

Wybudzanie. Dramat polski/Interpretacje – Jacek Kopciński

Na przekór filozoficznym przeświadczeniom epoki, wbrew dominującym tendencjom teatralnym, wobec obojętności większości badaczy i krytyków, w wąskim gronie utalentowanych entuzjastów, którzy na różne sposoby usiłują zaciekawić swoją twórczością wydawców i dyrektorów scen, powstają dziś teksty stale i od nowa sprawdzające możliwości podmiotowego przeżywania świata w jego wielu wymiarach – pisze Jacek Kopciński we wstępie do książki.

Jacek Kopciński

„Wybudzanie. Dramat polski/Interpretacje”

rok wydania: 2018

wydawnictwo: Instytut Badań Literackich PAN

SPIS TREŚCI

Zachęcamy do zapoznania się z książką Jacka Kopcińskiego, której fragment publikujemy poniżej:

Selfie makaka o imieniu Naruto trafiło najpierw do ekskluzywnego albumu, w którym fotograf opisał całe zdarzenie, nie spodziewając się, że wywoła w ten sposób światowy spór o prawa autorskie zwierzęcia. W obronie Naruto, którego wizerunek podbił tymczasem Internet, wystąpiła organizacja People for the Ethical Treatment of Animals, domagając się od fotografa pieniędzy na utrzymanie indonezyjskich małp. Sąd w San Francisco orzekł, że prawa autorskie przysługują tylko ludziom, i w styczniu tego roku sprawę zamknął. Nie zamknął jednak dyskusji o prawach naczelnym w świecie homo sapiens. Historia małpiego selfie zainspirowała polskiego dramaturga Marka Kochana, który kilka miesięcy po bezprecedensowym wyroku napisał komedię „Makaki z Celebes”.

Kochan należy do tych autorów, którzy nie gardzą dobrą anegdotą, zwłaszcza gdy celnie opisuje naszą rzeczywistość. Bohaterem jego sztuki nie jest małpa z dżungli, ale człowiek z miasta, typowy przedstawiciel polskiej klasy średniej, który jednak trochę małpę przypomina. Jego specjalnością stała się bowiem mimikra. Czasownik „naśladować” Polacy często zastępują czasownikiem „małpować”, czyli zachowywać się jak małpa w zoo, która dla zabawy przedrzeźnia przyglądających się jej ludzi. Od dobrych kilkunastu lat polska klasa średnia „małpuje” klasę średnią z Niemiec, Francji czy Wielkiej Brytanii, naśludując jej styl życia na wszystkie możliwe sposoby. Polacy

zresztą doskonale to wyczuwają. Rodzimych yuppies, a więc młodych profesjonalistów z wielkich miast, którzy szczególnie tu nas interesują, nazywają przecież „japiszonami” właśnie przez skojarzenie z „małpiszonem”.

Ludzi, których zaliczylibyśmy do klasy średniej, wyróżnia też pewien poziom zamożności oraz, co najważniejsze, tendencja do udowadniania sobie i innym, że osiągnęli sukces. Jako że klasa średnia w Polsce dopiero powstaje, rodacy dążenie to odczuwają raczej intuicyjnie. Ci ludzie na pewno są zadowoleni z tego, co mają, albo przeczuwają, że będą zadowoleni z przyszłości, na jaką sobie zapracują. Daje im to z kolei przekonanie, że zajęli wysoką pozycję i że spełnili swój obowiązek – przydatności dla społeczeństwa, realizacji życiowego celu.

Zadowolone z siebie polskie „japiszony” inwestują więc w piękne mieszkania i urządzą je z katalogiem w ręku, kolekcjonują wina i palą drogie cygara, ćwiczą w siłowni i leczą się w prywatnej przychodni zdrowia, jadają sushi, a w sobotnie popołudnia zwiedzają galerie handlowe i siedzą w multikinie. Najważniejsze w ich kalendarzu są jednak wakacje, spędzane obowiązkowo na egzotycznych wyspach, skąd przywozi się rzadkie w Polsce zwierzęta.

Z szympansem, lemurem czy makakiem można pojechać na długi weekend do lasu albo nakręcić z nim film i zawiesić go potem w Internecie, jak uczynił to bohater sztuki Kochana. Oczywiście nie każdego stać na takie zwierzę, podobnie jak na drogie mieszkanie czy „wypasione” auto; w stadzie występują osobniki o wyższych i niższych dochodach, aspiracje mają jednak pokrewne, a style zachowania identyczne. Polski Facebook i Instagram pękają w szwach od

kolorowych selfie robionych przed nowym domem, na zagranicznej autostradzie czy w groźnej dżungli. Nasze wirtualne galerie to prawdziwa małpiarnia, wiadomo jednak, że zjawisko zbiorowej mimikry i wizerunkowej obsesji występuje wśród ludzi różnie sytuowanych i mieszkających pod wieloma szerokościami geograficznymi. Kochan zaobserwował je u swoich dorabiających się rodaków w czasach ustrojowej transformacji.

(...)

Kochan zna polską klasę średnią doskonale, od lat bowiem obserwuje jej upodobania i sposób porozumiewania się, jej preferencje polityczne i styl zachowania. Chętnie ją też portretuje w swoich dramatach, wchodząc tam, gdzie przedstawiciele jej różnych gatunków występują najczęściej: do banków, biur, na przyjęcia, do restauracji. Niekiedy siada z nimi przy stole lub przed telewizorem, a nawet podróżuje samochodem. Niczym obserwator zwierząt ma świetny wzrok i słuch, doskonale też potrafi odróżnić odmiany mieszkańców wielkomiejskiej dżungli, która dla niektórych socjologów stanowi matecznik najbardziej pożądanых wartości liberalnego świata – otwartości, tolerancji i kreatywności. Paweł Kubicki w pracy „Miasto w sieci znaczeń” przypisuje je właśnie „nowym mieszczanom”. Swoje rozmyślenia o narodzinach nowej klasy średniej Kubicki oparł na stworzonym przez Karla Poppera schemacie społeczeństwa „zamkniętego” i „otwartego”, reprezentantami tego drugiego czyniąc właśnie nową polską klasę średnią. Jej rozwój nazwał „niewidzialną rewolucją”, która z wielkich miast promieniuje na Polskę prowincjonalną – matecznik konserwatyzmu. Rewolucja nowych „otwartych”, „tolerancyjnych” i „kreatywnych” mieszczan powoduje, zdaniem krakowskiego socjologa, „głęboką i radykalną zmianę

dyskursu narodowego, który z etnicznego, zamkniętego staje się otwartym, obywatelskim”. Kochan mówi „sprawdzam” tego typu teoriom, należy jednak podkreślić, że na poczynania swoich bohaterów reaguje bez antymodernizacyjnej zajadłości. Docenia przecież osiągnięcia polskich „japiszonów” w wydobywaniu kraju z ekonomicznej zapaści lat dziewięćdziesiątych, przede wszystkim jednak dobrze rozumie ludzką naturę, która niekiedy bardzo upodabnia nas do zwierząt (niezależnie od systemów społecznych, w których żyjemy). Krytykując wady polskich Narutos , sięga więc po różne odmiany komedii, ale dla bezwzględnych drapieżników pozostaje bezwzględny i potrafi wprowadzić do swoich dramatów poważny ton. Zmysł krytyki nie stępił w nim zmysłu autoironii. Przecież jako pisarz, wykładowca akademicki i wzięty specjalista public relations także należy do polskiej klasy średniej.