienia telewizji, jej narzędzi?

Absolutnie, ja nie mam w zwyczaju robienia przedstawień, które definiują, oceniają. Pokazujemy pewną rzeczywistość, w tym wypadku świat mediów i realia okołomedialne, i człowieka w tym świecie. Chciałbym, by to widz był osobą odpowiadającą na pytania, do zadawania których pretekstem stanie się to przedstawienie. Taki proces wydaje mi się najistotniejszy w teatrze – refleksyjno-przeżywający, dawniej nazwalibyśmy go katartycznym. Z jednej strony widz może przeżyć tę historię, z drugiej zaś może zastanowić się nad sobą czy swoim stosunkiem do czegoś. Ja nie mam zamiaru krytykować ani moralizować. Wręcz przeciwnie – przedstawienie opisuje świat rozrywki, w tym przypadku telewizyjnej, i nie chciałbym tej rozrywki zagubić, choć obecnie słowo to nacechowane jest pejoratywnie. Ex definitione sztuka rozrywkowa jest gorsza od tej nierozrywkowej, a początków takiego postrzegania należy szukać w „Poetyce” Arystotelesa, który pisał, że sztuka nieśmieszna, poważna, jest ważniejsza, a ta śmieszna to – jakbyśmy dziś powiedzieli – „gorszy sort”, bo nie wiedzie do całkowitego katharsis. A ja nie chciałem pomijać aspektu rozrywkowego, dlatego na widzów czeka swego rodzaju niespodzianka, gra, w którą być może pozwolą się wciągnąć, zwieńczona zaskakującą puentą. Zawsze staram się, by moje przedstawienia były śmieszno-straszne. Lubię taką narrację. Przemawia do mnie świat nie monochromatyczny, ale barwny, który potrafi kontrastować stany emocjonalne, stan poważny skontrapunktować śmiesznym, smutny – wesołym, świat oparty na budowaniu napięcia pomiędzy tym, co poważne i ważne, a tym, co nieistotne i błahe. W tym kontrapunkcie tkwi refleksja. Żeby zobaczyć biel, trzeba zestawić ją z czernią; bo jeśli wszystko jest białe, przestajemy widzieć tę biel, nie rozumiemy jej. I tak staram się budować swoje spektakle: obok białych kartek stawiać czarne lub barwne, by widz mógł się przejrzeć w migotliwości świata przedstawionego.

Z tych słów wynika, że spektakl „Zabić celebrytę” to żaden moralitet, ale dobra zabawa dla widza.

Jego narracja jest budowana na co najmniej trzech, jeśli nie więcej, poziomach. Z jednej strony jest to poziom refleksji filozoficznej, z drugiej – poziom rozrywkowy, a do tego ważną rolę pełnią tu aspekty wizualno-dźwiękowe. Ścieżek komunikacji z widzem jest kilka i każdy może wybrać tę, którą podąży.

Dziękuję za rozmowę.



CELEBRYTA - BOHATER NA MIARĘ NASZYCH POTRZEB?

Dziś chyba już nie wyobrażamy sobie istnienia świata rozrywki, polityki, a nawet kultury, bez celebrytów, czyli „ludzi znanych z tego, że są znani” (określenie Daniela Boorstina z 1961 roku). *Celebrytę* polszczyzna przyswoiła całkiem niedawno. Według Krystyny Waszakowej angielski wyraz *celebrity*, w liczbie mnogiej *celebrities* ('ludzie sławni i bogaci'), pojawił się w naszym języku najprawdopodobniej pod koniec lat 90. ubiegłego stulecia.

W początkowej fazie zapożyczenia był tzw. cytatem obcojęzycznym, odnosił się do amerykańskich realiów i występował w opisach innego, amerykańskiego świata, o którym marzyliśmy, a który kojarzył nam się ze sławnymi ludźmi, przyjęciami, plotkami, blaskiem fleszy. Warto jednak wspomnieć, że dużo wcześniej, bo już w XIX wieku, w podobnym znaczeniu używany był wtręt francuski *célébrité* (znaczenie podobne).

Kiedy amerykańizm i internacjonalizm *celebrity* pojawił się w języku polskim w przyswojonej postaci jako *celebryta*? Chociaż *celebryta* ('sława', 'znakomitość') wydaje nam się niezłe zadomowiony, dopiero na początku XX wieku (po 2007 r., a na pewno po 2009 roku) zaczyna

funkcjonować jako jednostka o niestabilizowanej fleksyjnie postaci: *celebryt* // *celebryta*. Rzeczownik ten wymieniony jest w Słowniku wyrazów obcych (2009), który uwzględnia dwie jego formy: *celebryt* i *celebryta* z definicją: „osoba powszechnie znana, zwłaszcza z telewizji i kolorowych pism”. W słownikach nowszych *celebryta* jest definiowany obszerniej: „to znana powszechnie osoba (np. aktor, muzyk, dziennikarz, polityk), której życie prywatne jest obiektem zainteresowania mediów, zwłaszcza plotkarskich; *celebryta* zwykle sam udostępnia dziennikarzom informacje o sobie, chcąc z tego czerpać korzyści” (dobryslownik.pl). Obecnie powszechnie stosowana jest forma *celebryta* (w liczbie mnogiej *celebryci*), nikt też nie ma wątpliwości co do znaczenia.

Chociaż celebryta pojawił się w polszczyźnie całkiem niedawno i występuje przede wszystkim w języku mediów i tekstach z nimi związanych (w tabloidach, tzw. prasie kolorowej, na portalach i stronach internetowych poświęconych show-biznesowi, w telewizji, zwłaszcza w programach typu talk-show, reality-show), przyswojony został skutecznie i dziś nikt nie zastanawia się nad jego pochodzeniem. Zapewne na szybką asymilację miały wpływ występujące w polszczyźnie, a pochodzące z łaciny wyrazy: celebrować 'odprawiać nabożeństwo, obrzęd'; 'robić coś z namaszczeniem, uroczyście, ceremonialnie, pompatycznie'; celebra 'uroczyście odprawianie nabożeństwa, obrzędu; nabożeństwo odprawione szczególnie uroczyście'; celebracja 'zachowanie (się), wykonywanie czegoś szczególnie uroczyście, celebrans – 'duchowny odprawiający nabożeństwo', celebrant 'to samo', celebracyjny 'związany z celebracją; uroczysty, namaszczony, pompatyczny' (por. łac. celeber, celebris 'sławny'; 'uczyszczany'; celebrare 'rozślawiać'; 'uroczyście obchodzić'; celebritas, celebritatis 'uroczysta formalność prawna). Istniał więc pewien związek znaczeniowy między celebrytą a wyrazami pokrewnymi, funkcjonującymi w polszczyźnie od dawna: celebryta to osoba powszechnie rozpoznawana, znana z zainteresowania mediów, celebrowana przez media. Między mediami i celebrytami zachodzi silna zależność. Media zapewniają celebrytom popularność, celebryci zaś dostarczają mediom powodów do pisanja. Omawiany rzeczownik rozpowszechnia się przede wszystkim w języku mediów, bardzo szybko zyskuje popularność dzięki Internetowi, który znacznie zwiększył nasz dostęp do różnego typu informacji, w tym do plotek z życia słynnych osób.

Trzeba również wspomnieć, że w polszczyźnie pojawiły się również derywaty, np. nazwa żeńska celebrytka, a także megacelebryta, supercelebryta, przymiotniki celebrytowy // celebrycki, a nawet czasownik celebrytować i rzeczownik odczasownikowy celebrytowanie. Brak akceptacji celebryckiego stylu życia, zwłaszcza osób ulegających chorobie celebryckiej (celebryckiej zarazie), powoduje przynależność niektórych do grona antycelebrytów lub acelebrytów.

Najczęściej słowo celebryta jest odnoszone do osób związanych ze światem komercyjnej rozrywki, show-biznesu, różnych form popkultury, sportu itd. Celebryta uświetnia sobą wszystko, co ma w swoim zasięgu: ludzi, miejsca, wydarzenia, programy telewizyjne, radiowe itd. Jest ulubieńcem mediów, przez które został stworzony, wylansowany, od których całkowicie zależy. To bohater chwili, będący nie tylko swoistym symbolem świata pozornych wartości, ale przede wszystkim dowodem na to, że marzenia o sławie i wyjątkowości są powszechne.

Dr hab. prof. UJK Marzena Marczewska,
językoznawca



ZABIĆ CELEBRYTĘ

tekst i dramaturgia:
Radosław Paczocha

reżyseria:
Gabriel Gietzky

scenografia:
Maria Kanigowska

muzyka:
Marcin Nenko

projekcje:
Tomasz Gawroński

ruch sceniczny:
Witold Jurewicz

obsada:
JASON TAVERNER
Gabriel Gietzky/Andrzej Plata

KATE HART
Dagna Dywicka

FRED/LEKARZ/POLICJANT
Łukasz Pruchniewicz / Dawid Żłobiński

PIEŁĘGNIARKA
Ewelina Gronowska

MARY SUE
Zuzanna Wierzińska

muzyka na żywo:
Marcin Nenko, Karol Krąż

BYĆ ZAUWAŻONYM I ROZPOZNANYM – TO LEPSZE NIŻ KOSMICZNY ORGAZM ALBO SEKS

Są wszędzie: w sieci, w gazetach, telewizji. Wyskakują z naszych smartfonów, szaf na ubrania, pawlaczy, samochodów, supermarketów i łazienek. Reklamują to, co jemy, nosimy, czym smarujemy twarz i czym czystymy toaletę albo kosimy trawnik w ogrodzie. **Celebryci. Gwiazdy.**

To kwestia nazewnictwa, niczego innego. Tak naprawdę celebrytami są dzisiaj wszyscy; każdy bowiem, kto ma konto w mediach społecznościowych – czyli na Facebooku, Snapchacie, Instagramie czy Twitterze – staje się nadawcą konkretnych treści, informacji. Każdy może zbierać lajki, szery i mieć tzw. Follow.

Jacy są? Różnicowani. Jedni są tam, gdzie są, czyli na świeczniku, bo chcą być sławni; od dziecka mówili wierszyki na rodzinnych uroczystościach, lubili przebieranki i zabawy – więc gdy dorośli zostali celebrytami na ściankach. Celebrytami z urodzenia i misji oraz pasji. Kochają błysk fleszy, zgiełk, niesmaczne jedzenie na bankietach

i ciepłego szampa na kolejnym spędzie. Oni są po to, by błyszczeć. Czy mają jakiś konkretny talent? Tak, na pewno mają talent do zwracania na siebie uwagi, do zarabiania na sobie i na informacjach o swoim życiu, do generowania newsów, które dają im upragnioną rozpoznawalność, newsy w portalach plotkarskich i potem pieniądze. Oni kochają ten moment, kiedy wchodzą do sklepu albo idą ulicą i przechodzący ludzie coś tam mówią do siebie na ich temat, za ich plecami. To jest lepsze niż najlepszy afrodyzjak; to jest lepsze niż kosmiczny orgazm albo seks. Być rozpoznany, zauważony – tak, oni po to żyją.



Drudzy do świata barwnej celebry wkraczają jakby mimochodem. Bocznyimi drzwiami. To, czyli sława, splendor, okładki gazet i flesze, nie był ich cel. Napisali „tylko” piosenkę, bywa, że i coś dobrego i hitowego zaśpiewali, zagrali w filmie albo w serialu; bywa, że napisali książkę, która stała się znana albo są politykami, którymi interesują się media, ewentualnie sportowcami, którzy przynoszą nam dumę i na widok których serce mocniej nam bije. I nagle ludzi zaczynają interesować, media zwracają na nich uwagę, są „hot” w stopniu czasem chorobliwym. Bo nic nie podnieca tak, jak prawdziwy talent, jakaś artystyczna umiejętność dana tylko nielicznym, wybitna uroda, wrażliwość, zdolność kreacji albo ciekawa osobowość.

I jedni i drudzy to celebryci. Nie ma sensu bawić się w rozróżnianie nazw. Czy ktoś jest Artystą, Gwiazdą czy Muzykiem. Koniecznie wielką literą... Każda znana osoba jest dzisiaj celebrytą. Koniec, kropka, nie licytujmy się, kto jest kim albo kim chciałby być. Problem tkwi gdzie indziej: jaki dają komunikat swoją medialną (mniej lub bardziej nachalną) obecnością, jaki jest ich przekaz do fanów, do odbiorców, do nas szaraków, którzy czytają o nich, oglądają ich w mediach, na filmikach w sieci i na zdjęciach w kronikach towarzyskich...

Z tym bywa trudniej, bo większość ma jedyny znany sobie przekaz, czyli „ja”. „Jestem piękny, młody, gładki, kolorowy, mam ładną pupę, biust albo stopy. Gotuję, coś jem, ćwiczę, mam ładne włosy, nowe usta i znanych przyjaciół, z którymi w konkretnej knajpie jemy obiady. Albo jemy je z pudełek”.

Ich życie jest jak nieustające reality show, które toczy się w mediach społecznościowych, każda niemal chwila jest sfotografowana, opisana, ma swój hashtag i bywa, że sponsora – bowiem ludzie ci ze swojego życia uczynili nie tylko show, ale i sposób na zarabianie pieniędzy. Ich „ja” to również ich zawód. To praca, którą codziennie wykonują i pracują w niej całą dobę, dzień po dniu, tydzień po tygodniu. Zarabiają na swoim życiu, na byciu sobą...



Oni kochają ten moment, kiedy wchodzą do sklepu albo idą ulicą i przechodzący ludzie coś tam mówią do siebie na ich temat, za ich plecami.

Obok przekazu pod nazwą „ja” jest czasem coś innego. Jakaś treść, konkretny przekaz, talent, którym można zabłysnąć, pochwalić się i podzielić się nim z innymi, wzbudzić zachwyt, zainteresowanie albo podziw. Bywa że i zazdrość. Trzeba tylko mieć ten talent, umieć go wykorzystać kreatywnie, tak, by pociągnąć za sobą innych siłą kreacji a nie nowymi butami, ustami, jedzeniem z pudełka albo marką samochodu, którym jeździmy w tym tygodniu. To jednak wymaga pewnego wysiłku, osobowości i siły.

Ale nie każdy to ma. Niestety... Los bardzo nierówno obdarował ludzi przymiotami i talentem, o osobowości nawet nie wspomnę.

Dzisiaj celebryci są wszechobecni. Stają się wyznacznikami stylu, kreatorami mód, sprzedawcami marzeń, ale i coraz częściej nośnikami idei. Owszem sprzedają nam różne produkty, lansują się na naszych

plecach i portfelach, ale czasy są takie, że coraz częściej zaczynają sugerować, co powinniśmy myśleć, jak działać, o co walczyć. Świat zdurniał na tyle, że dotychczasowe autorytety upadły albo nie dały rady w wyścigu ze współczesnością i na polu walki o nasze dusze zostali celebryci. To oni zaczynają być powoli czymś w rodzaju sumienia ludzi, nauczycieli, drogowskazu – jak myśleć, na co uważać, w co wierzyć. Trochę na zasadzie, że na bezrybiu i rak ryba, ale patrząc na aktywność wielu celebrytów na polu społecznym, na ich inicjatywy dotyczące ochrony przyrody, praw kobiet, równości społecznej i walki z dyskryminacją, trzeba przyznać, że niektórzy z nich robią wiele dobrego: zwracają uwagę na konkretne problemy dzisiejszego świata.

A więc nie tylko wkurzają, zarabiają pieniądze na swych fanach, nie tylko pozują na ściankach, udzielają głupich wywiadów, chodzą na bankiety i piją szampana. Potrafią coś znacznie więcej; potrafią, szczególnie niektórzy z nich, naprawdę nas poruszyć. Nie tylko dla beki, mema, głupiego dowcipu czy ploteczki. Potrafią poruszyć nasze umysły i serca. I dlatego zastanówmy się dwa razy, albo i nawet trzy nim zabijemy celebrytę. Bo kto nam wtedy zwróci uwagę na rzeczy ważne, interesujące czy inspirujące i kto da nam powód do spon-tanicznej beki albo wybuchu śmiechu?

Świat powoli zaczyna się – ale i kończy – na nich. Na celebrytach. Czy chcemy tego, czy nie.

Karolina Korwin-Piotrowska
dziennikarka radiowa i telewizyjna, felietonistka, autorka książek:
„Bomba. Alfabet polskiego szołbiznesu”, „Krótka książka o miłości”.



NIE MA UCIECZKI PRZED CELEBRYTĄ, JAK TYLKO W INNEGO CELEBRYTĘ...

Skoro gombrowiczowska „gęba” stała się symbolem naszej społecznej reprezentacji, to kim lub czym jest w naszym dzisiejszym, coraz bardziej wirtualnym świecie, „gęba celebrycka”? Jest to jakby „gęba ustokrotniona”, jakby zwielokrotnione udawanie, pomnożone przez setki kamer, brukowców, zdjęć i pisanych na kolanie artykułików... A potem wszystko to jest pomnożone przez jeszcze większą liczbę ciekawskich oczu, które to wszystko oglądają, podziwiają i... przeklinają.

Bo „gęba celebrycka” to nie tyle gęba, którą celebryta sam sobie wymyśla czy kreuje; „gęba celebrycka” rodzi się tak jak „gęba gombrowiczowska” – pomiędzy nami, tyle że w przestrzeni jeszcze bardziej od nas oddalonej, medialnej, odczłowieczonej, choć ogniskującej wiele naszych pragnień czy pragnień rynku wykreowanych przez nas lub nasze pragnienia. A już na pewno najmniej rodzi się po stronie nas samych. Bo „gęba celebrycka” jest kostiumem zawsze szytym nie na miarę: zawsze na wyrost, zawsze kiepsko przylegającym do manekina i zawsze ważniejszym od samego manekina. O ile „gombrowiczowska gęba” definiowała dramat jednostki w pogoni za własną autentycznością, o tyle „gęba celebrycka” mogłaby definiować dramat ludzkości w pogoni za pustką sławy. Sławy dla niej samej. Sławy z przypadku. Sławy, która nie patrzy na dorobek lub unikatową osobowość – tylko sławy, dla której „im puściej i prościej, tym skuteczniej”, „im szybciej, tym lepiej” i wreszcie: „im głupiej, tym mądrzej”. Słynne powiedzenie, że „ktoś jest znany z tego, że jest znany” oddaje istotę owej medialnej cebuli, którą jest celebryta. Jeśli zderzymy z niego pierwszą warstwę sławy, potem drugą, trzecią i czwartą, to i tak nie dotrzemy do jądra celebryckiej cebuli,

która dałaby odpowiedź na pytanie: dlaczego ten celebryta jest tak bardzo znany, a nie jest znany wybitny profesor fizyki, genialny genetyk światowej sławy czy ekonomista? Co najwyżej odkryjemy rozplywający się w narcystycznym błogostanie brak odpowiedzi. W końcu poddajemy się; przestaje być dla nas ważne, co kryje się w środku celebryckiej cebuli, bo jasne jest, że nie ma tam nic. Ważne są tylko kolejne powidoki naszego zainteresowania, kolejne warstwy fleszy, pod którymi ukrywa się wielka cebulowo-celebrycka nicość...

Nie jest przypadkiem, że w telewizji królują programy, w których tańczą nie tancerze a sportowcy, śpiewają nie piosenkarze tylko pogodyнки. Mogliby również śpiewać i tańczyć pisarze, politycy albo naukowcy – gdyby się tylko zgodzili. Idea jest bowiem taka, żeby występujący byli znani, ale z czegoś zupełnie innego i mogli na oczach wszystkich wykonywać to, co akurat najmniej potrafią. W myśl zasady, że przewrotka na skórce od banana i stłuczenie sobie przy tym tyłka, jest o wiele bardziej interesujące niż filozoficzny wywód czy przeprowadzenie na żywo zawilego równania matematycznego.

W telewizji „business is business”, dlatego prawda w swojej bezpośredniości lub zawiłej postaci społecznego bądź politycznego zjawiska stoi pokornie za barykadą wzniesioną ze słupków oglądalności. Dlatego nie dziwny się, że w mediach mówi się i czyni to, co się sprzedaje. Tak samo jest w rzeczywistości celebryckiej, w której prawda stoi wyłącznie po stronie oglądalności. Porażka naiwnego inteligenta w zderzeniu z telewizją i światem kreowanym przez media, polega na całkowitym poddaniu się tego świata postawie kalkulującej, w której produkt jest tylko produktem. Celebryta także jest produktem, który tylko częściowo konsumuje swoją własną sławę; skonsumować mają ją przede wszystkim stacje, które celebrytów kreują. Aby maszyna showbiznesu mogła sprawnie działać – stacje telewizyjne z wydajnością godną współczesnego stachanowca wypływają kolejnych celebrytów, a oni posłusznie i w gustownych ubraniach, wykonują swoją pracę; uśmiechnięci i przed kamerami. „Bo być to być postrzegany” – jak mawiał Berkeley. Stąd wynika jeszcze inna definicja celebrytwa: „nieważne co, nieważne jak, ważne, że mówią”. W ten oto sposób celebryta zapatrzony w swój własny obraz odbity i pomnożony przez setki telewizyjnych klisz i fleszy, staje się współczesnym Narcyzem, odzwierciedlającym potrzebę społecznej zauważalności. Świecąc odbitym światłem celebryta nie tyle jest rzeczywistością, co ją udaje, pozoruje, efektownie i pusto retuszuje, aż do napuszonego absurdu. Staje się niby-osobą w niby-rzeczywistości, odmianą prawdziwej fałszywości lub, z definicji, fałszywą prawdą, z którą jednak chcemy obcować; tak jak zwykle wybieramy w sklepie ten produkt, który ma efektowniejsze opakowanie.

Sami celebryci rzadko postrzegają siebie jako celebrytów; prawdopodobnie większość z nich, gdyby czytała ten felieton, myślałaby raczej o swoich kolegach i koleżankach. Celebryci wystrzegają się tej autodefinicji jak ognia i uciekają przed nią jak diabeł przed świeconą wodą. Prowadzą blogi modowe, jakby to właśnie było jądrem ich celebryckiej cebuli, albo odkrywają w sobie pasję do gotowania lub tańczenia. Bywa, że grają w serialu z zawodowymi aktorami (co podobno czyni ich zawodowcami), prowadzą jakiś program w telewizji i podobno są dzięki temu zawodowymi dziennikarzami (albo dziennikarzami z pasją). Machina celebrytwa pędzi szybko, kreuje gwiazdy sezonowe, gwiazdy środowiskowe, gwiazdy na weekend, przelotne komety erotycznego skandalu. Show must go on!

Nie ma ucieczki przed celebrytami. Dopóki będą istniały media, celebryckie dziennikarstwo, ścianki i zdjęcia na nich, dopóki wszystkiemu temu towarzyszyć będzie nasz podziw dla sławy (choćby najbardziej pustej i próżnej) – tak długo celebryta będzie gościł w naszych domach, znany aktor będzie przekonywał do zainwestowania pieniędzy w tym a nie innym banku, a bezdzietna piosenkarka będzie zachwalała pieluszki tetrowe, które sama wypróbowała na swoich wirtualnych pociechach...

Pal sześc, gdyby chodziło tylko o samych celebrytów – to w końcu dwór czyni króla i dwór potrzebuje króla. Ktoś, kto nie jest celebrytą, potrzebuje celebryty. A tym kimś jesteśmy my, którzy za bardzo uwierzyliśmy sławie. Bo w czasach internetu i srebrnego ekranu wierzymy w sławę tak, jak się kiedyś wierzyło delfickiej wyroczni. Tak, jakby każda sława obdarowywała nieśmiertelnością i miała coś istotnego do powiedzenia. A tymczasem wróżenie z celebryckich fusów pozostawia nas sam na sam z własną niewiedzą, a celebryci – karmieni podziwem dla sławy – zachowują się tak, jakby mieli nam coś istotnego do powiedzenia, choć sami nie wiedzą co...

Radosław Paczocha, dramaturg

Pierre Bourdieu,
O telewizji.
Panowanie dziennikarstwa:

„Dla niektórych filozofów (i pisarzy) bycie oznacza bycie oglądanym w telewizji, czyli w gruncie rzeczy bycie dostrzeżonym przez dziennikarzy, czy jak to się mawia, bycie dobrze przez nich widzianym (co niesie za sobą różne kompromisy i kompromitacje). Faktycznie, skoro twórczość nie jest w stanie zapewnić im ciągłego istnienia, jedyną ich szansą jest jak najczęstsze pojawianie się na ekranie, czyli pisanie w regularnych odstępach czasu jak najkrótszych dzieł, które – jak zauważył Gilles Deleuze (1978) – służą przede wszystkim zapewnieniu sobie zaproszenia do telewizji. W ten sposób ekran telewizora stał się dziś swego rodzaju lustrem Narcyza, miejscem prezentacji czyjegoś narcyzmu.”



PO PREMIERZE

dramaturgia
Szymon Bogacz,
Zuzanna Bućko

ZAUCHA. WELCOME TO THE .PRL

reżyseria: Adam Biernacki
tekst, dramaturgia i współreżyseria:
Zuzanna Bućko i Szymon Bogacz
opracowanie muzyczne: Szymon Bogacz
aranże i muzyka: Waldemar Maszyński
asystent muzyczny: Grzegorz Margas
scenografia, kostiumy, projekcje wideo i światła:
Mirek Kaczmarek
choreografia: Mikołaj Mikołajczyk
Inspicjent-sufler Maria Bielińska

występują:
Teresa Bielińska, Magda Grąziowska,
Agata Grobel, Wiktoria Kulaszewska,
Aneta Wirzinkiewicz, Bartłomiej Cabaj,
Krzysztof Grabowski, Edward Janaszek,
Bogusław Kudłek, Grzegorz Margas,
Wojciech Niemczyk, Paweł Wolsztyński



(...) Duet dramaturgów Szymon Bogacz i Zuzanna Bućko już raz wsadzili kij w mrowisko wystawiając dwa lata temu w Jeleniej Górze „Karskiego historię nieprawdziwą”, według której misja polskiego emisariusza doprowadziła do przerwania holokaustu i upadku dwóch totalitaryzmów – hitlerowskiego i stalinowskiego. Karski stał się superbohaterem nowego cudownego świata, ikoną popkultury. Trudno nie odnieść wrażenia, że sztuka „Zaucha. Welcome to the .prl” w reżyserii Adama Biernackiego (...) jest kontynuacją projektu sprzed dwóch lat.

Tym razem bohaterem sztuki stał się człowiek będący rzeczywistą ikoną popkultury siermiężnego PRL-u zaś w wersji alternatywnej doskonałego socjalistycznego świata. W równoległej rzeczywistości według twórców spektaklu piosenkarz jednak nie ginie w zamachu na swoje życie, zaś transformacja ustrojowa w Polsce i na świecie przybiera zgoła inny obrót; dość powiedzieć, że za sprawą Andrzeja Zauchy upada mur berliński, na Bałkanach nie ma wojny, Związek Radziecki rozpada się na sto ileś tam państw, Putin nigdy nie dochodzi do władzy a Łukaszenka ginie od czołgowego pocisku, zaś państwa Europy jednoczą się we wspólnocie wokół Polskiej Rzeczypospolitej Socjalistycznej.

Dlaczego za sprawą Andrzeja Zauchy? Bo taką moc mają jego piosenki, moc zamieniania zła w dobro. Bo taki był Andrzej Zaucha, całkowicie oddający się innym, że nawet Matka Teresa z Kalkuty musiała przyznać, że jest nikim wobec niego. Czy autorzy szyszczą ze zmarłego piosenkarza? Czy dwa lata temu szyszczili z Jana Karskiego?

Na pewno szyszczą z historii alternatywnych i spiskowych teorii dziejów. Po prostu wykorzystują konwencję, by zmusić nas do głębszego zastanowienia się nad rzeczywistą historią, która z nauczycielki życia przeradza się w swoiste show. (...)

Ryszard Koziej, Radio Kielce

///

(...) Historia o tym, co nigdy się nie wydarzyło została opowiedziana przy pomocy tańca, wizualizacji, a przede wszystkim muzyki. Ciekawe, na szczęście nieudziwnione aranże i bardzo dobre wykonanie kieleckiego teamu pozwalają docenić urodę piosenek Zauchy i innych gwiazd lat 90. Wszak na scenie poza głównym bohaterem pojawia się ponad 80 postaci. Aktorzy występują w białych kostiumach, ich stroje wskazują, że są postaciami z innego świata. Uwagę zwraca oszczędna scenografia: kulisa z dziurami po pociskach i ogromne łuski po nabojach, figura Matki Boskiej i dwie wierzby to właściwie wszystko, ale wystarczająco dużo, by stworzyć kontekst dla tłumu ożywającego scenę. Spektakl polecany jest nie tyle miłośnikom Zauchy, co absurdałnego humoru, ciekawym świata i alternatywnych rozwiązań. Miłośnicy Zauchy też nie powinni się uskarżać, jeśli tylko zaakceptują takie, niekonwencjonalne podejście do swego idola.

Lidia Cichocka, Echo Dnia

///

W niestandardową podróż przez alternatywną rzeczywistość lat dziewięćdziesiątych, w których głównym bohaterem jest Andrzej Zaucha zostajemy zabrani w trakcie (...) spektaklu "Zaucha. Welcome to the.prl". Jest to wycieczka iście szaleńcza. (...) Andrzej Zaucha przeżył postrzał i wrócił do swojej kariery piosenkarza. Rzucił się w wir jeszcze większej pracy artystycznej. Staje się bohaterem na miarę najbardziej znaczących ludzi, a może jeszcze bardziej znaną od nich postacią lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku zarówno w kraju jak i za granicą. Setki koncertów i spotkań, bo ludzie zaczynają widzieć w nim lek na całe zło.

Maciej Wadowski, Gazeta Kielce



NASTĘPNA PREMIERA:

Ödön von Horváth

OPOWIEŚCI LASKU WIEDEŃSKIEGO

Przekład: Karolina Bikont

Reżyseria: Michał Kotański

Scenografia: Barbara Hanicka

Ruch sceniczny: Cezary Tomaszewski

Muzyka: Lubomir Grzelak

Kostiumy: Arek Ślesiański

Reżyseria światła: Damian Pawella

Konsultacja dramaturgiczna: Radosław Paczocha

Asystentki reżysera:

Małgorzata Jakubowska (I rok WRD),

Ewa Rucińska (II rok WRD)

premiera w Teatrze Żeromskiego
maj 2017

PATRONAT MEDIALNY:



WOJEWÓDZTWO
ŚWIĘTOKRZYSKIE

SPONSORZY:



Redaktor odpowiedzialny: Justyna Żukowska

Projekt graficzny: Paweł Nowik Nowicki

Zdjęcia z próby: Bartłomiej Pivoński
Krzysztof Bieliński (Zaucha. Welcome to the .prl)

Opracowanie i skład komputerowy: Studio Reklamy 300 dpi+

Druk: O.P. APLA

Teatr im. Stefana Żeromskiego
25-507 Kielce, ul. Sienkiewicza 32
centrala tel. 41 344 60 48, kasa i Impresariat 41 344 75 00
www.teatrzeromskiego.pl