

W Y C I A Ą G

STRATEGIA ROZWOJU

TEATRU POLSKIEGO
IM. ARNOLDA SZYFMANA
W WARSZAWIE

NA LATA 2018-2020



TEATR POLSKI
IM. ARNOLDA SZYFMANA

W WARSZAWIE

„Myślę o Teatrze Polskim jako o instytucji, której podstawowym zadaniem jest produkcja spektakli.

Pracuję też jednak nad tym, by Teatr Polski był centrum kultury w najszerszym i najlepszym tego słowa znaczeniu.

Widzę w nim przestrzeń dla różnorodnych działań i różnych grup odbiorców, mających zróżnicowane potrzeby, ponieważ teatr jest przede wszystkim miejscem edukacji: kulturalnej, społecznej i, nie waham się użyć tego słowa, uczy też dojrzałego, mądrego, nowoczesnego patriotyzmu.

Zatem repertuar Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana to, zgodnie ze stuletnią tradycją tej sceny, a i w odpowiedzi na oczekiwania widzów, klasyka polska i światowa, realizowana z najwyższą starannością, z wykorzystaniem potencjału aktorskiego i możliwości technicznych, kompleksowo wyremontowanej, największej w Warszawie sceny dramatycznej.”

*Andrzej Seweryn,
Dyrektor Naczelny Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w Warszawie*

SŁOWO WSTĘPNE

Strategia Rozwoju Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w Warszawie na lata 2018-2020 z perspektywą do roku 2024 i 2030 jest dokumentem, który w sposób usystematyzowany, syntetyczny i przejrzysty ma przedstawić koncepcję zarządzania tą instytucją i plan jej rozwoju w kolejnych latach.

Jest też swego rodzaju kontraktem, w którym po jednej stronie są organizatorzy instytucji, a po drugiej – Teatr, jego aktorzy, jego pracownicy, a także cała społeczność lokalna – publiczność, mieszkańcy Warszawy i Mazowsza, zarówno miłośnicy teatru, wierni widzowie, jak i ci, których serca dopiero trzeba zdobyć. Jednocześnie jest to dokument, którego zadaniem jest w pewien sposób uzupełniać przesłanie pozostałych dokumentów strategicznych, wyznaczających kierunek rozwoju kultury w Warszawie, województwie mazowieckim i Polsce. Stąd też jednym z celów prac nad Strategią było zapewnienie jej spójności z innymi działaniami strategicznymi podejmowanymi przez samorząd Województwa Mazowieckiego, jak i Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Strategia Rozwoju Teatru Polskiego, która trzymacie Państwo w rękach powstawała w przededniu setnej rocznicy Odzyskania Niepodległości Polski i z tego powodu jej daty graniczne również mają wymiar symboliczny. Rok 2018, który jest pierwszym rokiem obowiązywania Strategii, niesie ze sobą **kluczowe przesłanie, jakim jest doskonalenie – stałe dążenie do osiągnięcia doskonałości artystycznej**, wyrażanej poprzez dobór znakomitych, wartościowych tekstów; doskonałą, na najwyższym poziomie pracę aktorów, reżyserów i scenografów, jak i doskonale sprawną, efektywną i dobrze zorganizowaną pracę Teatru. Doskonalenie jest kluczową wartością i celem jest w niniejszej Strategii, wyznaczonym dla wszystkich osób związanych z Teatrem Polskim.

Obecnie Teatr powraca do najlepszych wzorców i staje się przestrzenią dla różnorodnych działań i różnych grup odbiorców. Linia repertuarowa Teatru oparta jest na ambitnej klasyce polskiej i światowej, w opracowaniu najlepszych światowej sławy reżyserów, m.in.: Jacquesa Lassalle'a (*Szkola żon* Moliera, *Król Lear* Williama Shakespeare'a), Ivana Alexandre'a (*Cyd Pierre'a* Cornelille'a), Dana Jemmetta (*Wieczór Trzech Króli* i *Burza* Williama Shakespeare'a). Równie ważne są wystawienia polskiego repertuaru: *Irydion* Krasińskiego w reż. Andrzeja Seweryna, *Wesele* Stanisława Wyspiańskiego i *Zemsta* Aleksandra Fredry w reż. Krzysztofa Jasińskiego, *Parady* Potockiego w reż. Edwarda Wojtaszka, *Polacy* na podstawie tekstów Wyszyńskiego i Gombrowicza w reż. Gabriela Gietzky'ego.

Teatr ma w swój profil wpisana działalność misyjną, która nie jest identyfikowana ze słowem „rozrywka”, a jej zadaniem zarówno w odniesieniu do doboru repertuaru, jak i realizacji przedstawień oraz i pozostałych działań statutowych jest między innymi kształtowanie gustów publiczności oraz uczenie dojrzałego, mądrego i nowoczesnego patriotyzmu. Tym samym Teatr Polski jest także miejscem edukacji kulturalnej i społecznej, która w jego historii nie jest niczym nowym, ponieważ już Arnold Szyfman dbał o to by Teatr Polski był miejscem kształtującym gusta i poglądy widzów teatralnych poprzez programy do spektakli, periodyki oraz odczyty nt. rozwoju sztuki teatralnej.

Andrzej Seweryn konsekwentnie czerpie z dokonań swoich poprzedników, odwołując się nie tylko do doświadczeń Arnolda Szyfmana, ale także innych wielkich dyrektorów Teatru Polskiego – Leona Schillera, Jerzego Kreczmara, Kazimierza Dejmka, Andrzeja Łapickiego. Wyznaczyli oni kierunki artystycznego rozwoju tej sceny, a także budowali obowiązujący do dziś ethos pracy, kult rzemiosła, dyscyplinę. Dejmkowski „Wskazówki dla pracy Teatru Polskiego”, zawierające 13 „przykazań” obejmujących różne obszary pracy teatru – od szacunku dla publiczności, po szacunek dla zawodu i samych siebie – są nadal dla Andrzeja Seweryna ważnymi wskazówkami kształtującymi relacje w zespole, których podwaliną jest współdziałanie i wzajemne poszanowanie wszystkich działów – artystycznego, technicznego i administracyjnego.

Lata **2018-2020**, które wyznaczają ramy obowiązywania Strategii Rozwoju Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w Warszawie sprawiają, że jest to strategia o charakterze krótkookresowym. Okres 3 lat jej obowiązywania jest wystarczający, by przeprowadzić zakładane działania, a jednocześnie na tyle krótki, by nie stracić z oczu celów. Stąd też ważnym elementem strategii jest wyznaczenie celów strategicznych dla perspektywy średniookresowej **do roku 2024**, jak i długookresowej – **do roku 2030**.

Głównym przesłaniem Dyrekcji był zamiar sporządzenia dokumentu, z którym jak najściślej będą mogli utożsamiać się wszyscy pracownicy Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w Warszawie. Stąd też główną zasadą była szeroka partycypacja kadry zarządzającej i pracowników w procesie powstawania strategii, liczne konsultacje, w tym mailowe i telefoniczne, jak i oczywiście spotkania o charakterze warsztatów.

Prace nad Strategią Rozwoju Teatru Polskiego na lata 2018-2020 trwały niemal pół roku, i zaangażowały weń cały zespół Teatru, przede wszystkim jego Dyrekcję, z Dyrektorem Naczelnym Andrzejem Sewerynem na czele, jak i pracowników poszczególnych Działów. Stąd też ważnym walorem Strategii jest jej partycypacyjny charakter – jest to dokument wypracowany w toku rozmów, dyskusji i pogłębionych analiz. Wizja rozwoju i artystyczno-społeczna misja Teatru Polskiego zdefiniowane przez Dyrektora Naczelnego stanowiły ramę, wewnątrz której budowane były poszczególne cele i działania, składające się ostatecznie na plan strategiczny.

Dyrektor Naczelný Teatru zaprezentował swoją koncepcję działania Teatru na kolejne lata, a przede wszystkim określił pryncypia, które będą wyznaczać kierunek rozwoju Teatru, stanowiąc zarazem rodzaj drogowskazu dla wszystkich osób związanych z Teatrem.

Priorytety te, do których m.in. należą: **DOSKONALENIE, DOSTĘPNOŚĆ, DIALOG, EDUKACJA, KLASYKA/KORZENIE/KONTYNUACJA, TRADYCJA, TEKST, MYŚL I SŁOWO** zostały omówione w Rozdziale III.2 – Wartości kluczowe.

00-327 Warszawa, ul. Karasia 2, NIP: 525-000-97-66, PKO Bank Polski S.A. 79 1020 1026 0000 1002 0197 9376

sekretariat: tel. 22 505-92-16; centrala: 22 505-92-00

Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana w Warszawie jest jednostką organizacyjną Samorządu Województwa Mazowieckiego
współprowadzoną przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego



Obiekt zabytkowy Teatru Polskiego w Warszawie - Duża Scena - wejście od ul. K.Karasia 2



Obiekt współczesny Teatru Polskiego w Warszawie - Scena Kameralna - wejście od ul. Sewerynow



CELE I ZNACZENIE STRATEGII ROZWOJU W INSTYTUCJI KULTURY

Ogromny kapitał, który Teatr Polski zdobył w ciągu ponad 100 lat działalności pozwala na to, by strategia działania i rozwoju na lata 2018-2020, była planem, za pomocą którego Teatr będzie nie tylko rozwijał swoją działalność artystyczną na najwyższym poziomie, ale także strategią, która pomoże silniej oddziaływać na społeczność Warszawy, całego Mazowsza, a także Polski, współuczestniczyć w rozwoju kultury narodowej, jak i wsparcia rozwoju nowych obszarów, takich jak przemysły kultury, przemysły kreatywne i gospodarka regionalna.

STRATEGIA ROZWOJU:

- stanowi narzędzie racjonalnego zarządzania Teatrem;
 - pozwala na planowanie działań w czasie;
 - buduje wyrazisty wizerunek instytucji;
- jest odpowiedzią na zmieniające się sposoby uczestnictwa w kulturze.

STRATEGIA ROZWOJU POZWOLI TEATROWI:

- ewaluować efekty działań i weryfikować na bieżąco skuteczność poprzez monitoring działań;
 - określać swoje mocne i słabe strony,
 - szacować szanse i zagrożenia działalności;
- rozpoznać partnerów i inicjować współpracę z innymi placówkami oraz poszerzyć pole myślenia o instytucji;
- porządkować wykorzystanie (nawet skromnych) środków finansowych;
 - uzupełniać lokalną strategię rozwoju miasta/regionu
- pozwoli włączyć szerokie grono interesariuszy w proces planowania działań, co pozwala na lepsze odpowiadanie na zapotrzebowanie społeczne.

Strategia Rozwoju Województwa Mazowieckiego do roku 2030. Innowacyjne Mazowsze

Strategia wskazuje na istnienie 37 teatrów i instytucji muzycznych na terenie regionu, a także 116 muzeów, 59 kin, 986 bibliotek i ponad 53 tys. przedsiębiorstw działających w sektorze kreatywnym. Na terenie Mazowsza występują bogate zasoby dziedzictwa kulturowego (w tym obszar UNESCO) i różnorodne tradycje, liczne podmioty i wydarzenia kulturalne, duży ruch turystyczny. Jednocześnie zwraca uwagę fakt, iż sektor kultury ani sektor turystyki nie stanowią znaczących rynków zatrudnienia w

regionie, a przeciętne dochody w tych branżach są niższe od średniej. Znamienne jest silne zróżnicowanie rozwoju społeczno-gospodarczego wewnątrz województwa (Zdecydowana większość wspomnianych wyżej podmiotów funkcjonuje na terenie Obszaru Metropolitalnego Warszawy) oraz zróżnicowanie społeczno-kulturowe, wpływające na słabe poczucie tożsamości regionalnej mieszkańców.

W dokumencie sformułowano RAMOWY CEL STRATEGICZNY dla dziedziny kultury i dziedzictwa: *Wykorzystanie potencjału kultury i dziedzictwa kulturowego oraz walorów środowiska przyrodniczego dla rozwoju gospodarczego regionu i poprawy jakości życia*. Dla niniejszego opracowania szczególnie istotne będą następujące kierunki działań dla obszaru kultury i dziedzictwa:

- Kreowanie miast jako centrów aktywności kulturalnej
 - Wykorzystywanie ośrodków miejskich do tworzenia i promowania kultury – wsparcie dla instytucji kultury o zasięgu co najmniej subregionalnym
 - Promowanie Warszawy jako europejskiego ośrodka kultury
- Upowszechnianie kultury i twórczości, w ramach którego zaplanowani działania takie jak:
 - rozwój zaplecza instytucjonalnego kultury i digitalizacja zasobów – cyfryzacja posiadanych zasobów dla ich standaryzacji i zwiększenia dostępności
 - promowanie różnorodności kulturowej artystycznej regionu
 - wspieranie edukacji kulturalnej i artystycznej

Jako wskaźnik realizacji powyższych celów, planowane do osiągnięcia w 2020 roku Strategia podaje między innymi liczbę widzów i słuchaczy teatrów i instytucji kultury oraz zwiedzających muzea na 1 000 mieszkańców (planowany wzrost z 2135 osób do 2400 osób)

Strategia Rozwoju Kultury w województwie mazowieckim na lata 2015-2020

Strategia w odpowiedzi na zdiagnozowane problemy formułuje przede wszystkim misję polityki kulturalnej województwa mazowieckiego, która brzmi: „Kultura łączy każdego”, identyfikując kulturę z: uczestnictwem, zakorzenieniem, kreatywnością, synergią, „rzeczą wspólną”. Sformułowano także pięć pól strategicznych, w których ulokowane zostały cele i programy. Poniżej wykazano te z nich, które z punktu widzenia rozwoju Teatru Polskiego mają szczególne znaczenie:

Pole strategiczne A: Dobre zarządzanie w kulturze:

- *Cel A.2. Usprawnienie wojewódzkich instytucji kultury* – opracowanie Strategii Rozwoju Teatru Polskiego jest działaniem realizującym ten cel
- *Cel A.4. Profesjonalizacja kadr kultury* – ukierunkowany na dokształcanie menadżerów, animatorów i edukatorów wśród osób aktywnie działających w kulturze
- *Cel A.5. Innowacyjne zarządzanie w kulturze* -zorientowany na uzdrowienie zarządzania w kulturze poprzez usuwanie barier i rozpowszechnianie inspirujących nowości, biorąc pod uwagę specyfikę działalności kulturalnej

Pole strategiczne B: Uczestnictwo – włączenie – spójność:

- *Cel B.1. Wojewódzki program wsparcia edukacji kulturalnej i artystycznej* – wdrażanie nowoczesnej edukacji kulturalnej której celem jest wyposażanie ludzi w podmiotowe kompetencje do odkrywania własnych kanonów i własnych wrażliwości kulturowych oraz uczenie umiejętności dialogu
- *Cel B.2. Kultura dla każdego (program przełamywania wykluczenia terytorialnego)* – promowanie kultury zróżnicowanej, ambitnej i inspirującej, przełamywanie wykluczenia z kultury w województwie mazowieckim: terytorialne, środowiskowe, pokoleniowe, budowanie spójności społecznej

- *Cel B.3. Wysoki poziom – szeroki odbiór* – przełamywanie bariery ekskluzywności sztuki i wspieranie kultury inkluzywnej, która umie zaprosić do zachwycania się najwyższym poziomem szerokiego odbiorcę

Pole strategiczne C: Dziedzictwo – tożsamość – wspólnota

- *Cel C.1. Żywe dziedzictwo* - nastawiony na włączanie wątków dziedzictwa historyczno-kulturowego w dialog ze współczesnością i budowanie wokół dziedzictwa żywych obiegów kultury

Pole strategiczne D: Kreatywność – motor rozwoju

- *Cel D.2. Kultura – nauka – kreatywność* - nastawiony na wspieranie innowacyjnych projektów współpracy pomiędzy kulturą a nauką
- *Cel D.3. Mazowsze edukuje kreatywnie* – skoncentrowany na edukacji prowadzonej metodami rozwijającymi zdolności kreatywne słuchaczy, kształtującej nawyk kreatywnego podejścia do problemów, budująca umiejętność przekraczania schematów i poszukiwania rozwiązań innowacyjnych, także w dziedzinach niezwiązanych z twórczością artystyczną
- *Cel D.4. Twórczość doceniona* – pomnażanie kapitału kreatywnego w regionie poprzez przestrzeń dla osobistej kreatywności mieszkańców
- *Cel D.5. Kultura promuje region* – wdrażanie działań kulturalnych, podejmowanych z nastawieniem na cele artystyczne, społeczne, animacyjne czy edukacyjne, które równolegle promować będą region

Pole strategiczne E: Łączenie potencjałów kultury

- *Cel E.1. Sieci współpracy podmiotów kultury* – wspieranie inicjatyw ponadpowiatowych, których istotą jest budowanie sieci ogólnej współpracy podmiotów kultury podobnego rodzaju w celu wymiany doświadczeń, współdzielenia się zasobami, wspólnej reprezentacji itp.
- *Cel E.3. „Współpraca nieoczywista” w kulturze* – wspieranie przedsięwzięć innowacyjnych, których elementem będzie budowanie uzasadnionej merytorycznie współpracy podmiotu (lub podmiotów) kultury z partnerem (lub partnerami) spoza sektora kultury
- *Cel E.4. Synergia Kultura+* - inicjowanie współpracy kultury z edukacją, polityką społeczną, sportem, turystyką i innymi dziedzinami będącymi przedmiotem polityk publicznych
- *Cel E.5. Kultura ponad granicami* - zorientowany na ożywienie i wypełnienie treścią kulturową partnerstw międzynarodowych województwa mazowieckiego

Wspomniane wyżej cele wg zapisów Strategii będą miały odzwierciedlenie w postaci programów działań inicjowanych przez samorząd województwa. Jednak w kontekście niniejszego opracowania znajdują bezpośrednie odniesienia w działalności Teatru Polskiego – zarówno tej już prowadzonej, jak i planowanej w latach najbliższych, objętych Strategią.

BUDOWANIE STRATEGII ROZWOJU TEATRU POLSKIEGO W WARSZAWIE

STATUTOWE CELE DZIAŁALNOŚCI TEATRU POLSKIEGO:

Rozdział 2 Statutu *Zakres działalności* informuje, iż działalność Teatru jest organizowana w oparciu o sezony artystyczne, na które ustala się plany repertuarowe, a przedmiotem tej działalności jest kształtowanie i upowszechnianie kultury teatralnej poprzez organizowanie widowisk teatralnych przy pomocy zespołów aktorskich. Wg § 6. Statutu powyższe zadania Teatr realizuje poprzez:

- 1) przygotowywanie i wystawianie utworów scenicznych;
- 2) organizowanie widowisk, koncertów, spotkań, również poza siedzibą Teatru;
- 3) prowadzenie działalności wydawniczej;
- 4) nawiązywanie współpracy i wymiany kulturalnej z osobami prawnymi i fizycznymi w kraju i za granicą;
- 5) prowadzenie działalności edukacyjnej oraz kulturalno-oświatowej;
- 6) produkowanie filmów i nagrań audialnych lub audiowizualnych prób i widowisk prezentowanych na scenie Teatru;
- 7) prowadzenie galerii sztuki współczesnej.

Analiza poszczególnych obszarów strategicznych funkcjonowania Teatru, poczynając od granego repertuaru, wizerunku i postrzegania przez publiczność, poprzez działania edukacyjne, marketingowe i promocyjne, aż po rozwój infrastruktury, zarządzanie kadrami i środowiskiem pracy, pokazuje określony, jasno zdefiniowany, wyrazisty obraz tego czym jest i czym nadal chce / być powinien Teatr Polski – a jest to teatr klasyczny, skierowany ku dużej grupie odbiorców, z pewnością nie niszowy, swą działalnością nadający takim określeniom jak „tradycja”, „kanon”, „proporcja” znaczenia pozytywne.

Jak wykazały przeprowadzone analizy, koncepcja zarządzania Teatrem Polskim wraz z jego profilem repertuarowym, wyrazista i niewątpliwie autorska wizja Teatru, **wprowadzone i rozwijane w ostatnich latach przez Andrzeja Seweryna stanowią bardzo mocne, i zarazem pozytywnie odbierane strony tej instytucji.**

Konieczność ciągłego **doskonalenia się kadr artystycznych i profesjonalizacja pracowników**, jak i udoskonalania samego Teatru we wszystkich obszarach działalności, podnoszenie jakości to cele nadrzędne na kolejne lata działalności Teatru Polskiego, wyznaczone przez Dyрекcję.

Kategoria mistrzostwa pojawia się jako priorytet przede wszystkim w relacjach aktorskich – jako punkt odniesienia dla zespołu artystycznego, dla rozwoju sztuki teatralnej w jej najpełniejszej postaci. Jednak doskonalenie jako cel na kolejne lata dotyczy również kadr pozaartystycznych – pracowników działów administracyjnych, technicznych, działów związanych z obsługą sprzedaży, promocją i marketingiem.

Teatr Polski w tym ujęciu to dobrze działająca machina, doskonale funkcjonujący system, którego zadaniem jest stworzyć jak najlepsze warunki dla prezentacji sztuki. Doskonała, sprawna, efektywna praca działów pozaartystycznych ma być wsparciem dla głównej funkcji Teatru, jaką jest wystawianie sztuk; ich charakter jest w pewnym sensie służebny w stosunku do dominującej i nadrzędnej działalności artystycznej, ale jest to właśnie cecha teatru.

Doskonałość w tym znaczeniu wyraża swoisty etos pracy i działania Teatru Polskiego.

Ponadto, odnosząc się do już istniejących i obowiązujących w Teatrze dokumentów, bardzo ważne dla sformułowania nowej Strategii Rozwoju są następujące założenia:

- Zachowanie ciągłości programu Teatru i jego misji, które zostały docenione przez władze wojewódzkie, co wyraża fakt powołania Andrzeja Seweryna na Dyrektora Teatru Polskiego na kolejne 5 lat (do roku 2022). Zachowanie ciągłości programowej i utrzymania misji Teatru, przy

jednoczesnej ewolucji w kierunku udoskonalania i wzbogacania sztuki teatralnej było m.in. tematem spotkania Dyrekcji z pracownikami Teatru w dn. 21.09.2017 z okazji rozpoczęcia sezonu artystycznego 2017/2018;

- W okresie obowiązywania strategii krótkoterminowej Teatr Polski będzie pełnił szczególną rolę w związku z obchodami setnej rocznicy odzyskania przez Polskę Niepodległości, czego wyrazem jest również repertuar prezentowany w sezonach 2017/2018 i 2018/2019;
- Wizja Teatru Polskiego, rozwijana przez Andrzeja Seweryna od roku 2011, i zdefiniowana przezeń misja Teatru, zawarte w Załączniku do umowy w sprawie warunków organizacyjno-finansowych działalności Teatru, które będą punktem wyjścia dla zbudowania planu strategicznego na kolejne lata;
- Zarówno misja, jak i wizja Teatru Polskiego, wraz z zasobem kluczowych, nadrzędnych wartości (takich jak doskonalenie, dostępność, gotowość do dialogu, klasyka, tradycja, ład języka, piękno tekstu i słowa, są znane zespołowi pracowników, rozumiane i akceptowane, im podporządkowana jest praca poszczególnych działów Teatru. **Są one także systemem pojęć, z którymi Teatr Polski kojarzy publiczność.**
- Za cel główny wszelkich działań wskazuje się **udoskonalanie sztuki teatralnej**, wzbogacanie jej - poprzez rozwój liczebny stałego zespołu artystycznego teatru, wprowadzenie aktorów najmłodszego pokolenia, jak również poprzez współpracę z nowymi reżyserami, poszerzenie obsady przedstawień o aktorów grających gościnnie, przygotowanie nowych premier

Misja Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w Warszawie

Misja Teatru Polskiego została zdefiniowana przez Dyrektora Naczelnego Teatru, Andrzeja Seweryna następująco:

Misję Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w Warszawie najkrócej można ująć w formule:

Na fundamencie przeszłości zbudować przyszłość.
W zamęcie artystycznym i ideowym, który opanował życie teatralne w Polsce i w Europie; w sytuacji, gdy „wszystko jest dozwolone” – hierarchie zostały odwrócone, a wartości zlekceważone –
Teatr Polski wybiera rygor i porządek tradycji.

„Tradycja nie oznacza wszakże tradycjonalizmu.¹ Jeśli ma być żywa i kształtować kulturową tożsamość widzów, nie może ograniczać się jedynie do konserwowania sprawdzonych wzorów i kanonów. Zadaniem Teatru Polskiego jest kształtowanie tradycji, co znaczy: dokonywanie wyboru z historycznego zasobu idei i wartości, i sprawdzanie ich żywotnej aktualności. W tym sensie troska o zachowanie kulturowej ciągłości, dialog z przeszłością, zakłada jednocześnie otwarcie na zachodzące zmiany.

¹ Autorstwo: Andrzej Seweryn, cytowane za dokumentem „PROGRAM DZIAŁANIA TEATRU POLSKIEGO im. Arnolda Szyfmana w Warszawie.

W praktyce chodzi więc o utrzymanie i dalsze podnoszenie rangi tej sceny, o powrót do najlepszych wzorców, o pielęgnowanie sztuki zawodowej oraz etosu artystycznego i obywatelskiego, o propagowanie otwartej postawy patriotycznej; chodzi o przywracanie wielkiej sztuki teatru, sztuki słowa, sztuki propagowania piękna. Plan ten spełnia się w oparciu o klasyczny repertuar, realizowany z pasją, dbałością o treść, formę, żywą myśl, o profesjonalizm i szacunek dla odbiorców.

Teatr Polski chce mówić do widzów słowami Jana Kochanowskiego, Adama Mickiewicza, Aleksandra Fredry, Stanisława Wyspiańskiego, Sławomira Mrożka, Sofoklesa, Williama Szekspira, Moliera, Samuela Becketta.

Tak pojęta misja jest odpowiedzią na autentyczne zapotrzebowanie widzów i spotyka się z ich żywym zainteresowaniem. Widzowie ci pragną innego rodzaju sztuki niż ta, która – rozpowszechniona w wielu teatrach – opiera się na buncie, prowokacji i kontestacji, wyrażanych jaskrawymi, a nieraz szokującymi środkami. Teatr Polski w Warszawie w zamian proponuje ład poezji i dyscyplinę refleksji, wspiera i upowszechnia klasyczny repertuar, mając świadomość, że jeśli nie będzie on stale, na nowo, odkrywany, to ogromny obszar nieożywianych doświadczeń literackich (a szerzej rzecz biorąc – kulturowych) może już za chwilę stać się niedostępny i niezrozumiały, bo zbyt odległy.

Podstawę tak rozumianej misji stanowi repertuar oraz wybór realizujących go twórców, ale także – co ważne – tworzenie wokół podstawowej działalności teatru, którą jest produkcja przedstawień, szerszego kontekstu zdarzeń, takich jak dyskusje, debaty, współpraca z ośrodkami naukowymi, program edukacyjny, skierowany do różnych grup wiekowych, i upowszechnieniowy, obejmujący region Warszawy i całego Mazowsza”.

Wartości kluczowe

Wartości kluczowe i pryncypia, do których odwołuje się misja, wizja i plan strategiczny Teatru Polskiego w okresie 2018-2020, zostały określone i omówione przez Dyrektora Naczelnego Teatru, Andrzeja Seweryna podczas spotkania w dniu 20 lipca 2017 roku. Są one uzupełnieniem i zarazem interpretacją założeń zawartych w misji Teatru Polskiego.

Zaprezentowano je poniżej w układzie hasłowym:

DOSKONALENIE:

- Doskonalenie jako wartość i cel dla wszystkich osób związanych z Teatrem
- Doskonalenie pracy aktorów, reżyserów, inscenizatorów, ale także wszystkich pozostałych działów niezbędnych dla funkcjonowania Teatru – administracji, działu finansów, inwestycji, działu sprzedaży i marketingu, edukacji
- Teatr ma być nie tylko miejscem pracy, ale i POWAŻNĄ BAZĄ zawodową dla wszystkich – aktorów, reżyserów, pracowników literackich, działu edukacji, marketingu, techników
- Nazwisko aktora musi nieść ze sobą doskonałość artystyczną
- Konieczne jest stałe doskonalenie metod pracy

DOSTĘPNOŚĆ

- Dostępność instytucji dla wszystkich grup społecznych – różnorodność oferty towarzyszącej głównym działaniom artystycznym: debaty, fora dyskusyjne, współpraca z Uniwersytetem, cykle „Goście w Polskim”, „Listy w Polskim”, oferta dla dzieci i fanów poezji.
- Dostępność ekonomiczna – stała polityka cenowa
- Dostępność dla niepełnosprawnych i grup wykluczonych
- Dostępność sztuki na najwyższym poziomie

EDUKACJA

- Edukacja kulturalna – cykle kształcenia, duża grupa docelowa (seniorzy, nauczyciele, dzieci, młodzież – również „trudna młodzież”)
- „...Teatr jest przede wszystkim miejscem edukacji: kulturalnej, społecznej i, nie waham się użyć tego słowa, uczy też dojrzałego, mądrego, nowoczesnego patriotyzmu”
- Edukacja w jak najszerszym ujęciu: społeczna, widza, aktora, narodowa
- „Musimy też edukować nas samych” (doskonalenie)

ELEGANCJA

- Elegancja i dobry smak jako wartość w kontaktach z widzem
- „Afisz” – wyróżniający się, elegancki, w dobrym guście
- Sztuka zachowania równowagi pomiędzy emocjami i zaskoczeniem
- Elegancja w warstwie wizerunkowej, graficznej, ale również w warstwie tekstowej, starannym i pięknym sposobie mówienia.

MARKA TEATRU POLSKIEGO

- Umocnienie marki Teatru Polskiego i jej promocja
- Konieczne jest nie tylko wytworzenie, ale i późniejsze utrzymanie więzi, emocjonalnego zaangażowania pomiędzy teatrem a odbiorcą / widzem
- Tożsamość miejsca / rozpoznawalność nazwy i lokalizacji, pozytywne skojarzenia (otwartość, dialog, szacunek, elegancja, klasyka, tekst, język)
- Emocje jako warunek budowy marki Teatru
- Spójność pomiędzy oczekiwaniami widza a miejscem i ofertą, a przede wszystkim wartościami, jakie upowszechnia Teatr
- Wyrazista marka ma znaczenie dla odbiorcy – odwiedziny w TYM Teatrze są czymś, co dodaje smaku życiu, prestiżu.

KLASYKA.KORZENIE. KONTYNUACJA

- Repertuar klasyczny – uniwersalny, wartościowy, znaczący, mądry, aktualny, ponadczasowy,
- Teksty, które są zasobem idei i wartości ponadczasowych, wartości niezmiennych
- Przeciwnieństwo chaosu, dekonstrukcji,
- „...Teatr Polski (...) proponuje ład poezji i dyscyplinę refleksji, wspiera i upowszechnia klasyczny repertuar”
- „Zatem repertuar Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana to, zgodnie ze stuletnią tradycją tej sceny, a i w odpowiedzi na oczekiwania widzów, klasyka polska i światowa, realizowana z najwyższą starannością”
- „Teatr Polski chce mówić do widzów słowami Jana Kochanowskiego, Adama Mickiewicza, Aleksandra Fredry, Stanisława Wyspiańskiego, Sławomira Mrożka, Sofoklesa, Williama Szekspira, Moliere, Samuela Becketta.

TEATR TEKSTU / TEATR SŁOWA

- Celowy dobór repertuaru klasycznego – teksty „wysokie”, wartościowe, klasyczne
- Inteligentna, możliwa do realizacji i zrozumiała interpretacja tekstu
- Szacunek do tekstu i w ten sposób – do widza

MIEJSCE MYŚLI/MIEJSCE, GDZIE SIĘ MYŚLI

- Teksty, które zmuszają widza do myślenia, pogłębionej refleksji, analizy
 - Myślenie o widzu
 - Myślenie o aktorze

- Myślenie o teatrze
- Teatr, w którym dobrze się myśli, który zachęca do myślenia, „promuje” i wspiera myślenie

WYSOKA KULTURA ORGANIZACYJNA

- Dobra organizacja instytucji daje wysokie poczucie bezpieczeństwa i przestrzeń do planowania
- Dotrzymanie zobowiązań – nie tylko artystycznych,
- Dotrzymanie zobowiązań wobec widza, wobec aktora i reżysera, wobec pracowników, wobec miasta i regionu

SŁUŻBA MAZOWSZU

- Nierównomierny dostęp do oferty teatralnej poza Warszawą
- Inicjatywy, którą będą wspierać teatry wiejskie na terenie Mazowsza (Festiwal Teatrów Wiejskich)
- Współtworzenie marki Mazowsza
- Silna instytucja kultury, reprezentatywna dla potencjału Warszawy i Mazowsza

Wizja rozwoju Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w perspektywie wieloletniej

Wizja rozwoju Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana w Warszawie określa zmiany, jakie nastąpią w zakresie jego działalności w perspektywie krótkoterminowej do roku 2020, a także w późniejszych latach wskazanych jako istotne dla instytucji: 2024 i 2030. Perspektywa roku 2030 jest odległa i jest podporządkowana strategii długookresowej, jednak w przypadku Teatru Polskiego, instytucji o tradycjach ponad stuletnich, można się pokusić o tak daleki horyzont. Wizji tej podporządkowane zostały cele strategiczne, wyznaczone w sześciu głównych obszarach działania Teatru. Określając wizję rozwoju zarówno na najbliższe, jak i na dalsze lata, należy mieć na uwadze, że mamy do czynienia w pierwszym rzędzie z instytucją powołaną do prezentacji sztuki teatralnej w jej możliwie najdoskonalszym kształcie i wykonaniu. To sztuce teatralnej, sztuce dramatycznej, prezentowanej na deskach Sceny Głównej są podporządkowane wszystkie cele wyznaczone w ramach planu strategicznego.

WIZJA ROZWOJU NA LATA 2020-2024-2030

- Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana pełni kluczowe funkcje artystyczne, kulturalne i społeczne w Warszawie, na terenie Mazowsza i oddziałuje na sztukę teatralną na poziomie ponadregionalnym, będąc teatrem rozpoznawalnym i docenianym w skali całego kraju. Jest wiodącym teatrem stolicy i województwa mazowieckiego. Głównym zadaniem Teatru jest produkcja przedstawień, a w ramach szerszego kontekstu zdarzeń, organizacja wydarzeń towarzyszących takich jak dyskusje, debaty, współpraca z ośrodkami naukowymi, program edukacyjny, skierowany do różnych grup wiekowych, i upowszechnieniowy, obejmujący region Warszawy i całego Mazowsza.
- Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana oferuje spójną i długofalową ofertę w zakresie teatralnej sztuki profesjonalnej, najwyższej jakości, która skierowana jest do szerokiego grona odbiorców z Warszawy, województwa mazowieckiego, a także całego kraju. Wspiera także rozwój profesjonalnej sztuki teatralnej - aktorskiej i reżyserskiej, kładąc nacisk na doskonalenie i profesjonalizację artystów, ale także edukując na najwyższym poziomie również odbiorców kultury.

- Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana jest instytucją, której stały rozwój i doskonalenie oferty repertuarowej ma na celu wzrost uczestnictwa mieszkańców regionu Mazowsza w kulturze. Dbając także o zaspokajanie oczekiwań publiczności poprzez kreowanie wartościowych, ciekawych, inspirujących przedstawień teatralnych, a także innych wydarzeń programowych i edukacyjnych. W wyniku prowadzenia aktywnej polityki marketingowej buduje świadomość społeczeństwa w zakresie ponadczasowych wartości kulturowych i poznawczych, a jednocześnie staje się jedną z najważniejszych instytucji kultury dla mieszkańców, jak i dla odwiedzających region turystów polskich i zagranicznych.
- Rozwój Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmana wynika z indywidualnego rozwoju artystów, jak i pracowników działów pozateatralnych, dla których celem zawodowym jest profesjonalizacja ich działań. W związku z tym system ocen i motywowania pracowników ukierunkowany jest na wzmocnienie kompetencji, zwiększenie uprawnień, rozwój zawodowy oraz zaangażowanie w realizację wizji i misji Teatru. Ścieżkę kariery kształtuje skala postępu pracowników w zakresie samorozwoju, przy czym Teatr wspomaga indywidualne działania kadry artystycznej i pozateatralnej. Osoby związane z Teatrem Polskim, zarówno artyści, reżyserzy, scenografowie, a także pracownicy działów pozateatralnych w obrębie swoich kompetencji stają się aktywnymi członkami najważniejszych gremiów opiniotwórczych – lokalnych, regionalnych i krajowych.
- Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana aktywnie i skutecznie pozyskuje środki finansowe z funduszy unijnych i krajowych. Uzyskuje wsparcie finansowe i organizacyjne, stając się miejscem kulturalnych inwestycji lokalnych i regionalnych podmiotów gospodarczych, organizacji finansujących kulturę i władz samorządowych.
- Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana dysponuje optymalnymi warunkami dla działalności artystycznej – teatralnej. Stale modernizowana infrastruktura Teatru, wraz z wyposażeniem i technologią sceniczną, dostęp do najlepszych rozwiązań scenograficznych, pozwalają w pełni na to, by rozwijać potencjał artystyczny instytucji, oferować bardzo dobre warunki dla prowadzenia działalności teatralnej i zapewniać publiczności komfort spójny ze standardami nowoczesnej instytucji kultury. Nowoczesna i sprawna infrastruktura techniczna Teatru Polskiego pozwala na to, by realizować nawet najbardziej ambitne zamierzenia artystycznej w tym również na poziomie ponadregionalnym.
- Zarówno dla artystów, pracowników oraz dla widzów zabytkowy gmach Teatru Polskiego zapewnia bardzo wysoki standard przestrzeni i dostęp do nowoczesnego wyposażenia technicznego oraz multimedialnego, związany ściśle z profilem działalności, zgodny ze współczesnymi trendami i potrzebami użytkowników, gwarantujący optymalne warunki dla wykonawców, wysoki komfort oraz satysfakcję odbiorców.
- Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana świadomie i w wielu obszarach działalności wewnętrznej i zewnętrznej korzysta z najnowszych technologii komunikacyjnych i cyfrowych, optymalizując w ten sposób dostępne mu czas i środki finansowe, dysponuje funkcjonalną stroną internetową, elektronicznym obiegiem dokumentów, wydajną i w pełni bezpieczną siecią, co pozwala, na to, by eksplorować w celach artystycznych i dla rozwoju publiczności nowe obszary działań, związane z digitalizacją i cyfrowym udostępnieniem zasobów sztuki teatralnej.
- Dzięki temu Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana jako prężnie działająca i nowoczesna, a jednocześnie mocno osadzona w najlepszych tradycjach teatru publicznego, instytucja kultury podnosi poziom kapitału intelektualnego (poprzez proces profesjonalizację kadr, doskonalenie artystów, proces edukacyjny skierowany do społeczeństwa), społecznego (poprzez budowanie nowoczesnego patriotyzmu i tożsamości narodowej) i kulturalnego regionu Mazowsza i kraju.
- W wariantcie optymalnym, Teatr Polski im. Arnolda Szyfmana w roku 2024, jak i w okresie późniejszym, jest teatrem współprowadzonym przez dwóch organizatorów, w tym przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, co jest wyrazem docenienia pozycji Teatru i jego działalności, a także pozwala realizować najbardziej ambitne zamierzenia artystyczne i doskonalić sztukę teatralną w warunkach bezpieczeństwa finansowego.

Cele strategiczne na lata 2018-2020

Na podstawie przeprowadzonych analiz oraz prac w ramach grupy roboczej, spotkań z Dyrekcją i pracownikami Teatru Polskiego im. Arnolda Szyfmiana w Warszawie, przyjęto na lata 2018 – 2020 do realizacji sześć celów strategicznych, odpowiadających sześciu kluczowym obszarom działalności Teatru.

Ich uszczegółowieniem są cele operacyjne przyporządkowane każdemu celowi strategicznemu. Każdy cel operacyjny został opisany poprzez zadania do realizacji, które składają się na Strategię Rozwoju Teatru Polskiego na lata 2018-2020.

OBSZAR DZIAŁALNOŚCI TEATRU POLSKIEGO	PRIORYTET ROZWOJOWY
OBSZAR: REPERTUAR I DZIAŁALNOŚĆ ARTYSTYCZNA	1. ROZWÓJ OFERTY ARTYSTYCZNEJ I PRODUKCJA PRZEDSTAWIEŃ TEATRALNYCH NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE W OPARCIU O STARANNIE DOBRANY, AMBITNY REPERTUAR I STAŁE DOSKONALĄCY SIĘ, PROFESJONALNY ZESPÓŁ AKTORSKI I REŻYSERSKI.
OBSZAR: POTENCJAŁ INSTYTUCJI KULTURY	2. ROZWÓJ INSTYTUCJONALNY I KADROWY TEATRU POLSKIEGO IM. ARNOLDA SZYFMANA – PROFESJONALNA INSTYTUCJA KULTURY W NOWOCZESNYM REGIONIE.
OBSZAR: INFRASTRUKTURA, W TYM INFRASTRUKTURA INFORMATYCZNA	3. WYSOKI POZIOM INFRASTRUKTURY TECHNICZNEJ, TECHNOLOGII SCENICZNEJ I INFRASTRUKTURY INFORMATYCZNEJ JAKO BAZA DLA ROZWOJU SZTUKI TEATRALNEJ I DOSKONALENIA DZIAŁAŃ ARTYSTYCZNYCH ORAZ SPRAWNEGO DZIAŁANIA INSTYTUCJI
OBSZAR: EDUKACJA KULTUROWA I DZIAŁANIA TOWARZYSZĄCE	4. WYSOKI POZIOM WYDARZEŃ TOWARZYSZĄCYCH PRZEDSTAWIENIOM TEATRALNYM ORAZ ROZWÓJ DZIAŁAŃ W OBSZARZE EDUKACJI KULTUROWEJ JAKO PRYGOTOWANIE PUBLICZNOŚCI DO PEŁNEGO UCZESTNICTWA W OFERCIE TEATRU POLSKIEGO.
OBSZAR: MARKETING, PROMOCJA I ROZWÓJ PUBLICZNOŚCI (AUDIENCE DEVELOPMENT)	5. SZTUKA DLA WIDZA - ROZWÓJ ILOŚCIOWY I JAKOŚCIOWY PUBLICZNOŚCI (UCZESTNIKÓW) WYDARZEŃ KULTURALNYCH (AUDIENCE DEVELOPMENT).
OBSZAR: FINANSOWANIE I ZRÓWNOWAŻONY BUDŻET	6. WZROST EFEKTYWNOŚCI I STOPNIA FINANSOWANIA DZIAŁALNOŚCI TEATRU POLSKIEGO.

CELE ROZWOJOWE DO ROKU 2030:

- I. Teatr Polski im. Arnolda Szyfmiana jest jedną z wiodących scen nie tylko Warszawy i Mazowsza, ale i całego kraju, sceną reprezentatywną dla tradycji i historii polskiego teatru publicznego, wykorzystującą twórczo nowe rozwiązania techniczne dla jak najlepszych efektów artystycznych;
- II. Teatr Polski im. Arnolda Szyfmiana posiada potencjał do budowy i rozwijania kapitału społecznego w obszarze kultury na poziomie całego kraju;
- III. Teatr Polski im. Arnolda Szyfmiana inicjuje, realizuje i koordynuje innowacyjne przedsięwzięcia teatralne (festiwale, przeglądy, konkursy, projekty badawcze) o randze krajowej, a także istotne w skali międzynarodowej.