

Autorski program realizacji zadań w zakresie bieżącego funkcjonowania i rozwoju Teatru im. K. Dejmka w Łodzi w latach 2020/21-2024/25

Teatr Nowy niech będzie miejscem ,gdzie podejmuje się istotne problemy współczesności ,zachowując szacunek do tradycji, niech odważnie sięga się po nowe środki wyrazu . Trzeba patrzeć w przyszłość mieć nowoczesne myślenie o szeroko pojętej sztuce teatralnej .Nazwa teatru zobowiązuje do nowoczesnego spojrzenia na literaturę i współczesne środki ekspresji. Ważne jest aby prezentowane tytuły mówiły o kondycji współczesnego człowieka w świecie. Repertuar teatru powinny stanowić realizacje dramaturgii współczesnej i klasycznej ale niech „klasyka będzie żywa”. Chciałabym aby traktować literaturę polską w kontekście europejskim.

Jeśli zostanę dyrektorem Teatru im. K. Dejmka zadbam o to, aby był to teatr zespołowy, gdzie wystawia się sztuki o wysokiej jakości artystycznej realizowane przez twórców różnych pokoleń, posługującymi się różnymi językami teatralnymi.

Mała scena niech będzie dedykowana realizatorom, twórcom młodego pokolenia. Dobrze jeśli teatr będzie brał udział w dyskursie artystyczno-intelektualnym, społeczno-politycznym. Kiedyś nad sceną Teatru Nowego widniała płaskorzeźba przedstawiająca postaci z literatury dramatu klasycznego i folkloru połączone z piękną alegorią WOLNOŚCI. Nowy czyli otwarty, współczesny, europejski, wolny. Teatr Dejmka powstał w 1949 roku jako teatr politycznie zaangażowany i programowo współczesny, to go wyróżniało na tle innych scen. Jest to swoiste DNA tej placówki artystycznej .O ile w czasie pierwszej dyirekcji Dejmka na łódzkiej scenie przeważały sztuki z rodzimego repertuaru , o tyle w późniejszym okresie pojawiło się więcej dramaturgii obcej. Czas drugiej dyirekcji Kazimierza Dejmka był powrotem na łódzką scenę dramaturgii polskiej i problematyki moralnej i politycznej. I to właśnie jego inscenizacje zaświadczały, podobnie jak i w czasie pierwszej dyirekcji, o charakterze teatru. Moim celem jest przywrócenie tej scenie atrakcyjności, marki i dbanie o nią. Chciałabym aby Teatr Nowy był instytucją nowoczesną-spójną artystycznie, organizacyjnie, wizualnie i był bardziej skuteczny marketingowo żeby miał w ofercie działania edukacyjne i około teatralne. Proponowany przeze mnie program wpisuje się do założeń Polityki Rozwoju Kultury2020+ dla Miasta Łodzi.

Plany działalności artystycznej obejmujące perspektywę pięciu sezonów artystycznych

Należy zaprosić do współpracy uznanych twórców jak i tych młodych wchodzących w życie zawodowe. Repertuar musi zawierać propozycje teatralne dla mniej i bardziej wytrawnych

widzów. Znając specyfikę i realia teatralne oraz pamiętając, że w swej istocie teatr ma wpisane przemijanie nakazuje ono zostawić w planowaniu margines swobody. Powinno się zostawić więcej otwartości na propozycje złożone przez zapraszanych twórców i artystycznie reagować na otaczającą nas rzeczywistość. Teatr Nowy powinien mieć możliwość wystawiania prapremier, adaptacji pisanych specjalnie dla niego jak również wystawiać pozycje z ambitnego repertuaru klasycznego. Należy współpracować z uznanymi dramaturgami, twórcami adaptacji takimi jak: M. Sikorska -Miszczuk, M. Buszewicz, J. Holewińska, H. Sulima, P. Rowicki, T. Śpiewak.

Teatr musi konfrontować się z innymi teatrami poprzez udział w festiwalach, co polepsza jego wizerunek, a pracownicy i aktorzy mają wtedy satysfakcję zawodową i chęć do samodoskonalenia. **Za mojej dyrekcji w Sosnowcu i w Lublinie teatry bywały na wielu festiwalach i zdobywały ważne nagrody i wyróżnienia.** Oferta artystyczna powinna dać szansę teatrowi do wzięcia udziału w konkursach, festiwalach, np. „Klasyka żywa”, „Konkurs na wystawienie polskiej sztuki współczesnej” i aplikowania do projektów, np. „Teatr Polska”, „Lato w teatrze” organizowanych przez Instytut Teatralny.

Dyrektor po objęciu stanowiska musi rozpocząć starania do nowych produkcji teatralnych, które zapewnią nowe pozycje repertuarowe i tym samym ciągłość pracy teatru. Pandemia pokrzyżowała plany wielu twórcom i instytucjom. Teatr Nowy ma 3 sceny dzięki otwarciu „Sceny pod Sufitem” poszerzyła się oferta kulturalna dla widzów. Dzięki takiej ilości scen aktorzy mogą próbować swoich sił w różnorodnym repertuarze, mają szansę na tworzenie innego rodzaju kreacji aktorskich. Mała Scena jest miejscem na sztuki małoobsadowe, wymagające bliższego kontaktu z widzem nie mówiąc już o scenie pod sufitem, gdzie kontakt jest wręcz intymny. Na dużej scenie powinny być prezentowane duże produkcje teatralne. Duża Scena musi być znakiem firmowym - wizytówką teatru i prezentować spektakle zgodne z całą linią repertuarową.

Obowiązkiem teatru jest inwestowanie w rozwój sztuki teatralnej poprzez zapraszanie do współpracy, np. młodych, debiutujących artystów. Mała scena byłaby miejscem, które daje szansę debiutu reżyserskiego i pracy dla najzdolniejszych studentów, absolwentów Akademii Teatralnych. Należy pomagać młodym twórcom kultury wspierając ich kuratorami w postaci doświadczonych reżyserów- co w początkach istnienia tego teatru było stosowane/grupa młodych -Dejmek, Warmiński pod opieką art. Jerzego Merunowicza /. Kontakt z nowym językiem sztuki i młodym spojrzeniem działa stymulująco na zespół poszerza również grono widzów o młodych odbiorców. Studenci reżyserii i wydziału operatorskiego szkoły filmowej mogliby swoimi działaniami artystycznymi wspierać pracę reżyserów pracujących na dużej scenie. W ten sposób z pośród młodych ludzi może uda się wyłuskać tych najzdolniejszych -

obietujących ,którym w „nagrodę” powierzy się pracę nad większym spektaklem ,np. na dużej scenie.

Zakładając, że pandemia koronawirusa ustąpi i nie pokrzyżuje planów teatrom i realizatorom , i dotacja będzie na tym samym poziomie ,to w sezonie mam zamiar realizować na dużej scenie 3może 4 premiery ,na „Małej scenie „ kilka mniejszych projektów studenckich lub 3 premiery i jedną premierę w sezonie na „Scenie pod sufitem”. W czasie karnawału w repertuarze znalazłyby się sztuki o charakterze rozrywkowym, komediowym. Raz na 2 sezony należy mieć spektakl skierowany do młodszej widowni. Będę chciała aby w teatrze miały miejsce 3 instalacje performatywne, np. w reż .M. Szpecht rodzaj tryptyku artystycznego.

Możliwe ,że względu na pandemię trzeba będzie pomyśleć o realizacji działań artystycznych online tutaj można zaproponować współpracę studentom szkoły filmowej.

W niecałych 5 sezonach artystycznych chciałabym zaprosić do pracy reżyserów:

Przykładowo -Sezon 20/21-.R.Brzyk „Rok1968”,instalacje-tryptyk M. Szpecht -teren teatru, „Marzyciele”-mała scena 21/22,T. Śpiewak-„Narutowicz”, C. Tomaszewski -spektakl na karnawał ,M. Prus, koprodukcja z Teatrem Żydowskim, sezon/23 22 A. Smolar, M. Borczuch, sezon 23/24 R. Rychcik ,K. Garbaczewski, sezon 24/25 i inni z którymi będę prowadziła rozmowy jeśli wygram konkurs . Wymienieni reżyserzy wyrazili chęć współpracy z Teatrem im. K. Dejmka

Tak jak wspomniałam repertuar „Małej sceny”- pod hasłem „Nowy i Młodzi” tworzyliby wchodzący w życie zawodowe artyści, np. laureaci Forum Młodej Reżyserii w Krakowie .W sezonie 20/21 trzech studentów Wydziału Reżyserii pod okiem kuratora przygotuje projekty, pt. „Marzyciele” Anna Mazurek zajmie się biograficznym kontekstem pracy Władysława Strzemińskiego „Moim przyjaciółom, Żydom”. Zamierza skupić się na opowieści o trzech planach czasowych: przedwojennym okresie marzeń Strzemińskiego o potęgze łódzkiej szkoły artystycznej. Następnie o doświadczeniu wojny, rozumianym uniwersalnie jako doświadczenie kryzysu, rozpadu świata, które wymusza weryfikację idei i marzeń. I finalnie o powojennym czasie odbudowywania rzeczywistości i formułowania nowego podejścia do sztuki. Wojciech Rodak podejmie polemikę ze słowami poety Witolda Wandurskiego, że Łódź jest złym miastem dla artystów. Sięgając do efemerycznej historii awangardowej grupy żydowskich artystów „Jung Idysz” działającej w Łodzi w latach 1919-21, rekonstruując ją i fikcjonalizując, reżyser opowie o niewydarzonym buncie i niespełnionych marzeniach oraz funkcjonowaniu artystów w kontekście miasta Łodzi. Także dziś. Projekt Miry Mańki „Opera produkcyjna na włókienki” to herstory zapisana w ciałach i zapamiętana przez niemal choreograficznie powtarzany układ ruchów. Ruch, który stał się potęgą i siłą Łodzi, a dziś pozostaje zapomniany. Ten ruch, a także literatura opowiadająca o łódzkich robotnicach

będą punktem wyjścia dla taneczno-dramatycznego spektaklu o kobieco-robotniczym dziedzictwie miasta.

Zgodnie ze swą misją i założeniami polityki rozwoju kultury w mieście teatr ma obowiązek: działać dla pożytku publicznego rozwijać wartości inne niż materialne, działać dla szeroko pojętego-społeczeństwa i jego rozwoju, być miejscem dialogu z widzami, odpowiadać na jego zainteresowania, pracować na rzecz włączenia go w obieg kultury, przeciwdziałać wykluczeniu, a tym samym dążyć do tego, aby poszerzać horyzonty, kształtować świadomość i uczyć zrozumienia dla wartości, które są podstawą społecznej wspólnoty. Trzeba rozwijać strategiczne obszary kultury. Zwiększyć obecność mieszkańców miasta w działaniu teatru. Rozszerzać ofertę działań nieodpłatnych aktywizując łódzian na rzecz uczestnictwa w kulturze.

Wypada, aby to miało odbicie również w zakresie działań około- teatralnych otwierających teatr na widzów. Trzeba robić wszystko, aby nie stracić publiczności, lecz ją edukować, co jest pracą długotrwałą- w myśl hasła „Ewolucja nie Rewolucja „

Teatr w sposób artystyczny powinien brać udział w Narodowym czytaniu, obchodzić ważne rocznice. Dla zainteresowanych mieć w ofercie :wieczorki-salony poezji, premiery nauczycielskie, studenckie, wspólne kolędowanie, spektakle dla seniorów, sylwestry, teatralne potańcówki, kiermasze, spektakle dla ludzi, którzy mają utrudniony dostęp do kultury, należy aktywizować starsze pokolenie. Posiadać w repertuarze spektakle z audiodeskrypcją, z tłumaczem migowym, brać udział w projekcie "Kultura bez barier", "Kultura 60+", "Dzień teatru publicznego -teatr za grosze". Planując wydarzenia teatralne trzeba pamiętać, że Teatr Nowy im. K. Dejmka w roku 2024 roku będzie obchodził 75 rocznicę otwarcia i 100 rocznicę urodzin jego patrona.

Źródłem siły teatru jest jego zespół, który gra i którego potencjał jest w pełni wykorzystywany. Historycznie polski teatr był tworzony w oparciu o zespół aktorski, co jest do dzisiaj zaletą i przywilejem i szansą rozkwitu sztuki teatralnej. Dyrektor teatru jest zobowiązany dbać o podnoszenie kwalifikacji pracowników i ich indywidualny rozwój. Dobrze gdy docenia ludzi twórczych, aby rozwój zespołu był możliwy, muszą być przed nim stawiane ciągle, intensywne, wysokie wyzwania artystyczne. Zespół aktorski musi być „rozgrzany”, gdyż dopiero wtedy osiąga pełnię swoich możliwości. **Myśląc o zespołowości trzeba pamiętać, że zespół tworzą również pracownicy innych działów zatrudnieni w teatrze.** Bazując na swoim doświadczeniu, jako aktorka, dyrektorka pragnę nadmienić, że zespół kształtuje się latami i jest to proces długi i wymagający strategii, dlatego trzeba zatrudniać osobowości artystyczne i osoby zdolne do pracy zespołowej. Nawiązę w tym miejscu do innego teatralnego autorytetu jakim dla wielu dyrektorów był Z. Hubner, który

twierdził, że „dobry dyrektor powinien obserwować aktora, stawiać kolejne trudniejsze zadania, czyli sprawdzać go w różnych gatunkach i estetykach(...)Dla nauki aktorstwa nie ma nic lepszego niż próbować swych sił w odmiennych estetykach teatralnych. Lata spędzone w dobrym zespole to dla wielu aktorów nieocenione uniwersytety”.

Plany dotyczące promocji instytucji /promocja - marketing - obsługa widzów/

Analizując silne i słabe strony teatru uważam, że należy zintensyfikować pracę na rzecz zwiększenia ilości widzów mimo, że zubożenie ludzi wpływa na ich udział w kulturze.

Uważam, że nie można promować teatru w oderwaniu od linii repertuarowej. Ważna jest dbałość o dotychczasową widownię, jak i świadome docieranie do nowej. Działania promocyjno-marketingowe wynikają i muszą być spójne z wizją i misją instytucji a praca skoncentrowana powinna być na rozwoju ilościowym widowni, budowaniu relacji i edukowaniu świadomych widzów. Trzeba komunikować się z nimi w nowoczesny sposób. W tym celu dobrze jeśli teatr jest bardzo aktywny w mediach społecznościowych /.Social media powinny mocniej angażować odbiorców –należy opracować kilka kampanii, dbać o stałe cykle postów, koniec z suchymi informacjami, np. pokazać zaangażowanie pracowników w produkcję spektaklu umieszczać informacje na ciekawe tematy związane z kulturą, życiem codziennym teatru, linkować do ciekawych art., nawiązać można nieformalny, częsty kontakt z widzami /zdjęcia aktorów w kulisach, prywatnie/. Obecnie Instagram jest najchętniej i najczęściej odwiedzany przez odbiorców. W miarę posiadanych środków finansowych może należy wprowadzić system komunikacji sms- owej dzięki której można zapytać o to, co dziś grane jest w teatrze ? Może teatr mógłby mieć własną aplikację informacyjną na tablety, smartfony lub aplikację sprzedaży biletów online na urządzenia mobilne.

Dział promocji cały czas musi utrzymywać kontakt z redaktorami pism branżowych , np. "Teatr", "Didaskalia", "Dialog", recenzentami, selekcjonerami festiwalowymi z dziennikarzami z prasy lokalnej, np. „Dziennikiem Łódzkim ”z mediami lokalnymi takimi jak Polskie Radio Łódź ,TVP Oddział Regionalny w Łodzi , Radio Parada ,Studenckie Radio Żak -Politechniki Łódzkiej, z portalem Tu Łódź.

Każdej premierze powinna towarzyszyć konferencja prasowa oraz akcja promocyjna (najlepiej z udziałem aktorów) projekty typu: wykłady, wernisaże, happeningi, warsztaty, spotkania literackie. Przed premierą musi powstać zwiastun spektaklu ukazujący się na stronie internetowej teatru i w mediach społecznościowych, a po premierze trailer /kilku min. filmik reklamujący gotowy spektakl/. **Strona internetowa również musi być spójna artystycznie -**

wizualnie z linią repertuarową gdyż jest wizytówką teatru. Powinna być czytelna, a wiadomości stale aktualizowane, to dotyczy również social mediów.

Stronę internetową i wszelkie druki reklamowe powinien zaprojektować ten sam grafik, co będzie graficzną wizytówką teatru. Zdjęcia również powinien robić jeden fotograf, który będzie obecny na różnych etapach pracy nad spektaklem, a nie tylko na próbach generalnych. Bardzo ważna jest dbałość o estetykę reklamy zewnętrznej. Dla widzów, którzy nie korzystają z internetu, social mediów powinno się wydawać - informator teatralny. Bardzo ważna jest dbałość o estetykę reklamy zewnętrznej.

Dyrektor musi być otwarty na pomysły związane z promocją instytucji, a takie pomysły może mieć każdy pracownik teatru, ale aby o nich powiedział musi czuć akceptację i otwartość na nowe pomysły, musi czuć się „częścią teatru”. Dobrze gdy do działań promocyjnych można zaangażować pracowników z różnych pionów-wspólne działanie stymuluje zespół. Działania marketingowe powinny być skierowane również do potencjalnych sponsorów. Trzeba dbać o dobre relacje z dużymi zakładami pracy. Możliwym powinno być nawiązywanie umów barterowych, np. na produkcję spotów reklamowych w Radio itp.

Z mojego doświadczenia wiem, że **marka teatru budowana jest przez tworzenie bardzo dobrych spektakli oraz przez „usługę” jaką oferujemy widzom**, aby ją poprawić trzeba dokonać analizy, kto jest widzem Teatru Nowego? Należy planować premiery-marketing-promocję z myślą o „Konkretnym widzu”. Bardzo ważne jest „gdzie potencjalny widz styka się z „usługą” teatru? Gdzie znalazł informację o nim, o przedstawieniach? Czy z łatwością dotarł do teatru? Czy miał problem z zaparkowaniem? Jak był obsłużony w kasie lub przy sprawdzaniu biletów? Jak mógł spędzić przerwę? Czy spektakl mu się podobał? I najważniejsze czy znalazł informację o innych spektaklach? Od tego zależy, czy będzie chciał wrócić do Teatru. Dlatego należy ułatwić, udogodnić do niego dostęp i: rozpowszechniać inf. o możliwości zakupu biletów, doskonalić proces zakupów biletów online /infografika prezentująca przebieg procesu/, kontynuować plakatowanie na słupach w aglomeracji, ulotki o spektaklach, repertuary powinny być zostawiane w instytucjach kultury, urzędach, kawiarniach, klubach.

Trzeba zwiększyć obecność teatru w świadomości łodzian, przestrzeni miasta, aktywniej funkcjonować w mediach społecznościowych lepiej zadbać o identyfikację teatru. Propozycja akcji promocyjnych, przykładowych idei, np.: mapping na budynku w dniu premiery - połączony z reklamą potencjalnego sponsora, "Spróbuj teatru", współpraca z restauracjami-kawiarniami, spacer po teatrze online dzięki Google mapsvieiw, panele dyskusyjne.

Sytuacja epidemiczna wymusza na teatrach aby obok tradycyjnej działalności rozwijać nowe formy działania online i zarabkowania.

Jeśli zajdzie potrzeba prezentowania spektakli w sieci planuję wzorem innych teatrów uruchomić niezależny kanał VOD dla teatru. Teatr VOD jest szansą uczestniczenia w spektaklu, który byłby transmitowany na żywo bezpośrednio ze sceny. Należy stworzyć osobiste konto i korzystać z udostępnianych materiałów. Poszczególne transmisje, przedstawienia repertuarowe byłyby, może biletowe (automatyczny zakup biletów online), a pozostałe materiały byłyby dostępne bez opłaty.

Współpraca

Teatr Nowy poza zadaniami statutowymi powinien działać na rzecz miasta i wpływać na integrację różnych środowisk przez współpracę z innymi instytucjami np. z uczelniami wyższymi w Łodzi z AST w Krakowie, PWSFTViT organizatorem Festiwalu szkół teatralnych, MOPS, Muzeum Sztuki Współczesnej z Forum Mody Polskiej Modopolis. Mając na celu partycypację społeczną /imprezy tematyczne/ np. spektaklem o tożsamości, można wzmocnić więź mieszkańców z miastem.

Znając historię budynku w którym mieści się Teatr Nowy nie można zapomnieć o wielokulturowości miasta. Stały Teatr Żydowski od 1912 roku mieścił się w tym gmachu na jego scenie grała Kamińska czołowa gwiazda teatrów żydowskich. Od 1947 roku przez kilka lat w budynku przy ul. Więckowskiego 15 działały 2 instytucje Teatr Żydowski i Teatr Nowy W 2018 roku została podpisana z Teatrem Żydowskim w Warszawie umowa o współpracy i należy ją kontynuować oraz myśleć, np. o koprodukcji w realizowaniu działań artystycznych Ponieważ koszty realizacji premier cały czas rosną nie należy wykluczać współpracy - koprodukcji z innymi teatrami w kraju.

Teatr Nowy ma w ofercie spektakle skierowane do rodziców ,którzy chcą iść do teatru a nie mają z kim zostawić swoich dzieci. Opiekę w trakcie trwania przedstawienia zapewnia teatr. Taki spektakl może być częściej, np. 2 razy w miesiącu w weekend, datę ,maksymalną ilość dzieci wyznaczy dział promocji, a o udziale dziecka decyduje zgłoszenie i zakupiony przez opiekunów bilet do Teatru ewentualnie dodatkowo symboliczna opłata za animację kult .z dziećmi .Oczywiście projekt może być nadal prowadzony na obecnych zasadach lub przy współpracy ,np. z ośrodkami twórczego rozwoju takimi jak "Bystrzak". Przy działaniach około premierowych, edukacyjnych mogłoby pomagać, np. Stowarzyszenia których celem jest podejmowanie inicjatyw skierowanych do środowiska lokalnego. Dzięki stworzeniu dogodnych warunków do współpracy z teatrem mogłyby zaangażować się również fundacje ,np. Fundacja Niezła Sztuka, której misją jest " sztuka dla każdego od amatora do konesera". Teatr mógłby

np. objąć patronatem również działania amatorskich grup teatralnych funkcjonujących w szkołach, ośrodkach kultury. Teatr Nowy powinien nawiązać współpracę z organizacjami pozarządowymi chociażby dlatego, że jest łatwiejszy dostęp różnych programów grantowych. Jeśli Teatr Nowy współpracował z innymi instytucjami należy to kontynuować.

Działalność edukacyjna

W Teatrze niezależnie od pojawiającego się nowego tytułu mogłyby odbywać się premiery nauczycielskie, czasami tylko oni są jedynymi osobami decydującymi w życiu młodzieży o uczestnictwie w kulturze. Młodzież, która skupia się przy teatrze i wchodzi z nim w interakcje może stanowić grono oddanych, wiernych widzów i chętnych do wszelkich akcji wolontariuszy.

Propozycja programów edukacyjnych:

- Zwiedzanie teatru** oraz pracowni i obcowanie z jego historią
- Warsztaty plastyczne** dla dzieci organizowane mogą być przy okazji różnych świąt, np. Dnia Dziecka, Dnia Teatru, -pod okiem np. modelatora teatralnego
- Warsztaty aktorskie** -trwające cały rok szkolny, tu młodzież tworzyłaby własne miniatury teatralne -prezentowane, np. w dniu teatromana –prowadziliby je aktorzy teatru
- Warsztaty z mistrzem**- to propozycja dla młodzieży- tygodniowy warsztat aktorski pod okiem doświadczonego aktora
- Warsztaty do spektakli i instalacji performatywnych** skierowane byłyby dla młodzieży i starszej widowni- prowadziłby je np. edukator
- Krytyk** – projekt skierowany do uczniów szkół średnich, aby mogli oni rozwijać literackie i teatralne pasje. Na zajęciach omawialiby spektakle i napisane recenzje, które następnie byłyby umieszczane na stronie internetowej teatru –prowadzenie teatrolog lub kierownik literacki.

Odniesienie do bilansów i warunków finansowych teatru

Odnosząc się do bilansu za rok 2019 stwierdzam, że osiągnięte przychody przez Teatr w 2019 r. były niższe niż poniesione koszty na działalności bieżącej- statutowej. W związku z powyższym w okresie sprawozdawczym zanotowano stratę brutto na działalności bieżącej w wysokości

116 430,63 zł., która powiększona o podatek dochodowy w wysokości 855 zł daje stratę netto na działalności gospodarczej (statutowej) wykazana w „Rachunku zysków i strat” w poz. L „Zysk/strata netto” w wysokości 117 285,63 zł. Teatr nie otrzymał środków na wydatki majątkowe. Brak jest rezerw na nagrody jubileuszowe i odprawy emerytalne. Teatr Nowy im. Kazimierza Dejmka osiągnął stratę którą proponuję pokryć z funduszu rezerwowego instytucji kultury. Wynika, że strata

10

spowodowana jest brakiem finansowania kosztów amortyzacji środków trwałych zakupionych ze środków własnych, kumulacją opłat dla ZAiKS, na które faktury dostarczono w styczniu, lutym

2020r., a dotyczyły one roku sprawozdawczego, wyznaczeniem terminów płatności niektórych kosztów na 2020 r. za prace wykonane w 2019 r. Dodatkowym powodem wygenerowania straty jest wzrost kosztów utrzymania (wzrost cen) oraz wzrost płacy minimalnej. Należy stosować racjonalizację kosztów. Trzeba robić wszystko aby fundusze wykorzystywać efektywnie i racjonalnie.

Plany inwestycyjne- zadania dotyczące infrastruktury i pozyskiwania środków zewnętrznych

Jako dyrektor dokonałabym przeglądu bazy technicznej teatru i jeśli zajdzie potrzeba opracowała szczegółowy plan remontów i ich realizacji. W 1998 roku budynek był remontowany. Powołana 3 scena „Pod Sufitem” wymaga dofinansowania. Do tej pory modernizacje można było pokryć z funduszu instytucji lub z programów MKiDN - „Rozwój infrastruktury kultury”. Program FE „Kreatywna Europa”-wspiera działania kulturalne oparte na współpracy międzynarodowej podmiotów z sektora kultury. O dodatkowe fundusze można starać się ,np. aplikując do RPO ,Budżetu Obywatelskiego. Dostępne są również krajowe programy operacyjne ,np. „Infrastruktura środowiska”, który jest skierowany również do sektora kultury.

Należy pilotować Fundusze Europejskie mające perspektywę na lata 2021-27. Pod uwagę powinno się brać projekty norweskie skierowane do instytucji kultury mając na uwadze, iż wkład własny wynosi co najmniej 15% kosztów kwalifikowanych. Zamysł musi angażować partnerów z państw darczyńców we wszystkie etapy realizacji projektu, tj. planowania, realizacji i rozliczania, jak również uwzględniać jego rolę zarówno w aspekcie merytorycznym, jak i organizacyjnym i finansowym.

Dodatkowo biorąc pod uwagę następujący bardzo szybko postęp technologiczny, pamiętać należy o ciągłej i bieżącej modernizacji sprzętu oświetleniowo – nagłaśniającego, środków inscenizacji i sprzętu audio-wizualnego . Zakupy tego sprzętu muszą corocznie być objęte planami Teatru.

Polityka Rozwoju Kultury 2020+ dla miasta Łodzi to strategiczny dokument ,w którego celach operacyjnych jest otwarcie instytucji na otoczenie społeczne w jednym z podpunktów mówi się o możliwości powierzenia wybranym instytucjom miejskim grantów na realizację wydarzeń o charakterze lokalnym. Instytucja, która otrzyma dotację celową musi wydać ją na współorganizację wydarzeń kulturalnych o zasięgu lokalnym.

Trzeba zrobić wszystko aby pozyskiwać zewnętrzne środki finansowe na różne projekty „twarde” i „miękkie”. Jeśli w teatrze nie ma osób, które mają doświadczenie w staraniu się o nie, można zwrócić się do firm, które specjalizują się w procedurze składania wniosków i finalizowania projektów. Niestety jest to odpłatne. Ważną rolę w pozyskiwaniu zewnętrznych środków finansowania pełni repertuar, np. dzięki udziałowi w „Ogólnopolskim Konkursie na Wystawienie Polskiej Sztuki Współczesnej” organizowanym przez Instytut Teatralny można starać się o częściową refundację poniesionych kosztów. Zakwalifikowanie teatru do akcji „Lato w teatrze” organizowanego również przez Instytut Teatralny gwarantuje instytucji dofinansowanie na poziomie 90%. Zakwalifikowanie do programu „Teatr Polska” jest również współfinansowane przez Instytut Teatralny. Konkurs „Klasyka żywa” organizowany przez MKiDN i Instytut Teatralny również zakłada możliwość starania się o częściową refundację poniesionych kosztów na premierę. Do przeanalizowania jest możliwość, którą stosują czasami niektóre instytucje artystyczne mianowicie możliwość zbiórki funduszy przez internet na konkretne wydarzenia - /crowdfundingu/.

Koncepcja organizacyjna

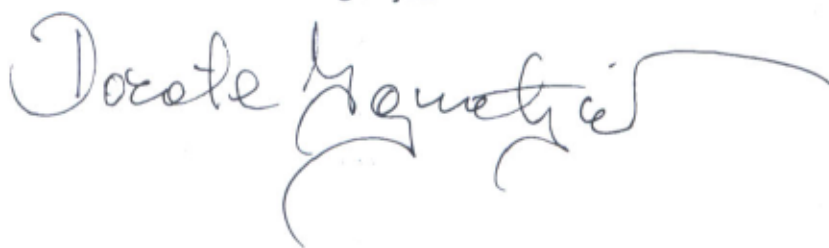
Wzbogacenie oferty teatralnej o projekty edukacyjne, około teatralne ukazują, że pracownicy zajmujący się reklamą, obsługą widzów, promocją powinni być w stałym kontakcie. Zakresy czynności powinny być jasno określone. Schemat organizacyjny musi być dostosowany do dzisiejszych realiów funkcjonowania współcześnie działającej, artystycznej instytucji kultury. Wszelkie tego typu decyzje nie powinny być podejmowane pochopnie, gdyż w teatrze jest wiele zawodów, które powinny być chronione. Jeśli chodzi o aktorów należy zostać przy zasadzie zespołowości, umowy na role „stosować” tylko w sytuacjach koniecznych. Jeśli w teatrze zrezygnowano z rozmów sezonowych koniecznie trzeba do nich powrócić, by każdy aktor wiedział jakie są plany względem jego osoby, jak jest oceniana jego praca, nad czym powinien pracować. Dyrektor układając repertuar, musi myśleć o inwestowaniu w zespół, tzn. w jego rozwój. Jeśli w zespole brakuje, np. aktorów młodego pokolenia trzeba ich zatrudnić. Bardzo ważne jest utrzymanie dobrej atmosfery w pracy, gdyż ona daje szansę na zaangażowanie się pracowników wszystkich pionów w stawiane przed nimi cele. Dyrektor podległym sobie pracownikom musi je jasno określać oraz pozytywnie mobilizować ich do nowych wyzwań, dążyć do podnoszenia poziomu artystycznego podległego zespołu artystycznego.

Sytuacja pandemii źle wpływa szczególnie na sektor kultury, wiedzą o tym Organizatorzy teatrów, dyrektorzy i twórcy. Stoimy przed nowymi wyzwaniami. Puste widownie, ryzyko odwołanych spektakli odbija się negatywnie na kondycji twórców i instytucji. Dlatego zmiana dyrekcji nie powinna powodować dezorganizacji pracy. Dodatkowo przy wszystkich

podejmowanych decyzjach dotyczących realizacji zadań statutowych, umów i innych należy mieć na względzie racjonalizację kosztów. Nie mam „patentu na sukces” ale wiem z doświadczenia, że daje mu się szansę na pojawienie jeśli pracuje się z oddaniem. Prowadzenie teatru to ciężka praca i służba sztuce oraz obowiązek wobec historii. Miałam okazję poznać K. Dejmka, gdy pracowałam jako aktorka w Teatrze Polskim w Warszawie. Zostać dyrektorem Teatru Nowego w Łodzi to nie tylko misja, wyzwanie ale i nobilitacja. W związku z covidem sytuacja jest na tyle zmienna i dynamiczna, że niektóre plany artystyczne i inwestycyjne mogą ulec zweryfikowaniu.

W teatrze w Lublinie gdzie pracowało ponad 100 osób byłam jedynym dyrektorem, nie zarządzałam instytucją przy pomocy zastępców a moja znajomość istoty Teatru i doświadczenie również w kierowaniu nim, także w czasie pandemii może być pomocne w prowadzeniu Teatru Nowego i odbudowywaniu jego widowni.

Dorota Ignatjew

A handwritten signature in black ink, reading 'Dorota Ignatjew'. The signature is fluid and cursive, with a long, sweeping horizontal line extending from the end of the name.