

Hubert Michalak

Uniwersytet Opolski

## METODY KOMUNIKACJI Z WIDZEM TEATRALNYM W TEATRZE PUBLICZNYM W OPOLU W LATACH 1945-1974

Współczesny teatr w działaniach promocyjnych i PR-owych może korzystać z różnorodnego środowiska pracy. Do dyspozycji są media internetowe i tradycyjne, publikacje ulotne i wydawnictwa książkowe, gadzety zwykle opatrzone logotypem i/lub nazwą teatru oraz różnego typu wydarzenia specjalne. Różnorodność mediów i kanałów przekazu, dostępność i stosunkowo niska cena druku, szybki czas realizacji gadzetów promocyjnych – wszystko to sprawia, że pracowników działów promocji, tych „majstrów od marketingu”<sup>1</sup>, ograniczają w działaniach wyłącznie wyobraźnia i budżet. Wiele jednak zmienia się, gdy sięgniemy wzrokiem w przeszłość teatru.

Promocja, reklama, marketing i public relation to pojęcia i działalność, które w Polsce na masową skalę pojawiły się dopiero około 25 lat temu<sup>2</sup>, towarzysząc zmianom ustrojowym. Nie ulega jednak wątpliwości, że pewien rodzaj komunikacji, swego rodzaju zjawiska promocyjne czy działania reklamowe były prowadzone również wcześniej, można szukać tego typu praktyk w kontekście historii instytucji kultury. Były to działania prowadzone bez metodologii, przez osoby nie zawsze najlepiej do tego celu przygotowane – i oczywiście nie w taki sposób nazywane. Ich obecność wymuszała jednak transakcyjny charakter relacji instytucji kultury i jej odbiorcy. Czy to w rzeczywistości kapitalistycznej, czy realnego socjalizmu, teatr jest produktem, a widz – klientem (wbrew popularnemu hasłu). Widz postanawia z propozycji teatru

---

<sup>1</sup> R. Pawłowski, *Fachowcy*, <http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,95158,8921106,Fachowcy.html> [dostęp: 24.11.2016].

<sup>2</sup> „Do 1992 r. istniało w Polsce może z dziesięć agencji public relations”, A. Kadragić, P. Czarnowski, *Public relations, czyli promocja reputacji. Praktyka działania*, Warszawa 1997, s. 5.

wybrać konkretne wydarzenie i płaci za możliwość uczestniczenia w nim – transakcja finansowa mocno ustala tę relację. Instytucje kultury „chcąc nie chcąc, uczestniczą w grze rynkowej”<sup>3</sup>. I uczestniczyły w niej również wtedy, gdy rynek kapitalistyczny był tylko niejasnym hasłem, mimo tak zwanej widowni organizowanej.

Współczesne kategorie komunikacyjne i strategie prowadzenia dialogu na linii instytucja–klient przykładane do zjawisk historycznych mogą się wydawać nieudolnym przełożeniem zjawisk z jednej rzeczywistości na inną. Niniejszy tekst, choć przywołuje kategorie funkcjonujące w kapitalistycznej rzeczywistości, nie ma jednak na celu zrównania działalności historycznej z bieżącą w opolskim kontekście. Jest raczej próbą ukazania pewnej nieustannie doskonalonej strategii, wydobycia egzemplarycznych aktywności i ich całościowego ujęcia, nie tyle charakterystyką, ile przybliżeniem technik i pomysłów, za pomocą których opolski teatr przez trzy powojenne dekady starał się poinformować widza o swojej działalności, przyciągnąć go i utrzymać. Działania te odbywały się na styku trzech sił: teatru, widza i władzy – przy czym ta ostatnia starała się wywrzeć wpływ na dwie pierwsze poprzez dysponowane środki. Ubogi i pełen deficytów teatr powojenny, borykająca się z odgórnie narzuconymi planami placówka lat 50. i 60., wreszcie beneficjent skoku ekonomicznego lat 70. – wszystkie te oblicza opolskiego teatru kształtowały się w nieustannym dialogu z widzem i władzą.

Z bieżącej perspektywy niezwykle trudno rozdzielić i nazwać cele poszczególnych aktywności podejmowanych przez opolski teatr wiele dekad temu. Na potrzeby niniejszego tekstu aktywności obejmujące reklamę, marketing i promocję skupione zostaną pod wspólnym określeniem public relations, anachronicznym wobec epoki, ale celnym, jeśli przyjmie się postawę współczesnego obserwatora. Określenie public relation może być rozumiane na wiele sposobów, znajduje się bowiem, jak zapisuje to tak zwana deklaracja meksykańska, pomiędzy nauką i sztuką<sup>4</sup>. Wśród wielu definicji ta, która wydaje się bliska branży artystycznej, brzmi: „public relation to komunikacja z ludźmi, którzy są ważni dla komunikującego, w celu zwrócenia ich uwagi i nawiązania współpracy, w sposób, który sprzyja jego interesom lub interesom, które reprezentuje”<sup>5</sup>. Bez względu bowiem na sytuację polityczną i społeczną, na strukturę instytucji kultury i sytuację demograficzną jej odbiorców (klientów) pewnego rodzaju pluralizm obywatelski i perswazyjny charakter większości działań wydają się

---

<sup>3</sup> *Nowe trendy w promocji polskich teatrów*, M. Laberschek, <http://nck.pl/blog-kultura-sie-liczy/316782-nowe-trendy-w-promocji-polskich-teatrow/> [dostęp: 22.11.2016].

<sup>4</sup> „Praktyczne działania w ramach public relations to dziedzina sztuki i gałąź nauki społecznej pogłębiająca na bazie analizy tendencji, przewidywaniu ich konsekwencji, doradztwie dla kierownictwa różnych organizacji oraz wdrażaniu zaplanowanych programów działań, które będą służyć zarówno danej organizacji, jak i interesowi ogółu”, S. Black, *Public relations*, Kraków 2003, s. 14.

<sup>5</sup> A. Davis, *Public relations*, Warszawa 2007, s. 21.

niezbywalnymi elementami takiej komunikacji<sup>6</sup>. Tu wkrada się kolejny anachronizm: trudno mówić o pluralizmie obywatelskim w kontekście trzech powojennych dekad, kiedy to zinstytucjonalizowana działalność kulturalna miała kształtować wyłącznie postawy socjalistyczne. Myślę tu jednak raczej o pewnym ideale, formie doskonałej, do której komunikat wystosowany przez instytucję kultury powinien dążyć. Z kolei perswazyjność należy rozumieć niejako dwutorowo: z jednej strony bowiem miała ona na celu nakłonienie widzów do kupienia biletu, z drugiej zaś – przekazać socjalistyczne ideały.

Najważniejszym słowem w powyższych rozważaniach wokół jednej z definicji public relations wydaje się komunikacja. Jedną ze współczesnych liderów w zakresie public relations instytucji teatralnych, Katarzyna Szustow, zaznacza: „Połączenie «promocja+kultura» budzi niepokój – zarówno twórców, jak i odbiorców. Wszyscy są podejrzliwi, że ktoś chce coś komuś wcisnąć. Motto mojej firmy brzmi: Komunikacja (z łaciny *communis*) to «dzielenie się» lub «wspólnota». Komunikacja wytwarza wspólnotę – istotę kultury. Zadaniem komunikacji jest tworzenie poczucia wspólnotowości – potrzeby wspólnego uczestniczenia w danym doświadczeniu”<sup>7</sup>. I choć Szustow mówi o funkcjonowaniu we współczesnym świecie praktyk promocyjnych, jej myślenie o współbrzmieniu poszczególnych określeń jest dość uniwersalne. Takie myślenie nie przyjęło się w polskim teatrze<sup>8</sup>, jednak na potrzeby niniejszego tekstu obejmę pole jego znaczeń działania public relations.

Zajmując się teatrem historycznym w kontekście komunikacji instytucji z widzem, należy przede wszystkim zapytać o siły i środki, jakimi dana placówka dysponowała.

Co do środków – część definicji zapisanej w internetowej publikacji encyklopedia-teatru.pl rozwiewa wątpliwości: „Promocja teatru dawniej skupiała się na informacji i reklamie przez rozlepianie afiszy, plakatów, organizowanie kas zamówień, umieszczanie w gablotach przy kasach i w wybranych punktach miasta wizerunków aktorów, rozsyłanie do prasy komunikatów, organizowanie akcji reklamowych, obniżanie cen biletów itp.”<sup>9</sup> – tak najogólniej ujęła przekazywanie kontekstualizowanej informacji Diana Poskuta-Włodek.

<sup>6</sup> Na obie te wartości wskazuje również A. Davis (*ibidem*).

<sup>7</sup> M. Wosińska, *Wywiad z... Katarzyną Szustow o promocji teatru*, <http://www.proto.pl/wywiady/wywiad-z-katarzyna-szustow-o-promocji-teatru> [dostęp: 25.11.2016]. Firma K. Szustow nosi nazwę Kultura i komunikacja.

<sup>8</sup> Nie udało mi się znaleźć teatru publicznego w Polsce, w którym nie byłoby działu promocji lub promocji i PR-u. Idąc dalej tym tropem, teatry zwykle stawiają na „organizację” lub „obsługę” widowisk. Jedynie Teatr Dramatyczny im. Jerzego Szaniawskiego w Wałbrzychu posługuje się nazwą Biuro współpracy z publicznością.

<sup>9</sup> <http://www.encyklopediateatru.pl/hasla/133/promocja-teatru> [dostęp: 25.11.2016].

Co do sił, zależało to zawsze od konkretnej placówki i jej specyfiki pracy<sup>10</sup>. Czasem były to osoby oddelegowane z zespołu administracyjnego, kiedy indziej współpracowali z nimi pracownicy artystyczni czy techniczni. Nie zachowały się dokumenty, które potwierdzałyby delegowanie do interesujących nas czynności pracowników przez przełożonych, miało to więc zapewne raczej charakter ustnych ustaleń.

Drugą ważką kwestią do poruszenia jest złożony problem wzajemnych relacji instytucji kultury i władzy państwowej. Tuż po wojnie, w okresie najbardziej gorączkowych, oddolnych prac nad odbudowaniem podstawowych struktur państwowych, te relacje były stosunkowo luźne. Niedługo potem jednak, jeszcze w latach 40., władza postanowiła roztoczyć panowanie nad spontaniczną pracą twórczą i organizacyjną. Przetaczając się w kraju dyskusja nad właściwym repertuarem zaowocowała licznymi podejrzeniami wytoczonymi przeciwko tytułom romantycznym, obcej klasyce czy utworom Wyspiańskiego. Podejrzenia te zamieniono w zakaz pokazywania „niewłaściwych” tytułów na polskich scenach – w Opolu oznaczało to między innymi dekadę bez inscenizacji jakiegokolwiek tytułu Słowackiego. Po I Krajowej Naradzie Teatralnej w Oborach i proklamacji realizmu socjalistycznego jako obowiązującej w teatrze estetyki wzrosła liczba premier polskich i rosyjskich/radzieckich sztuk współczesnych na rzecz współczesnego dramatu obcego. Pod koniec lat 40. Ministerstwo Kultury i Sztuki upaństwowiło wszystkie sceny zawodowe, co przyniosło zmianę nazwy opolskiego teatru. Centralnie wymuszono również na teatrach realizację odgórnie wytyczonych planów i wprowadzono nadzór nad tekstami sztuk skierowanych do produkcji<sup>11</sup>. W 1956 roku, na fali odwilży gomułkowskiej, powoli odstępowano od centralnego systemu zarządzania zasobami kadrowymi teatrów<sup>12</sup>, a wskutek dopuszczenia innych estetyk pracy twórczej repertuar socrealistyczny uległ znacznej marginalizacji, na sceny zaś wpuszczono repertuar romantyczny i niezaangażowane politycznie polskie i obce sztuki współczesne, co zaowocowało między innymi opolskimi premierami utworów J. Słowackiego, S. Wyspiańskiego, J. Brodzkiewicza, A. Millera, B. Brechta, F. Dürrenmatta. W perspektywie ogólnopolskiej był to okres wielkich, ważnych historycznie inscenizacji, prężnie działających Warszawskich Spotkań Teatralnych i innych przygotowywanych z rozmachem festiwali – falę zmian w Opolu reprezentował Teatr 13 Rzędów Jerzego Grotowskiego. Okres rozczarowań politycznych lat 60. wzmógł działalność teatru alternatywnego, przyniósł również wielkie inscenizacje w Krakowie

<sup>10</sup> Por. *Urlopowany po widzów*, rozmowa J. Feusette’a z R. Matuszewskim, [w:] *40 lat teatru w Opolu, 1945-1985*, red. J. Feusette, J. Nowara, Opole 1985, s. 149-151.

<sup>11</sup> Por. np. następujący ustęp z wystąpienia W. Gomułki: „Plan winien być [...] umotywowany wartościami artystycznymi, społecznymi i wychowawczymi poszczególnych sztuk [...]. Przy każdej pozycji powinna być podana, w miarę możliwości, koncepcja reżyserska i inscenizacyjna”, w: *idem, Przemówienia. Wrzesień 1957 – grudzień 1958*, Warszawa 1959, s. 21.

<sup>12</sup> Por. np. J. Krakowska, *Mikołajska. Teatr i PRL*, Warszawa 2011, s. 165.

czy Warszawie; opolski zespół dramatyczny w tym czasie z konieczności musiał się podzielić z zespołem lalkowym niewielką salą przy ulicy Kośnego i intensyfikował działalność objazdową. Lata 70. z kolei były czasem wielu podróży zagranicznych dla polskich zespołów teatralnych – w Opolu zaś teatr niecierpliwie oczekiwał oddania do użytku nowego budynku, co nastąpiło w 1975 roku.

Trudno nie spostrzec, że teatr z konieczności stał się jednym z narzędzi propagandy politycznej, która silniej lub słabiej oddziaływała na decyzje repertuarowe, formę i treść przedstawień. Wpływ polityki, co wywnioskować można już choćby z kilku powyższych ogólników, bywał większy lub mniejszy, w zależności od momentu dziejowego. Jednak już chociaż ze względu na fakt, że państwo było organizatorem każdego teatru zawodowego (miało zatem monopol na działania teatralne), był nie do uniknięcia. Każdy komunikat, jaki ostatecznie przedostawał się do widowni, przechodził przez cenzurę na różnych etapach swojego powstawania, przy czym często była to cenzura niejednokrotna. Dotyczyło to nie tylko przedstawień, ale również wszelkiej informacji, jaka wychodziła z teatru. Należy mieć więc na uwadze wpływ aparatu opresji, jakim był system polityczny, na treści, jakie wydostawały się z teatrów oficjalną drogą – a właśnie takie będą nas w niniejszym tekście interesować.

Powojenne dzieje opolskiego teatru można podzielić na dwa zasadnicze etapy: 1945-1975 oraz od 1975 roku do dziś. Rok 1975 jest bardzo wyrazistą cezurą, wtedy bowiem uroczyście otwarto nowy gmach przy Placu Lenina (obecnie Placu Teatralnym), w którym zagościł Teatr im. Jana Kochanowskiego (Jan Kochanowski został patronem instytucji również dopiero w 1975 r.). Wcześniej teatr funkcjonował przy ul. Traugutta (obecnie ul. Krakowska, teraz znajduje się tam Filharmonia Opolska), od 1960 do 1974 roku zaś – przy ul. Kośnego (obecna siedziba Opolskiego Teatru Lalki i Aktora im. Alojzego Smolki), wspólnie z zespołem lalkarskim. Rok 1975 przyniósł teatrowi nie tylko nową nazwę, ale oznaczał także restrukturyzację kadrową, najnowocześniejsze zaplecze techniczne w przestronnym budynku i uruchomienie istotnego na mapie kraju festiwalu teatralnego (Opolskie Konfrontacje Teatralne, przedsięwzięcie skupione na inscenizacjach polskiej literatury klasycznej). Wszystkie te elementy stały się nowymi wyznacznikami myślenia o opolskim teatrze dramatycznym i w samej instytucji.

Trzy powojenne dekady teatru publicznego w Opolu to okres ubóstwa, niedostatków finansowych, poranionego kraju, braków infrastrukturalnych i powolnej odbudowy sieci komunikacyjnej. W rejonie Śląska Opolskiego to również okres nowego konfigurowania tożsamości mieszkańców: pojawiła się napływowa ludność z innych terenów Polski, przede wszystkim z ziem wschodnich, jednocześnie zaś wysiedlano z tych rejonów obywateli niemieckich. Kształtowanie tożsamości rejonu odbywało się według narzucanych odgórnie narracji z jednej strony, a z drugiej zaznaczał się

wpływ melancholijnej tęsknoty za nieobecną przez kilka lat polską kulturą i żywym językiem.

Jednocześnie był to czas, w którym kształtowały się i umacniały struktury opolskiego teatru publicznego, jego kształt artystyczny i profil repertuarowy. Częste zmiany dyrekcji, trudności finansowe i infrastrukturalne oraz – w późniejszym okresie – centralne planowanie nie sprzyjały stabilności i długofalowej pracy. Nawet nazwa teatru przez te trzy dekady zmieniała się kilkakrotnie: początkowo był to Teatr Miejski im. Juliusza Słowackiego (nazywany niekiedy Teatrem Ziemi Opolskiej); w obliczu kłopotów artystyczno-finansowych (i na fali przemian politycznych) przekształcono go w filię Teatrów Śląsko-Dąbrowskich, w ramach której funkcjonował jako Scena Opolska (równoległe pojawiała się wówczas niekiedy nazwa Objazdowy Teatr Ziemi Opolskiej, co dużo mówi o charakterze pracy placówki). Po ogólnokrajowym upaństwowieniu teatrów stał się Państwowym Teatrem Ziemi Opolskiej z wewnętrznymi podziałami na przykład na Scenę Wiejską czy Scenę Lalkową. Wreszcie w 1975 roku rozpoczął działalność pod znaną do dziś nazwą – Teatru im. Jana Kochanowskiego.

W 1945 roku pierwszym przedstawieniem w języku polskim w Opolu była *Zemsta* Aleksandra Fredry (reż. P. Ślucky, prem. 7 października 1945). Przedstawienie, zagrane na poły siłami zawodowymi, na poły amatorskimi, prezentowane było pod szyldem Teatru Miejskiego im. Juliusza Słowackiego i Towarzystwa Przyjaciół Nauk i Sztuk (Sekcji Teatralnej), a zagrano je osiem razy.

W tym samym czasie pobieżną (z konieczności) diagnozę potrzeb teatralnych regionu przeprowadzał na mocy upoważnienia Ministerstwa Kultury i Sztuki Stanisław Staśko, wcześniej nauczyciel z Górnego Śląska, związany z amatorskim ruchem teatralnym, wówczas zaś energiczny człowiek kultury planujący powołanie zawodowej placówki teatralnej pod własnym kierownictwem. Objeżdżając zachodnią część województwa śląsko-dąbrowskiego i wschodnią część Dolnego Śląska, dostrzegł potrzebę kontaktu z żywym słowem i profesjonalną sztuką sceniczną wyrażającą się między innymi w licznych amatorskich przedsięwzięciach teatralnych, których celem było przynajmniej częściowe jej zaspokojenie. Staśko zadziałał szybko: już 24 października 1945 roku premierą *Moralności pani Dulskiej* (reż. W. Zdanowicz) otworzył pierwszy sezon swojej działalności Teatr Miejski im. Juliusza Słowackiego w Opolu pod jego kierownictwem. Kilkanaście dni później, 3 listopada 1945, Teatr rozpoczął działalność objazdową, która miała trwać wiele dekad. Udawało się ją kontynuować mimo licznych niewygód i niedostatków (z początku np. placówka nie miała własnego samochodu, więc aktorzy, dekoracje, kostiumy i rekwizyty jeździły na pace wynajętej ciężarówki; pierwszy pojazd z państwowego przydziału teatr otrzymał dopiero w 1950 r.).





Fot. 1. Zespół Teatru Ziemi Opolskiej w objeździe, w wynajętej ciężarówce, autor nieznany, fotografia prawdopodobnie z przełomu lat 40. i 50.

Materiały pochodzą z archiwum artystycznego Teatru im. J. Kochanowskiego w Opolu. Zostały wykorzystane za zgodą Dyrektora Teatru, Norberta Rakowskiego.

Pokazy w terenie, które zasługują na osobne studium, cieszyły się wielką popularnością od samego początku. W sezonie 1946/1947 w Opolu Teatr Miejski zagrał 238 razy, w objeździe – 161, następny sezon to 258 przedstawień w siedzibie i aż 322 w trasie<sup>13</sup> (była to zresztą działalność niejako przypisana teatrom prowincjonalnym, kontynuowana aż do końca lat 80., w pewien sposób zaś odnowiona w XXI w. w ramach programu Teatr Polska<sup>14</sup>). Skala wzrostu ilościowego odnotowanego powyżej jest odzwierciedleniem dwóch równoległych aspektów funkcjonowania opolskiego Teatru Miejskiego: politycznego i społeczno-artystycznego. Od strony politycznej należy dostrzec, że rozpoczęto w ten sposób repolonizację regionu i przez wiele dekad ją kontynuowano, szerząc wzorce tożsamości socjalistycznej wśród ludności napływowej.

<sup>13</sup> M. Misiorny, *Teatr w Opolu*, [w:] *40 lat...*, s. 20.

<sup>14</sup> Por. np. K. Migdałowska, „Być również objazdowym”, [w:] Szaniawski, *Cyfrowa monografia Teatru Dramatycznego w Wałbrzychu 1964-2015*, red. D. Kowalkowska, Wałbrzych 2015, s. 93.

Wymiar społeczno-artystyczny natomiast wyrażał się w szerzeniu normatywnego wzorca językowego i zaspokajaniu potrzeby kontaktu z kulturą wśród osób mieszkających poza Opolem (od pewnego momentu, oczywiście, należy mówić również o pogoni za wynikami i centralnie narzuconymi, często wyśrubowanymi statystykami, jednak, jak to powiedziano wyżej, jest to kwestia wymagająca osobnego przemyślenia).

Objazdy pozwalały również wydłużyć żywotność przygotowywanych spektakli. Z konieczności praca nad nowymi tytułami była bardzo intensywna: premiera goniła premierę, każda kolejna utrzymywała się na afiszu bardzo krótko. W pierwszym okresie, gdy kasa państwowa nie pozwalała na hojne subwencje, objazdy pomagały teatrowi przetrwać. „Teatr musiał utrzymywać się z dochodów czerpanych z przedstawień, a to oznaczało [...] co dwa tygodnie nową premierę, gdyż tylko częsta zmiana repertuaru zapełniała widownię i kasę. W 40-tysięcznym wówczas Opolu komplet widzów utrzymywał się na 4-6 spektaklach”<sup>15</sup>.

Początkowo przedstawienia, jako nowa oferta kulturalna w Opolu i okolicy, nie wymagały wielu zabiegów marketingowych. Przyjęto XIX-wieczną metodę pracy nad kolejnymi premierami (tj. krótki okres zarówno prób, jak i eksploatacji), w związku z czym widzowie musieli samodzielnie starać się orientować w teatralnym kalendarzu.

Podstawowym narzędziem informacyjnym były afisze, na których największymi literami wypisywano tytuł premiery, wokół niego zaś koncentrowano pozostałe informacje (obsada – w tym wyszczególnieni większym drukiem aktorzy gościnni, data premiery, nazwa teatru etc.). Oprócz afiszy pojawiały się również programy teatralne, w których – poza obsadą – zamieszczano również informacje z bieżącego życia instytucji. Te jednokartkowe wydawnictwa były w początkowej fazie działania opolskiego teatru publicznego rodzajem sprawozdań i informatorów: przybliżały wydarzenia z bieżącej działalności instytucji i zapowiadały te z najbliższej przyszłości. Dopiero później zaczynały się wzbogacać o na przykład kilka słów wprowadzenia w tematykę przedstawienia. Oprócz obwieszczeń w formie afiszów umieszczanych na murach pojawiały się również informacje prasowe, a także – co może najistotniejsze – działała „poczta pantoflowa” (dziś włączylibyśmy ją w zakres działań marketingowych jako „marketing szeptany”<sup>16</sup>). Pewną część widowni napędzały również powojenne względy emocjonalne i sentymentalna tęsknota za językiem polskim.

<sup>15</sup> C. Mykita-Glensk, *Teatr opolski w latach 1945-1975*, [w:] *40 lat...*, s. 7.

<sup>16</sup> Współcześnie technika ta sprawdza się najlepiej w przypadku mniejszych instytucji i mniejszych ośrodków teatralnych (por. *Nowe trendy...*), jednak w rzeczywistości powojennego Opolu zaludnianego dopiero przez ludność napływową można mówić o szczególnym układzie społecznym i sytuacyjnym.



**„ŚWIERSZCZ  
ZA KOMINEM“**

Komedia w 4-ach aktach Karola Dickensa.

OSOBY:

John Piribingl	.....	R. Radwan
Mary Piribingl, jego żona	.....	I. Nowiczówna
Teklon, handlarz zabawek	.....	L. Stepaniak
Kaleb Piemmer, majster	.....	S. Posiadłowski
Berta, jego córka	.....	Maria Bąka
Obcy Pan	.....	M. Gamski
Pani Fielding	.....	W. Jerzmanowska
May, jej córka	.....	Al. Kulikówna
Tilly, służąca	.....	H. Bocheńska
Świerszcz	.....	B. Żyborska

**Rzecz dzieje się w Anglii w XIX wieku.**

Dekoracje: **Marian Łańcucki.** Reżyseria: **Wacław Ścibor.**  
 Muzyka: **M. Płachecki.** Kostiumy: **W. Zakrzewska.**

Program 9 R 8223

**NASZE NAJBLIŻSZE PREMIERY**

Wtorek 16 kwietnia przemówi ze sceny opolskiej Karol Dickens, słynny humorysta angielski z XIX wieku. Jego powieści i nowele cieszyły się i cieszą nadal olbrzymim powodzeniem i uznaniem nie tylko w Anglii, ale i na całym świecie. Kilka z nich przerobiono na utwory sceniczne. Z tych do najgłośniejszych należą: „Klub Picknika“ i „Świerszcz za kominem“.

Słynny teatrolog rosyjski Stanisławski wystawił przed paru laty ten ostatni utwór w swoim głośnym teatrze w Moskwie. Od tej chwili „Świerszcz“ króluje na wszystkich scenach europejskich, stale uznawany i powszechnie uwielbiany.

Dość powiedzieć, że tej zimy był u nas grany w czterech głośnych teatrach (Łódź, Kraków, Jelenia Góra, Częstochowa). Człowiek prosty, tak zwany szary, doszedł w tym utworze do głosu i pokazał

swą siłę i niedolę. Skromny woźnica, oraz stary wyrobnik zabawek ze „sztychli rodzinami stali się bohaterami tego utworu, przelotanego prozą życia, pełnego rozmaitych scen komicznych. Wiara autora, że w człowieku zwyciężają dobre, życiwe impulsy jego natury promieniuje z tego dzieła i urzeka rozklimowanego widza, czy słuchacza. Utwór ten swą wypieszczoną atmosferą podnosi na duchu każdego. Nie budzi on na widowni głośniego śmiechu i szalonych braw przy otwartej scenie, ale wywołuje uśmiech na ustach i w sercu człowieka i wytworza przekonanie, że człowiek powinien być dla człowieka bratem. Czyż może być większe postannictwo teatru, jak głosić takie idee?

Następnie po „Świerszczu za kominem“ premierą będzie w Opolu „Niebo bez gwiazd“ J. Radlińskiej. Będzie to pra-premiera trzecia z kolei w Opolu. Znajduje się ona od szeregu tygodni w próbach. Ze względu na utropę zdrowotną niektórych artystów musi być ona przesunięta na okres poświętaczny podobnie jak „Cień“ Niccodemiego.

Wacław Ścibor rozpoczął próby „Guszcza“ Stefana Krzyżoszewskiego, seniora polskich komedio pisarzy.

**KRONIKA TEATRU**

Ostatnią premierą teatru w Opolu była komedia muzyczna w 3-ach odsłonach p. l. „Płecy“. Autorem jest znany muzyk i humorysta Jerzy Jurandot, twórcą o głośnym w Polsce nazwisku. Bezpretensjonalna pod względem literackim jego komedia ma mocne zacięcie satyryczne, skierowane przeciwko naszemu społeczeństwu, któremu wytyka cały szereg wad i przyswat. Publiczność i aktorzy, mimo tego, że obie strony w tej komedii są podane złośliwością autora bawili się na tym przedstawieniu dobrze, śmiejąc się szczerze i każdy złośliwy dopiś autor odnosiąc nie do siebie, tylko do sąsiadów, lub innych swoich bliźnich. Lecz po przedstawieniu napewno przychodzą refleksje i zrozumienie, że nikt z nas nie jest wolny od niedociągnięć i że satyra, ucąc i wysmiewając ostatnio spełnia swój wzniosły cel i bawiąc poprawia obyczaje. „Płecy“ grane były przez trzy miesiące w Łodzi ostatniej zimy. Autor nie mógł przyjechać na premierę do Opolu, tylko przysłał serdeczną depeszę, życząc „kompletów“ teatrowi i... sobie.

W różnorodnym repertuarze teatru w Opolu nie mogło też brakować utworu satyrycznego o aktualnych zagadnieniach i niedociągnięciach naszych bliźnich.

Wykonanie stało na dobrym poziomie. Nasi artyści tańczyli, śpiewali i grali brawurowo. Najwięcej podobał się Wacław Zdanowicz, reżyser tej satyki. Obok niego jeszcze byli oklaskiwani N. Bolška, Ina Nowiczówna, Eug. Orłowski, St. Posiadłowski. W epizodach błysnęli inscenizacją sceniczną K. Kujawski i B. Żyborska i K. Herba.

Dekoracje skomponował udanie Marian Łańcucki. Stroną muzyczną kierował umiejętnie M. Płachecki.

Fot. 2. Jednostronicowy program przedstawienia *Świerszcz za kominem* z zamieszczonym sprawozdaniem z bieżącego życia teatru

Istotne było również to, że teatr był jedną z nielicznych dostępnych form zbiorowego spędzania czasu wolnego. Alternatywę stanowić mogły jedynie sport (pierwszy klub sportowy, ZZK Leopolia, powstał w Opolu w kwietniu 1945<sup>17</sup>) i kino (1 czerwca 1945 w kinie Odra odbyła się pierwsza powojenna projekcja polskiego filmu, były to *Sygnaty* w reż. J. Lejtesa<sup>18</sup>). W gospodarstwach domowych nie było telewizorów, nie wszędzie był radioodbiornik, w rozproszonych księgozbiorach dominowały tytuły niemieckojęzyczne. Najprościej rzecz ujmując: teatr był potrzebny społecznie. Co warte zaznaczenia, opolski Teatr Miejski był w pierwszym pełnym roku swojej działalności (1946) najtańszym teatrem w Polsce, jednocześnie zaś bardzo aktywnym (grano od 40 do 60 przedstawień w miesiącu)<sup>19</sup>.

<sup>17</sup> [http://www.opole.sport.pl/sport-opole/1,130870,13101315,Powojenne\\_Opole\\_tetniло\\_sportem.html](http://www.opole.sport.pl/sport-opole/1,130870,13101315,Powojenne_Opole_tetniло_sportem.html) [dostęp: 29.11.2016].

<sup>18</sup> <http://opolandia.redblog.nto.pl/2015/05/28/pamietacie-jeszcze-kino-odra-w-opolu/> [dostęp: 29.11.2016].

<sup>19</sup> C. Mykita-Glensk, *Życie teatralne Opola (od czasów najdawniejszych do współczesności)*, Opole 1976, s. 106.

Pracownicy teatru szybko zrozumieli, że komunikacja z widzami musi ewoluować. O ile początkowo sprawdzał się swoisty „monolog” prowadzony przez instytucję, o tyle na kolejnych etapach rozwoju teatru istotny stał się dialog z widzami połączony z systematyczną działalnością możliwą do zaplanowania w ramach regularnej działalności teatru. Dostrzeżono konieczność uregulowania trybu prezentacji przedstawień i nadania im pewnej systematyczności, co miało zachęcać potencjalnych widzów do przyścia do teatru oraz zacieśnić więzy między odbiorcami a placówką. Partnerskie traktowanie widza, które dzisiaj jest fundamentem działań promocyjnych<sup>20</sup>, wówczas nie było takie oczywiste: działania komunikacyjne starały się dotrzymać kroku powojennej rekonstrukcji kraju, a odpowiedzialni za nie pracownicy rozwijali swoje umiejętności i uczyli się formułowania indywidualizowanego komunikatu.

Tadeusz Byrski (kierownik artystyczny opolskiej placówki<sup>21</sup> w sezonie 1948/1949) miał znaczne zasługi w zakresie usystematyzowania pracy artystycznej i społecznej działalności teatru w Opolu. Niektóre z wyznaczonych przez niego kierunków działań okazały się na tyle istotne, że nawet po jego odejściu ze stanowiska były kontynuowane.

Mimo olbrzymiej ilości pracy biurowej udało mu się wprowadzić i podtrzymać poradnictwo dla kierowników amatorskich zespołów teatralnych. Takie systematyczne spotkania z animatorami amatorskiego życia teatralnego w regionie sprawiły, że w pośredni sposób teatr nawiązał kontakt z potencjalnymi widzami z podopolskich miejscowości.

Byrski ponadto wprowadził pewną stałą do repertuaru, którą były tak zwane środy literackie. Odbywały się one co dwa tygodnie i cieszyły popularnością zarówno w mieście, jak i w objęzdzie. Podczas tych wieczorów prezentowano montaże poetyckie, dla których wspólnym mianownikiem był temat lub nazwisko autora – niekiedy byli to polscy klasycy, innym razem – autorzy regionalni. Trudno powiedzieć, ile dokładnie odbyło się takich pokazów, zwykle nie były one bowiem notowane jako oddzielne premiery.

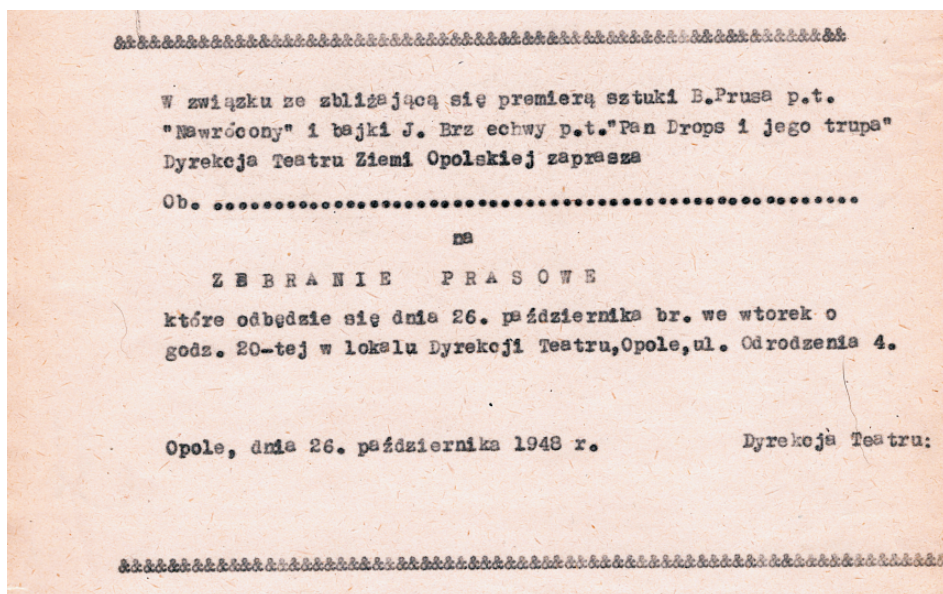
Za czasów kierownictwa Byrskiego również normą stały się konferencje prasowe, podczas których za pośrednictwem przedstawicieli mediów informowano publiczność o planach repertuarowych i premierowych<sup>22</sup>. Takie posunięcie kierownika artystycz-

---

<sup>20</sup> Por. np. *Promocja*, rozmowa M. Węgrzyzna z E. Cichowicz-Vedral (w ramach cyklu: *Projekt-spektakl*), <http://www.dwutygodnik.com/artukul/6367-projekt-spektakl-promocja.html> [dostęp: 1.12.2016].

<sup>21</sup> Wówczas funkcjonującej chwilowo pod nazwą Scena Opolska Teatrów Śląsko-Dąbrowskich; dwie pozostałe sceny, które składały się na TŚ-D, miały lokalizację w Katowicach i Sosnowcu.

<sup>22</sup> Np. relację z takiej konferencji, która odbyła się na początku listopada 1948 r., zamieściły „Nowiny Opolskie” w tekście *Teatr bez... teatru* (1948, nr 44). Ruch ze strony instytucji i zainteresowanie prasy życiem teatru zaowocowały m.in. relacjami i sprawozdaniami z ważnych wydarzeń teatralnych – szerszym echem odbiło się np. otwarcie nowego gmachu. Konferencja prasowa odbywa-



Fot. 3. Zaproszenie na konferencję prasową wysłane do redakcji

nego wiązało redaktorów z rytmem życia teatru i pozwalało im na czerpanie wszelkich informacji dotyczących placówki bezpośrednio u źródła.

Znaczącym gestem było również wyremontowanie budynku teatralnego. Wprowadzało ono nową jakość w prezentacje przedstawień. Terenowa aktywność teatru była w drugim półroczu 1948 roku znaczna, jednak działalność artystyczna „w samym Opolu ograniczała się do inscenizowanych montaży poetyckich i występów w wypożyczonych salach szkolnych lub w Ratuszu”<sup>23</sup>. Odświeżony budynek (otwarty premierą *Nowego Don Kichota* Aleksandra Fredry, reż. I. Byrska, prem. 23 stycznia 1949) oraz podnosząca się jakość przedstawień wpłynęły znacząco na frekwencję<sup>24</sup>.

Nie bez znaczenia było również autentyczne włączenie mieszkańców regionu w twórczą pracę teatralną; Byrscy wspólnie z mieszkańcami opolszczyzny współtworzyli na przykład scenariusz przedstawienia *Pastorałka opolska*, co zostało upamiętnione wymienieniem współtwórców na afiszu spektaklu. Było to jednak, według dostępnej wiedzy, jednorazowe wydarzenie<sup>25</sup>.

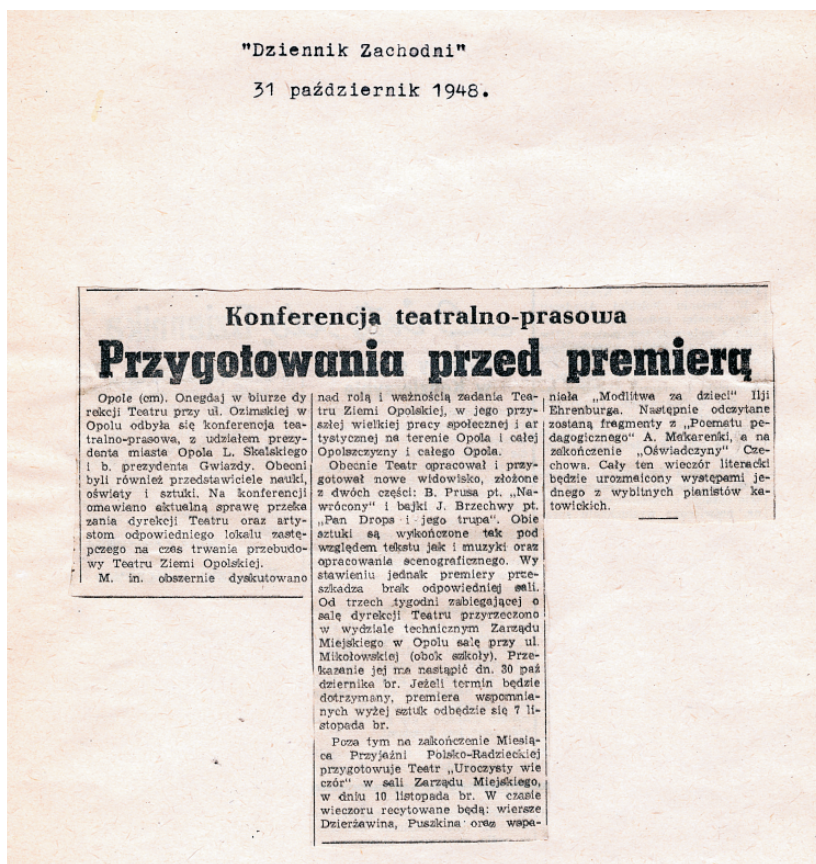
jąca się przed ważnymi dla instytucji wydarzeniami i z udziałem osób decyzyjnych jest współcześnie popularnym przykładem działania łączącego promocję i PR.

<sup>23</sup> 20 lat Państwowego Teatru Ziemi Opolskiej w Opolu, red. K. Konopacka-Csala, Opole 1965, s. 8.

<sup>24</sup> Por. C. Mykita-Glensk, *Życie teatralne Opola...*, s. 110.

<sup>25</sup> Por. I. i T. Byrscy, *Jeden rok, [w:] 40 lat...*, s. 28. Archiwa jednak nie notują premiery pod takim tytułem w PTZO, podobnie jak żadnej podobnej współpracy z mieszkańcami regionu w działal-





Fot. 4. Sprawozdanie z konferencji prasowej

Szczególnego rodzaju komunikatem wysyłanym do widzów stał się również repertuar. Był on bardzo różnorodny, co jako zasadę funkcjonowania wprowadził Staśko, a kontynuował Byrski i jego następcy. Opolski teatr próbował mniej lub bardziej harmonijnie połączyć inscenizacje prapremierowe (a więc ryzykowne z punktu widzenia finansowego), propozycje bulwarowe (lekki, dający zyski repertuar) i klasykę (wymagającą znakomitych wykonawców, których w zespole w Opolu często nie można było znaleźć).

Inszenizacje prapremierowe, często niedoskonałe w formie literackiej, miały być rodzajem rozpoznania czasu za pomocą gorącej, współczesnej tematyki, klasyka z kolei była trybutem i obowiązkiem placówki. Jeden i drugi rodzaj przedstawień nie ności artystycznej. Przyznać jednak należy, że w spisach archiwalnych nie odnotowano wszystkich premier.

znajdywał szczególnego oddźwięku u publiczności. Egzemplaryczne może być tutaj arbitralne zestawienie kilku tytułów z sezonu 1945/1946:

- *Dziady* (A. Mickiewicz, reż. J.R. Bujański, prem. 21 grudnia 1945) zagrano 5 razy,
- *Balladyna* (J. Słowacki, reż. S. Staško, prem. 9 lutego 1946) – 7 razy,
- *Powróciła* (E. Kobiela, reż. W. Ścibor, prem. 12 grudnia 1945, prapremiera) – 6 razy,
- *Miłość na zamówienie* (J. Prajsner, reż. W. Ścibor, prem. 21 lutego 1946, prapremiera) – 6 razy.

Ratowano się w takiej sytuacji intensywnie eksploatowanymi przedstawieniami z repertuaru bulwarowego, na przykład *Gdzie diabeł nie może* (reż. W. Ścibor, prem. 22 stycznia 1946) albo *Trafika pani generałowej* (reż. W. Ścibor, prem. 16 marca 1946) – każdy z tych tytułów miał po 13 pokazów, a także dziecięcego, na przykład *Świerszcz za kominem* (reż. W. Zdanowicz, prem. 28 kwietnia 1946) – 29 prezentacji.

W latach późniejszych repertuar stał się mocno zależny od odgórnie narzucanych propozycji. Ogólne wektory rozwoju dla teatrów w Polsce wyznaczyła I Krajowa Narada Teatralna w Oborach (18-19 czerwca 1949) i proklamowane na niej włączenie dramaturgii<sup>26</sup> do walki o socjalizm – *de facto* zatem podporządkowanie sztuki bieżącej polityce państwa.

Sztuki klasyczne wydawały się szczególnie cenione: uznane tytuły zyskiwały więcej miejsca w sprawozdaniach recenzyjnych. W przypadku polskich tytułów klasycznych (np. komedii A. Fredry) zaryzykować można stwierdzenie, że traktowano je jako rodzaj dziedzictwa narodowego, skarbiec wzorcowej polszczyzny czy łącznik z historią myśli polskiej. To docenianie nie zawsze szło w parze z frekwencją, jak pokazuje wyżej przywołane zestawienie.

Klasyka była również o tyle ryzykowna, że nie zawsze dobrze widziana przez władze. Dotyczyło to zarówno polskiej twórczości literackiej, jak i klasyki obcej. Na przykład zapowiadany afiszami rozlepianymi w wielu punktach miasta *Horsztyński* J. Słowackiego (reż. H. Barwiński, planowana premiera: 13 września 1947) został po ostatniej próbie generalnej odwołany z powodu sprzeciwu władz (dziś już nie sposób odtworzyć konkretnych powodów, w archiwach teatralnych zaś nie zachowały się żadne informacje na ten temat). Próżno również szukać na przykład inscenizacji politycznych sztuk Williama Shakespeare'a: opolski teatr prezentował przede wszystkim jego komedie i – rzadziej – tragedie.

Ostatecznie jednak w początkach działalności teatru publicznego w Opolu argument finansowy był decydujący w strukturyzowaniu repertuaru. Wyraźnie widać to w zestawieniu gatunkowym: na 76 premier, jakie zostały zaprezentowane podczas

<sup>26</sup> Właśnie tekstom dramatycznym poświęcono najwięcej miejsca podczas narady, por. np. skrócony protokół z obrad, „Teatr” 1949, nr 9.

dwóch pierwszych sezonów, aż 33 tytuły (czyli ponad 40% repertuaru) to współczesne farsy i komedie<sup>27</sup>. W poszukiwaniu atrakcyjnego repertuaru rozpisano nawet konkurs na utwór sceniczny, jednak i on nie przyniósł spodziewanych efektów<sup>28</sup>. Prowincja teatralna i konieczność produkowania przedstawień z myślą o objazdach (co skutkowało np. uproszczonymi rozwiązaniami scenograficznymi) wymuszały proste rozwiązania, od czasu do czasu pozwalając tylko na ambitniejsze przedsięwzięcia. Dopiero późniejsze lata przyniosły dominantę tytułów socrealistycznych; wówczas już nie tyle pieniądze co ideologia i polityka państwa stały się odpowiedzialne za kształtowanie repertuaru.

Komunikatem skierowanym do dzieci i ich rodziców była inscenizacja pierwszego lalkowego przedstawienia dla młodych widzów<sup>29</sup>. Odpowiadała ona na niezaspokojone potrzeby estetyczne dziecięcej widowni w mieście i regionie (przedstawienie natychmiast po premierze ruszyło w objazd). Tę potrzebę doskonale zidentyfikował Byrski, który postanowił wykorzystać doświadczenie i umiejętności członka zespołu, Alojzego Smolki, w dziedzinie teatru lalkowego. Od tego momentu Państwowy Teatr Ziemi Opolskiej (PTZO) dawał przynajmniej jedną premierę lalkową w sezonie.

Emancypacja zespołu lalkarskiego od momentu pierwszej lalkowej premiery wyraźnie postępowała. I choć formalnie lalkarze odłączyli się od zespołu dramatycznego dopiero w 1993 roku, to już od przełomu lat 40. i 50. rozpoczęła się dostrzegalna tendencja zabiegania o inną publiczność za pomocą nieco odmiennych komunikatów wysyłanych do widzów. Godziny pokazów i trasy objazdów obu zespołów również były inne.

Zespół lalkarski swoją ofertę musiał przygotowywać dwutorowo: z jednej strony – myśląc o dziecięcym odbiorcy, z drugiej zaś – o nauczycielach, wychowawcach i rodzicach swoich widzów. Oryginalnym pomysłem zespołu lalkarzy pod kierownictwem Smolki (dziś patrona Opolskiego Teatru Lalki i Aktora) było na przykład organizowanie przedstawień dla liceum pedagogicznego, czyli wejście w dialog z potencjalnymi wychowawcami kolejnych pokoleń widzów. Gdy jednak okazało się, że kontakty z liceum pedagogicznym nie przynoszą spodziewanych efektów, aktorzy samodzielnie, niemal jak domokrażcy, postanowili promować i reklamować swoje przedstawienia.

Nie bez przyczyny tak wiele miejsca poświęcam tu krótkiemu okresowi artystycznej pracy Byrskiego. Położył on bowiem fundamenty pod wiele kierunków działalności

<sup>27</sup> Por. M. Misiorny, *Teatry dramatyczne Ziemi Zachodnich 1945-1949*, Poznań 1963, s. 98. Określenie „farsa i komedia współczesna” przytaczam za autorem, zasadniczo pokrywają się one z określeniem „repertuar bulwarowy”.

<sup>28</sup> Komisja konkursowa podczas posiedzenia 20 kwietnia 1948 r. wyróżniła sztukę *Miecz za miecz* T. Banasiowej, jednak do jej inscenizacji nigdy nie doszło.

<sup>29</sup> Była to realizacja sztuki Jana Brzechwy *Pan Drops i jego trupa* w reż. I. Byrskiej, prem. 18 grudnia 1948 r.



teatralnej w Opolu, które później rozwijano lub wprost kontynuowano. Jego zasługą było między innymi docenienie systematyczności pokazów (jak przywołane już środy literackie), nawiązanie kontaktu z twórcami nieprofesjonalnymi czy wyraziste rozdzielanie repertuaru dla dzieci i dla dorosłych. Byrski zaproponował podejście afirmujące widza i czyniące zeń podmiot w twórczej dyskusji. Mimo niezwykle uciążliwych warunków pracy na miejscu i w objeździe po kilku latach jego wysiłki zaowocowały rosnącą frekwencją.

Od sezonu 1949/1950 nastąpiła kolejna zmiana na stanowisku kierowniczym (dyrektorem naczelnym i artystycznym został Lech Zarzycki) oraz zmiana nazwy (w wyniku upaństwowienia teatrów dotychczasowa Scena Opolska Teatrów Śląsko-Dąbrowskich została przemianowana na Państwowy Teatr Ziemi Opolskiej; nazwa ta utrzymała się przez kolejne ćwierćwiecze).

Nowy dyrektor, kontynuując myśl Byrskiego, starał się utrzymywać w harmonogramie pracy stałe dni pokazów w mieście i w objeździe. Podtrzymał także zwyczajowy środowowy termin wieczorków poetyckich. Szukając nowych form kontaktu z widzami, zaproponował spotkania i dyskusje popremierowe z publicznością<sup>30</sup>. Ten ostatni zwyczaj nie utrzymał się długo i wygasł niejako samoistnie – z dzisiejszej perspektywy trudno powiedzieć, czy zabrakło zainteresowanych widzów, czy raczej na przeszkodzie stanęły kwestie natury organizacyjnej. Warto jednak odnotować, że tego typu wydarzenie w ogóle zaistniało. Wybiegając nieco do przodu, należy zaznaczyć, że zdarzało się, iż takie spotkania odbywały się i w późniejszych latach, między innymi podczas pokazów w objeździe<sup>31</sup>. Nie były to jednak spotkania systematyczne, zależały raczej od sytuacji i potrzeby. Pamiętając o uwarunkowaniach politycznych, trzeba wspomnieć, że nie zawsze tematem takich spotkań i rozmów był kształt teatralny danego przedstawienia czy zagadnienia ściśle związane z wyrazem artystycznym. Często dyskutowano o socjalistycznej treści przedstawień, niejako dodatkowo ją objaśniając.

W drugiej połowie lat 50. opolski teatr zaczął intensywniej się pojawiać w ogólnopolskim obiegu artystycznym. Stało się tak dzięki interesującym premierom debiutantów, z których pierwszą była Krystyna Skuszanka (później pracująca w charakterze kierownika artystycznego PTZO)<sup>32</sup>. Opolska publiczność dzięki tym posunięciom mogła być „na bieżąco” z polskim pulsem teatralnym, zwykle bowiem młodzi twórcy wyznaczają ścieżki rozwoju języka teatralnego. Premiery przyciągały ogólnopolskich krytyków, ci z kolei publikowali swoje recenzje w ogólnopolskiej prasie – w ten oto sposób PTZO powoli przebijał się do ogólnopolskiego obiegu myśli twórczej.

<sup>30</sup> Por. C. Mykita-Glensk, *Życie teatralne Opola...*, s. 126.

<sup>31</sup> Z nieopublikowanej rozmowy autora z Zofią Bielewicz, aktorką PTZO i Teatru im. Jana Kochanowskiego.

<sup>32</sup> K. Skuszanka zadebiutowała w Opolu znakomicie przyjętą inscenizacją *Sztormu* W. Billa-Biełocerkowskiego (prem. 8 listopada 1952). Reżyserka przygotowała w Opolu osiem przedstawień.

Jednocześnie, między innymi dzięki zabiegom Skuszanki, trwały i rozwijane były pozasceniczne formy kontaktu z mieszkańcami regionu. PTZO stał się przestrzenią spotkań i komunikacji, co wynikało zapewne po części z dyktowanej przez politykę konieczności, po części zaś – z potrzeby scalania środowiska twórczego.

Od lutego 1954 roku przy PTZO działała Wojewódzka Poradnia Świetlicowa. Była to przestrzeń, w której udzielano konsultacji w zakresie pracy z amatorskimi zespołami teatralnymi. Kontynuowano w ten sposób pomysł Byrskiego na dotarcie do amatorskich twórców kultury przez liderów ich środowisk.

Krystyna Skuszanka z kolei nawiązała współpracę z Zarządem Opolskim Zespołu Pisarskiego. Wspólnie z tą organizacją przygotowywała debaty dotyczące sztuk teatralnych napisanych przez lokalnych twórców. Inicjatywa ta miała na celu jeszcze ściślejsze związanie miejscowych twórców z funkcjonowaniem instytucji teatralnej w mieście i regionie. Poza zdawkową informacją w publikacji wspomnieniowej nie zachowała się żadna materialna wzmianka o trybie pracy czy częstotści takich spotkań, nie sposób więc precyzyjnie ustalić ani czasu trwania tej inicjatywy, ani jej wpływu na lokalne środowisko literackie.

Od połowy lat 50. można odnotować ponowny ruch rozbudowywania istniejących już koncepcji na komunikację z widzom oraz powstawanie nowych pomysłów. Podtrzymywano pomysł stałych dni pokazów w siedzibie i objeździe, zwyczaj konferencji prasowych, regularne przygotowywanie premiery dla widowni dziecięcej itp.

Jedną z nowych koncepcji była zaplanowana interakcja. PTZO zaprosił swoich widzów do nadsyłania listów na temat przedstawienia *Maturzyści* (reż. S. Szurmiej, prem. 3 listopada 1955). Już w samym programie do spektaklu zamieszczono list do widza, do biletów zaś dołączano ulotki, w których zachęcano do nawiązania korespondencji zwrotnej, napisania listu do teatru. Opinie widzów miały się stać wskazówkami w myśleniu o repertuarze dla nowej dyrekcji (dyrektorem został Edward Szyksznia, kierownikiem artystycznym – Szymon Szurmiej). Niestety, nie zachowały się żadne listy od widzów, trudno więc zweryfikować skuteczność tej akcji.

Znakomitą strategiczną decyzją repertuarową kolejnego dyrektora, Mariana Godlewskiego, było odwołanie się do tożsamości lokalnej. Teatr, niejako próbując wzmocnić zachwianą – a w zasadzie wciąż nieukształtowaną – tożsamość swoich widzów, wystawił *Wesele na Górnym Śląsku* (reż. R. Bohdanowicz, prem. 30 marca 1957). Spektakl, grany zarówno w budynkach, jak i w plenerze, zgromadził przeszło 40 tysięcy widzów i był w latach 50. największym przebojem frekwencyjnym opolskiej sceny<sup>33</sup>. Odwołanie do lokalnych problemów to dziś w polskich teatrach popularne

<sup>33</sup> Zestawienia tabelaryczne informują, że drugi na liście przebojów frekwencyjnych spektakl, inscenizację *Romea i Julii* (reż. S. Szurmiej, prem. 21 kwietnia 1956), obejrzało 36 849 osób, a widzów *Wesela...* było 37 426 (por. *40 lat...*, s. 126). Oba przedstawienia grane były w plenerze, więc liczby te

rozwiązanie repertuarowe, w Opolu jednak było to wówczas pionierskie przedsięwzięcie. Podkreślić warto, że spektakl, oprócz tego, że przyniósł korzyści finansowe, miał również bardzo dobrą recepcję prasową. Recenzenci doceniali zarówno pracę artystyczną, jak i przekaz treści, wiążący mieszkańców regionu z Górnym Śląskiem<sup>34</sup>.

Dziesięć lat intensywnej, bardzo trudnej pracy PTZO podsumował przygotowaną w siedzibie wystawą fotogramów skupioną przede wszystkim na aktorach, próbując wykorzystać najsilniejszą osiągalną markę – lokalnie rozpoznawalne twarze. Wciąż jednak Opole nie mogło się uwolnić od miana miasta nieteatralnego. Mimo licznych zabiegów artystycznych i organizacyjnych, doskonałych niekiedy recenzji oraz ogólnokrajowego obiegu dzieł teatralnych, widowni w mieście przy prezentacji ambitniejszych tytułów wystarczało ledwie na kilka pokazów. „Prawdziwą publicznością była tylko publiczność premierowa. Jednakże już w parę dni po premierze temperatura widowni opadała, zainteresowanie malało i nierzadko o cenniejszych inscenizacjach więcej wiedzieli teatromani z całej Polski niż sami opolanie”<sup>35</sup>. Żywotność przedstawienia wydłużały dopiero pokazy objazdowe.

Jednym z powodów – ale na pewno nie jedynym – takiego stanu rzeczy mogły być zbyt ambitne (!) przedstawienia. Zarzuty o takiej treści kierowano między innymi pod adresem Skuszanki. Sugerowano jej niezrozumienie potrzeb środowiska i regionu oraz nagłą, nie zaś ewolucyjną, zmianę repertuaru zarówno w warstwie formalnej, jak i w treści przedstawień<sup>36</sup>. Kilka lat później okres pracy Skuszanki w Opolu oceniano już inaczej: podkreślano jej wiarę w siebie, talent i wykształcenie oraz znakomite porozumienie z plastykami teatralnymi (dość powiedzieć, że do pracy w Opolu w charakterze scenografów ściągnęła Tadeusza Kantora i Józefa Szajnę)<sup>37</sup>; jednak w teatrze kilkuletnia perspektywa to o kilka lat za późno.

Miejska publiczność stonowała swój entuzjazm, jednak przedstawienia w objeździe wciąż cieszyły się niebywałą popularnością<sup>38</sup>. Oczywiście wiązało się to z odgórnymi narzuconymi planami do zrealizowania i krzewieniem idei człowieka socjalistycznego,

---

zapewne nie są ściśle i obejmują wyłącznie widzów, którzy kupili bilety. Przeciętą premiera wówczas gromadziła poniżej 20 tysięcy widzów podczas całej eksploatacji.

<sup>34</sup> Por. np. następujący fragment recenzji: „Spektakl Państwowego Teatru Ziemi Opolskiej jest pierwszą powojenną inscenizacją «Wesela», a równocześnie pierwszą jego prezentacją wobec ludności Opolszczyzny, oderwanej przez tyle lat od braci z Górnego Śląska i całej Macierzy”, b.a., „Walka Młodych” 1957, nr 12 (18 czerwca 1957). Wyraźnie odnotować można narrację opartą na symbolicznym, sztucznie generowanych powiązaniach kulturowych.

<sup>35</sup> C. Mykita-Glensk, *Życie teatralne Opola...*, s. 144.

<sup>36</sup> Krystyna Konopacka-Csała w artykule *Opolanie i ich teatr* mówi wręcz o „inwazji współczesności teatralnej” („Odra” 1961, nr 1).

<sup>37</sup> Por. S. Hebanowski, *Na Ziemiach Zachodnich*, [w:] *Alamanach sceny polskiej. Sezon 1959/1960*, red. E. Csató, Warszawa 1960, s. 55. T. Kantor zrealizował pięć scenografii dla PTZO, J. Szajna – sześć.

<sup>38</sup> „PTZO w 1959 r. obsługiwał 120 miejscowości Opolszczyzny, docierając także do woj. poznańskiego, łódzkiego i dolnośląskich uzdrowisk”, C. Mykita-Glensk, *Życie teatralne Opola...*, s. 163.

nie należy jednak zapominać o tym, że koncepcja pracy artystycznej w terenie była dla wielu osób jedynym kontaktem ze sztuką teatralną, na którą inaczej z różnych powodów nie mogłyby sobie pozwolić. Wyjazdowe spektakle okazały się na tyle opłacalne (zarówno finansowo, jak i ideowo), że dyrektor Godlewski postanowił uruchomić tak zwaną scenę wiejską<sup>39</sup>. Sprawilo to, że środowiska wiejskie jeszcze bardziej zbliżyły się do teatru, publiczność z podopolskich wsi miała dostęp do żywej kultury na wyciągnięcie ręki. Z czasem działalność sceny wiejskiej rozwinęła się i wtopiła w ogólnopolski program „Wieś bliżej teatru”. Sprzyjały takiej aktywności system polityczny, zorganizowane dojazdy na spektakle, rozwijana infrastruktura ośrodków kultury itp. Trzeba jednak podkreślić, że PTZO, uruchamiając jeszcze jedną płaszczyznę działalności w ramach jednej instytucji, doskonale wyczuł koniunkturę i potrafił z niej skorzystać.

Niezależnie od politycznego układu sił i nacisków na krzewienie socjalistycznych ideałów Godlewski autentycznie przybliżył teatr do mieszkańców podopolskich wiosek. Działania te były niejako wymuszone licznymi artykułami prasowymi, które w alarmującym tonie informowały o tym, że od wielu tygodni czy miesięcy teatr nie był obecny na przykład w Nysie czy Kluczborku. Dyrektor jednym sprytnym gestem uspokoił dziennikarzy, spłacił systemowi politycznemu to, co spłacić musiał, a także zadbał o swój zespół – bo nie bez znaczenia jest również i to, że intensyfikacja grania w terenie przekładała się bezpośrednio na zarobki zespołu artystycznego<sup>40</sup>.

Kilkanaście ostatnich lat funkcjonowania PTZO naznaczone było wieloma trudami i wyrzeczeniami. Ze względów bezpieczeństwa pod koniec 1960 roku zamknięto budynek teatru dramatycznego. Ryzyko pożaru i ogólny stan budynku nie pozwalały na dalszą eksploatację spektakli na tamtej scenie. W związku z tym od stycznia 1961 roku spektakle były grane w przestrzeni zajmowanej dotychczas wyłącznie przez lalkarzy: na mniejszej, ciasniejszej scenie, ograniczającej rozmach wielkoobsadowych inscenizacji zespołu dramatycznego. Budowa nowego gmachu dla teatru dramatycznego na Placu Lenina trwała niemal dziesięć lat (jest to obecny budynek Teatru im. Jana Kochanowskiego w Opolu na Placu Teatralnym), podczas których dwa zespoły musiały dzielić scenę przeznaczoną do kameralnych inscenizacji lalkowych.

Rzecz jasna kontynuowano dobre praktyki z przeszłości, jednak przymusowe „przesiedlenie” zespołu dramatycznego do budynku lalkarzy wydaje się z dzisiejszej perspektywy pierwszym krokiem ku swoistemu wygasaniu dialogu między PTZO a jego widzami. Nie działo się to z dnia na dzień, spowodowane było wieloma czynnikami,

<sup>39</sup> Od września 1959 r.

<sup>40</sup> Obowiązywała wówczas zasada podobna do tej, która funkcjonuje obecnie: zespół artystyczny dostaje pieniądze w ramach etatu i osobne wynagrodzenie za każde zagrane przedstawienie.

ale jest wyraźnie widoczne w statystykach, frekwencji, opowieściach o licznych pustych miejscach nawet podczas pokazów premierowych.

Brak własnej przestrzeni był z pewnością jednym z powodów odpływu widzów od PTZO. Ukazuje to, jak istotna dla publiczności była w owym czasie (a zapewne jest nadal) przestrzeń teatralna z jej zwyczajami i rytuałami. Nie da się bowiem ukryć, że na przykład foyer teatru dla dzieci i teatru dla dorosłych znacząco różnią się od siebie zarówno na poziomie funkcjonalności, jak i organizacji przestrzeni. Trudno powiedzieć, o ile brak atrybutów „dorosłego teatru” był przyczyną odpływu widowni, ale na pewno miał znaczenie, choćby w kontekście przestrzeni sprzedażowej i promowania w niej konkretnych produktów – według dzisiejszej nomenklatury mówimy o pewnym standardzie merchandisingu<sup>41</sup>.

Innym, równie istotnym powodem było upowszechnienie technologii i towarzysząca temu zjawisku coraz większa liczba telewizorów w opolskich mieszkaniach. Telewizja serwowała rozrywkę i kulturę tańszą niż teatr, jeszcze bardziej dostępną i wymagającą o wiele mniej wysiłku ze strony odbiorcy. Około 1963 roku odpływ widzów na rzecz telewizji stał się mocno odczuwalny.

Jednocześnie z dostrzeżeniem tej zależności zintensyfikowane zostały plany objazdowe (np. dzięki kontaktowi z władzami Wojska Polskiego zorganizowano objazd kraju z przedstawieniem *Za tych, co na morzu*, reż. R. Bohdanowicz, prem. 25 lutego 1962 – była to pierwsza w Polsce działalność objazdowa ukierunkowana wyłącznie na objazd garnizonów wojskowych<sup>42</sup>). Intensyfikacja prezentacji wyjazdowych stała się koniecznością: PTZO bez względu na przymusowe przeniesienie do budynku zajmowanego przez lalkarzy musiał zrealizować nałożone centralnie plany usługowe. Stanisław Wieszczycki, który w 1963 roku objął fotel dyrektora PTZO, tak wspomina ów czas: „trafiłem na moment, w którym ludzie przestali niemal przychodzić do teatru [...]. Taki był punkt wyjścia. Odzyskać publiczność, a właściwie znaleźć nową, dla nowego teatru, nie było rzeczą prostą”<sup>43</sup> – odpowiedzią na te poszukiwania miało być kierowanie wyraźnych sygnałów i zaproszeń do konkretnych grup widzów.

W wydanej na 20-lecie PTZO broszurze pojawił się cały rozdział poświęcony publiczności zatytułowany *Szukamy określonego widza*<sup>44</sup>. Stanowi on interesujący wgląd w strategię pozyskiwania widzów poprzez zdywersyfikowane komunikaty wysyłane

<sup>41</sup> Wg definicji Jima Blythe'a jest to „sposób promowania produktów w punkcie sprzedaży” (J. Blythe, *Komunikacja marketingowa*, Warszawa 2002, s. 184) – a przecież tego typu działalność w teatrze dla dzieci jest bardzo odmienna od działalności w teatrze dla dorosłych: mowa o odmiennych estetyce plakatów czy folderów reklamowych, a nawet o innego typu wykorzystaniu światła dziennego.

<sup>42</sup> Por. *20 lat...*, s. 11.

<sup>43</sup> *Teatr na progę*, rozmowa J. Nowary ze S. Wieszczyckim, [w:] *40 lat...*, s. 43.

<sup>44</sup> *20 lat...*, s. 41-45.



Fot. 5. Zespół Państwowego Teatru Ziemi Opolskiej w objeździe, w jednym z własnych autobusów, autor nieznany, fot. prawdopodobnie z I połowy lat 60.

do poszczególnych grup wiekowych i/lub zawodowych, w zgodzie z polityką upowszechniania kultury i sztuki wśród mas pracujących. Autorka lub autor rozdziału (tekst pisany jest w pierwszej osobie liczby mnogiej) podkreśla: „prowadzimy szeroką działalność, mającą na celu nie zdobycie frekwencji w ogóle, ale pozyskanie sobie określonych środowisk społecznych, których dotychczasowy kontakt z teatrem był zbyt słaby lub nawet w ogóle nie istniał”<sup>45</sup>, a jako „zasadnicze odcinki działania”<sup>46</sup> wymienione zostały następujące grupy widzów: robotnicy, mieszkańcy wsi, młodzież szkolna, uczestnicy amatorskiego ruchu teatralnego, osoby odbywające służbę wojskową.

Wypunktowując metody docierania z komunikatem do widza, autorzy rozdziału wspominają o wszystkich wypracowanych przez lata praktyki działaniach, o których mowa była powyżej (informowanie poprzez media, spotkania i dyskusje po spektaklach itp.). Stanowi to kolejne potwierdzenie trafności intuicyjnych działań T. Byrskiego za jego krótkiej kadencji w Opolu. Zostały one wzbogacone o punkt, który wcześniej się nie pojawił – o przygotowanie widza do przedstawienia. Odbywało

<sup>45</sup> *Ibidem*, s. 41, podkreślenie autorów źródłowych.

<sup>46</sup> *Ibidem*.



się ono za pomocą „krótkiego, parominutowego wstępu, poprzedzającego przedstawienie, jeśli zbyt trudna sztuka mogłaby być nie w pełni zrozumiana”<sup>47</sup>. Takie wystąpienia leżały w gestii kierownika literackiego. Jak wspomina Jerzy Lisowski, kierownik literacki PTZO w latach 1949-1951: „Ludność rodzima mówiła wprawdzie po polsku, ale potrzebowała pewnej pomocy w znalezieniu się w nowych warunkach kulturowych. Jeździło się bez przerwy na jakieś pogadanki... [...] Niemal każdy spektakl w terenie poprzedzałem czymś w rodzaju prelekcji. Opowiadało się o sztuce, o autorze. A było pięć takich wyjazdów tygodniowo”<sup>48</sup>. Można tu zatem pewnie mówić o swego rodzaju propedeutyce pedagogiki teatralnej.

Indywidualnie zaprojektowane ścieżki przyciągania widzów owocowały dziesiątkami tysięcy sprzedanych biletów: w sezonie 1964/1965 współzawodnictwo międzyzakładowe w liczbie widzów przyprowadziło na widownię 63 tysiące robotników z regionalnych zakładów pracy, natomiast podstawione autokary dla widzów ze wsi pozwoliły 13 tysiącom osób obejrzeć przedstawienia. Teatralne objazdy jednostek wojskowych co roku trwały około 1,5 miesiąca i obejmowały swym zasięgiem niemal cały kraj. Była to działalność o niewyobrażalnej intensywności z dzisiejszego punktu widzenia, możliwa do zrealizowania wyłącznie z sowingą pomocą ze strony państwa, które w ten sposób realizowało swoje cele propagandowe. Wciąż jednak podczas występów w samym Opolu teatr notował puste miejsca na kameralnej widowni – nawet podczas przedstawień premierowych<sup>49</sup>.

Początek lat 70. był okresem, w którym zespół PTZO, podlegający nieustannym zmianom kadrowym, coraz bardziej niecierpliwie oczekiwał oddania do użytku powoli powstającego gmachu na Placu Lenina. W oczekiwaniu na nowe miejsce kolejny dyrektor, Mirosław Wawrzyniak, uruchomił nurt inscenizacji współczesnych tekstów oraz nową przestrzeń teatralną w budynku Wojewódzkiego Domu Kultury – Małą Scenę, która miała skupiać się na kameralnych spektaklach o niewielkiej obsadzie. To interesujący zabieg, który w teorii miał zdywersyfikować widownię i zapewnić zespołowi więcej przedstawień, oderwać się od wzajemnego uzależnienia zespołu dramatycznego i lalkowego. Jednak z powodu niedostatku środków finansowych Mała Scena wiodła rachityczny żywot, w końcu zaś, ze względu na nieodległą już perspektywę zasiedlenia nowego budynku, zrezygnowano z niej.

W nowej przestrzeni teatr rozpoczął niejako „nowe życie”. Zmieniono nazwę placówki, przypisano jej coroczny festiwal teatralny, mocno osadzono i ugruntowano. Teatr im. Jana Kochanowskiego stanął przed nieco innymi wyzwaniem niż te,

---

<sup>47</sup> *Ibidem*, s. 42.

<sup>48</sup> *Dorośle spotkanie z Polską*, rozmowa J. Feusette'a z J. Lisowskim, [w:] *40 lat...*, s. 127.

<sup>49</sup> *Por. 40 lat...*, s. 14.

z którymi mierzył się PTZO – niebawem zaś zmiana ustroju miała przynieść kolejne problemy, które z perspektywy połowy lat 70. były niewyobrażalne.

Trzy powojenne dekady pracy teatru opolskiego to okres fascynujący w jego działalności, gdyż stanowi zaskakujące połączenie kilku jakości naraz. Składają się nań prowincjonalizm myślenia połączony z niedoskonałościami artystycznymi, imponujące tempo pracy przekładające się na setki premier, tysiące pokazów i miliony (!) widzów, determinacja w zakresie działalności społecznej i propagowania języka polskiego na polskich/niepolskich terytoriach, wreszcie niebywałe oddanie setek osób, dzięki którym na czas powstawały dekoracje, terminowo odbywały się wyjazdy i przyjazdy, wypłacano pensje – słowem: ofiarna praca zespołu administracyjnego, technicznego i artystycznego. Machiną napędzającą cały ten trud był system polityczny, jednocześnie opresyjny i w przedziwny sposób przyjazny kulturze (ale tej tylko, która była przyjazna jemu). Po przyjęciu za patrona Jana Kochanowskiego niektóre z tych elementów uległy zmianom – co jest naturalne, gdyż teatr to żywy organizm, zmiany są wpisane w dynamikę jego funkcjonowania. Jednak gęsty spłot cech (nierazko wzajemnie się wykluczających), jaki wystąpił w PTZO, stanowi dla mnie osobne, fascynujące zjawisko.

Metody rozmawiania z widzami i bieżącego informowania ich o zmianach i postępach w pracy teatralnej przez te trzy dekady narastały i ulegały ewolucji. Pracownicy teatralni uczyli się ich od nowa. W powojennej rzeczywistości na nowo musieli przywyknąć do nich widzowie. Z niektórych form dialogu zapewne ani jedni, ani drudzy nie do końca zdawali sobie sprawę (jak choćby waga przyzwyczajenia publiczności do „dorosłego” wyglądu przedsińców teatralnych), dopiero odległa perspektywa czasowa pozwala nam scharakteryzować te wydarzenia jako elementy komunikacji. Niezwykle ciekawe jest obserwowanie tej szczególnej „rozmowy”, która równie często bywa „dorozumiana” co rzeczywiście oparta na werbalnych komunikatach.

Wyróżnić w niej można komunikaty formułowane wprost (afisze, repertuary, produkcje skierowane do młodych widzów, wezwania kierowane do widzów w programach) i z włączeniem pośredników (poprzez konferencje prasowe, wypowiedzi w mediach, charakter repertuaru, remont budynku). Równie istotne okazują się spotkania z widzami lub ich przedstawicielami (podczas różnego rodzaju spotkań aktywów kulturalnych, dyskusji i rozmów z widzami w kontekście przedstawień) co masowe wypełnianie planów sprzedażowych (w przypadku PTZO przede wszystkim podczas objazdów). Komplementarne wobec siebie stają się praca w terenie i przedstawienia grane w siedzibie teatru. W wachlarzu możliwości opolskiemu teatrowi udało się, na szczęście, nie zagubić widza.

## Bibliografia

- Black S., *Public relations*, Kraków 2003.
- Blythe J., *Komunikacja marketingowa*, Warszawa 2002.
- Byrscy I. i T., *Jeden rok*, [w:] *40 lat teatru w Opolu, 1945-1985*, red. J. Feusette, J. Nowara, Opole 1985.
- Davis A., *Public relations*, Warszawa 2007.
- „Urlopowany po widzów”, rozmowa J. Feusette’a z R. Matuszewskim, [w:] *40 lat teatru w Opolu, 1945-1985*, red. J. Feusette, J. Nowara, Opole 1985.
- „Doroste spotkanie z Polską”, rozmowa J. Feusette’a z J. Lisowskim, [w:] *40 lat teatru w Opolu, 1945-1985*, red. J. Feusette, J. Nowara, Opole 1985.
- Gomułka W., *Przemówienia. Wrzesień 1957 – grudzień 1958*, Warszawa 1959.
- Hebanowski S., *Na Ziemiach Zachodnich*, [w:] *Almanach sceny polskiej. Sezon 1959/1960*, red. E. Csató, Warszawa 1960.
- Janowski A., *Pamiętacie jeszcze kino Odra w Opolu?*, <http://opolandia.redblog.nton.pl/2015/05/28/pamietacie-jeszcze-kino-odra-w-opolu/> [dostęp: 29.11.2016].
- Kadragic A., Czarnowski P., *Public relation, czyli promocja reputacji. Praktyka działania*, Warszawa 1997.
- Konopacka-Csala K., *20 lat Państwowego Teatru Ziemi Opolskiej w Opolu*, Opole 1965.
- Konopacka-Csala K., *Opolanie i ich teatr*, „Odra” 1961, nr 1.
- Konopacki J., *Powojenne Opole tętniło sportem*, [http://www.opole.sport.pl/sport-opole/1,130870,13101315,Powojenne\\_Opole\\_tetniло\\_sportem.html](http://www.opole.sport.pl/sport-opole/1,130870,13101315,Powojenne_Opole_tetniло_sportem.html) [dostęp: 29.11.2016].
- Krakowska J., *Mikolajska. Teatr i PRL*, Warszawa 2011.
- Laberschek M., *Nowe trendy w promocji polskich teatrów*, <http://nck.pl/blog-kultura-sie-liczy/316782-nowe-trendy-w-promocji-polskich-teatrow/> [dostęp: 22.11.2016].
- Migdałowska K., *Być również objazdowym*, [w:] Szaniawski. *Cyfrowa monografia Teatru Dramatycznego w Wałbrzychu 1964-2015*, Wałbrzych 2015.
- Misiorny M., *Teatr w Opolu*, [w:] *40 lat teatru w Opolu, 1945-1985*, red. J. Feusette, J. Nowara, Opole 1985.
- Misiorny M., *Teatry dramatyczne Ziemi Zachodnich 1945-1949*, Poznań 1963.
- Mykita-Glensk C., *Teatr opolski w latach 1945-1975*, [w:] *40 lat teatru w Opolu, 1945-1985*, red. J. Feusette, J. Nowara, Opole 1985.
- Mykita-Glensk C., *Życie teatralne Opola (od czasów najdawniejszych do współczesności)*, Opole 1976.
- „Teatr na progu”, rozmowa J. Nowary ze S. Wieszczyckim, [w:] *40 lat teatru w Opolu, 1945-1985*, red. J. Feusette, J. Nowara, Opole 1985.
- Pawłowski R., *Fachowcy*, <http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,95158,8921106,Fachowcy.html> [dostęp: 24.11.2016].
- „Promocja”, rozmowa M. Węgrzyną z E. Cichowicz-Vedral (w ramach cyklu: *Projekt-spektakl*), <http://www.dwutygodnik.com/artykul/6367-projekt-spektakl-promocja.html> [dostęp: 1.12.2016].
- Wosińska M., „Wywiad z... Katarzyną Szustow o promocji teatru”, <http://www.proto.pl/wywiady/wywiad-z-katarzyna-szustow-o-promocji-teatru> [dostęp: 25.11.2016].
- <http://www.encyklopediateatru.pl/hasla/133/promocja-teatru> [dostęp: 25.11.2016].
- b.a., *Skrócone sprawozdanie z I Krajowej Narady Teatralnej*, „Teatr” 1949, nr 9.
- b. a., *Teatr bez... teatru*, „Nowiny Opolskie” nr 44/1948
- b.a., „Walka młodych”, 18 czerwca 1957, nr 12.

## Streszczenie

Artykuł stanowi próbę ujęcia metod promocyjnych teatru publicznego w Opolu w latach 1945-1975. Trzy powojenne dekady zamykają w sobie okres działalności instytucji funkcjonującej kolejno jako: Teatr Miejski im. Juliusza Słowackiego, Scena Opolska Teatrów Śląsko-Dąbrowskich oraz Państwowy Teatr Ziemi Opolskiej. Od 1975 roku teatr otrzymał nową siedzibę i nazwany został Teatrem im. Jana Kochanowskiego. W artykule podniesiona została tematyka działań informacyjnych i promocyjnych, nawiązywania i utrzymywania kontaktu z widzami w mieście i regionie, strategii reklamowych oraz działań okołoteatralnych. Ukazane zostały zasadnicze pomysły na komunikację z widzami, które wprowadzono w życie w latach 40., wskazano również kontynuacje tych koncepcji i ich rozwój w kolejnych dekadach. Zarysowano koncepcje kontaktu bezpośredniego oraz zapośredniczonego przez prasę, podkreślono istotność objazdów teatralnych (tzw. pracy w terenie) i strategii konstruowania repertuaru. Mocno zaznaczono wpływ polityki (w tym szczególnie gospodarki centralnie sterowanej) na działalność artystyczną instytucji, dobór tytułów premierowych i liczbowe rozliczenie teatru. Prowincjonalny teatr w Opolu, z racji umiejscowienia na Ziemiach Odzyskanych, może być egzemplaryczny dla rozważań o przestrzeni wspólnej dla sztuki, widzów i władzy w powojennej Polsce. Metody, jakimi placówka starała się wywiązać z narzuconych przez władzę obowiązków i jednocześnie utrzymać przy sobie widza, stanowią zasadniczą treść tekstu. Zarysowanie ewolucji pomysłów na promocję i PR teatru w powojennej Polsce stanowi próbę odczytania komunikatów formułowanych przez instytucję artystyczną do jej widzów i ich denotację.

**Słowa kluczowe:** teatr, Opole, promocja, PR.

METHODS OF COMMUNICATION WITH THE AUDIENCE  
IN PUBLIC THEATER IN OPOLE (1945-1974)

## Summary

The article explores the promotional methods of the public theatre in Opole within the period of 1945-1975. In the three decades following WWII, the institution operated as: Teatr Miejski im. Juliusza Słowackiego, Scena Opolska Teatrów Śląsko-Dąbrowskich and Państwowy Teatr Ziemi Opolskiej respectively. In 1975 the theatre is granted the new headquarters and is named Teatr im. Jana Kochanowskiego. The article examines themes of the informational and promotional activities carried out by the theatre, initiating and maintaining a relationship with its audiences both within the city and the wider region, advertising strategies and related activities. Further, the article presents the fundamental concepts regarding communication with the audiences introduced in the 1940s and the development of those concepts in the following decades. It outlines ideas and strategies employed in direct communication with the audience, media focused communications and emphasises the significance of the traveling theatre events. Finally, it discusses strategies employed in constructing the repertoire. The influence of the government pressures within the arts (and particularly of the centrally planned economy system prevalent at the time) on the repertoire selection and funding is a particular focus. A provincial theatre located in Opole, with its location within the region of the country known as the Reclaimed Territories, provides an interesting example for a discussion and reflection about the place of the arts within the community, its audiences and its central management in post-war Poland. The methods employed in order to both balance the pressures imposed on the institution by the establishment and the efforts to attract and maintain the relationship with the viewer are the primary focus of the article. This outline of the evolution of the promotional and PR strategies implemented by the theatre throughout the post-war years becomes a reflection on the messages communicated by the arts institutions to the audience and an attempt to analyse and decode those communications.

**Keywords:** theatre, Opole, promotion, PR.