



Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska

Plasencia Auditorium oraz Congress Centre, © Iwan Baan, mat. Fundació Mies van der Rohe

nr 1/2019

06



Uniwersytet Śląski Wydział Radia i Telewizji im. K. Kieślowskiego, © Adrià Goula

10



"Faworyta", reż. J. Lantimos, mat. MEDIA Films Database

21



Seminarium "Emerge!", fot. Rafał Nowak, © CED Polska

25



AC Coppens, fot. Rafał Nowak, © CED Polska

05

VARIA

- 05 Europejskie Stolice Kultury 2019
- 06 Finałści Nagrody
im. Mies van der Rohego
- 08 Tłumaczenia literackie
– nabór wniosków
- 10 Filmy MEDIA w rywalizacji
o międzynarodowe nagrody filmowe

12

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 12 i-Portunes: pilotażowy program
mobilności artystów i pracowników
sektora kultury
- 13 Nowa Europejska Agenda Kultury
- 15 69. Międzynarodowy Festiwal Filmowy
w Berlinie
- 19 Europejskie Forum Filmowe w Berlinie
- 20 European Cinema Night
- 21 „Emerge!” w Warszawie: jak wejść
do gry – promocja młodych talentów

25

ROZMOWY

- 25 Rozmowa z AC Coppens:
Pomóż samemu sobie
- 26 Rozmowa z Kasperem Dissingiem:
Rozmowa o biznesie służy sztuce

27

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 27 Polskie organizacje w ramach
Projektów współpracy europejskiej

Szanowni Państwo,

kolejny rok za nami, kolejne wyzwania przed nami.

Pierwszy numer w tym roku rozpoczynamy od zaprezentowania Państwu nowych Europejskich Stolic Kultury, finalistów Nagrody im. Mies van der Rohego, a także losów tytułów dofinansowanych w komponencie MEDIA w końcówce sezonu nagród filmowych – na ceremoniach w Madrycie, Paryżu, Londynie i podczas gali Oscarów w Los Angeles. Przedstawiamy również pilotażowy program mobilności artystów i-Portunes oraz przybliżamy Nową Europejską Agendę Kultury.

Jak co roku na łamach pierwszego magazynu podsumowujemy dla Państwa również najważniejsze wydarzenie filmowe w centralnej Europie – Międzynarodowy Festiwal Filmowy w Berlinie. Poznają Państwo między innymi filmy ze znakiem MEDIA w selekcji festiwalu, dowiedzą się o naszej obecności na Europejskich Targach Filmowych oraz przeczytają relację z Europejskiego Forum Filmowego, które w tym roku poświęcone było przekładom językowym, napisom i dubbingowi.

Wrócimy również na chwilę do grudnia ubiegłego roku, by podsumować kilka wydarzeń z końcówki 2018 – międzynarodowe seminarium dla młodych talentów „Emerge!” oraz inicjatywę Komisji Europejskiej – European Cinema Night, projekt mający na celu prezentację bogactwa europejskiej kultury filmowej, który cieszył się ogromnym zainteresowaniem zarówno w Polsce, jak i całej Europie.

Zachęcamy Państwa również do zapoznania się z ciekawymi rozmowami, które przeprowadziliśmy z gośćmi naszego grudniowego seminarium. AC Coppens z Marketing Catalysts opowiada nam o tym, jak pomóc szczęściu i zostać zauważonym w branży, a Kasper Dissing z Zentropy zwraca uwagę na znaczenie biznesowego podejścia w sztuce.

Życzymy przyjemnej lektury
zespół Creative Europe Desk Polska



Europejskie Stolice Kultury 2019: Płowdiw i Matera

Od 1 stycznia tego roku Europejskimi Stolicami Kultury są Płowdiw (Bułgaria) oraz Matera (Włochy). Program ESK ma na celu promowanie bogactwa i różnorodności kultur oraz wzmocnienie u obywateli poczucia przynależności do wspólnego, europejskiego obszaru kulturowego. Tytuł Europejskiej Stolicy Kultury jest doskonałą szansą promocji miasta, zaprezentowania jego wkładu kulturalnego i artystycznego w europejską kulturę i sztukę, jak również wkładu kultury i sztuki w jego rozwój; przyciągnięcia międzynarodowej publiczności i turystów, a także aktualizacji strategii rozwoju poprzez działalność kulturalną. Wybór danego miasta na Europejską Stolicę Kultury ma długofalowy i wielowymiarowy wpływ nie tylko na kulturę, lecz również na sytuację społeczną i gospodarczą zarówno samego miasta, jak i całego regionu.

W ramach Europejskiej Stolicy Kultury 2019 oba miasta przygotowały bogaty program imprez i wydarzeń artystycznych dostępnych dla wszystkich zainteresowanych odbiorców. Hasłem ESK 2019 Płowdiw jest „Razem”. W programie kulturalnym przygotowano ponad 300 wydarzeń, m.in. festiwale i projekty społeczne o tematyce związanej z dziedzictwem, historią i kulturą Płowdiwu, a także z wyzwaniami, przed którymi stoi. Ponadto miasto opracowało i realizuje strategię rozwoju kultury (na lata 2014–2024) oraz turystyki (2014–2020).

Program ESK 2019 Matera został opracowany pod hasłem „Otwarta przyszłość”. Szczególny nacisk położono na integrację społeczną i kulturową oraz innowacje oparte na współpracy. Są one częścią strategicznego planu miasta w obszarze kultury.

W 2018 roku Europejskimi Stolicami Kultury były Valletta na Malcie i Leeuwarden w Holandii. W kolejnych latach będą to:

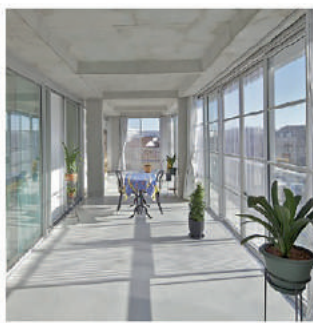
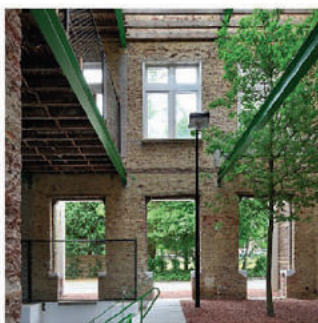
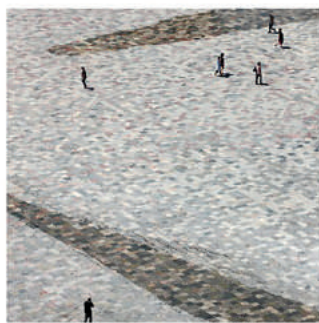
- 2020 – Rijeka (Chorwacja) i Galway (Irlandia),
- 2021 – Timișoara (Rumunia), Eleusis (Grecja) i Nowy Sad (Serbia),
- 2022 – Esch (Luksemburg) i Kowno (Litwa).

W 2023 roku wybrane zostanie miasto na Węgrzech, a w 2024 – w Estonii, Austrii oraz państwie kandydującym do Unii Europejskiej bądź kraju stowarzyszonym.

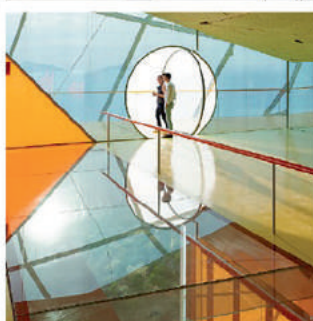
Zachęcamy do odwiedzenia w tym roku Płowdiwu i Matera oraz wzięcia udziału w wydarzeniach kulturalnych przygotowanych w ramach programów obu Europejskich Stolic Kultury 2019.

Europejska Stolica Kultury jest przedsięwzięciem realizowanym i finansowanym w ramach programu Kreatywna Europa. Tytuł Europejskiej Stolicy Kultury po raz pierwszy został przyznany Atenom w 1985 roku. Pomysłodawczynią inicjatywy oraz aktywną promotorką działań na rzecz ochrony dóbr kultury była grecka minister kultury Melina Mercouri. Od początku celami przyznawania tytułu były prezentacja i promocja na arenie międzynarodowej dorobku kulturalnego i artystycznego danego miasta oraz budowanie poczucia przynależności do europejskiej wspólnoty kulturowej, przy jednoczesnej trosce o zachowanie różnorodności.

Idea Europejskiej Stolicy Kultury wciąż ewoluuje. Początkowo tytuł przyznawany był jednemu miastu. Ważnym momentem w historii inicjatywy był rok 2000, w którym, wyjątkowo, dla uczczenia nowego tysiąclecia, aż dziewięć europejskich miast, w tym Kraków, mogło cieszyć się tym prestiżowym tytułem. To wydarzenie dało początek nowym zasadom, które stanowiły przyznawanie tytułu dwóm miastom leżącym w granicach Unii Europejskiej. W 2016 roku tytuł Europejskiej Stolicy Kultury współdzielili Wrocław i San Sebastián.



FINALISTS
FINALISTS
FINALISTS
FINALISTS
FINALISTS



EUROPEAN UNION
PRIZE FOR
CONTEMPORARY
ARCHITECTURE
**MIES VAN DER ROHE
AWARD**

Finaliści Nagrody im. Mies van der Rohego

13 lutego 2019 roku poznaliśmy pięciu ścisłych finalistów tegorocznej Nagrody Unii Europejskiej w dziedzinie architektury współczesnej im. Mies van der Rohego. W pierwszym etapie, 11 grudnia 2018 roku, Komisja Europejska oraz Fundació Mies van der Rohe ogłosiły listę 383 realizacji architektonicznych nominowanych do Nagrody Mies van der Rohego 2019 przez niezależnych ekspertów, krajowe stowarzyszenia architektów oraz Komitet Doradczy ds. Nagrody. Wyróżnione koncepcje zostały zrealizowane w 238 miejscowościach w 38 państwach. Warto odnotować, że w tej edycji – ze względu na dołączenie do programu Kreatywna Europa – w konkursie wzięły udział trzy nowe kraje: Armenia, Kosowo i Tunezja.

Wśród nominowanych 383 realizacji znalazło się 18 projektów z Polski – są to budynki prywatne i użyteczności publicznej, parki, ogrody, rzeźby architektoniczne, m.in. poznański Biurowiec Za Bramką zaprojektowany przez biuro Ultra Architects, Muzeum II Wojny Światowej autorstwa Studia Architektonicznego Kwadrat, NAWA – rzeźba architektoniczna stworzona przez pracownię Oskara Zięty czy budynek Wydziału Radia i Telewizji im. Krzysztofa Kieślowskiego Uniwersytetu Śląskiego zaprojektowany wspólnie przez pracownię architektoniczną BAAS z Barcelony, Grupę 5 Architektów z Warszawy oraz katowickie biuro projektowe Małecy.

Kolejnym etapem było ogłoszenie 16 stycznia 2019 roku listy 40 najlepszych koncepcji spośród nominowanych wcześniej 383 projektów. Wybrane realizacje architektoniczne znajdują się w 17 krajach: siedem we Francji, sześć w Hiszpanii, cztery w Belgii, po trzy w Austrii i Danii, po dwie w Holandii, Irlandii, Niemczech, Rumunii i we Włoszech. Ponadto wskazano po jednym projekcie z Albanii, Estonii, Finlandii, Polski, Portugalii, Serbii i Słowacji.

W przeważającej części są to obiekty kultury, takie jak muzea, centra kultury, audytoria, teatry muzyczne, placówki edukacyjne – szkoły, uczelnie, biblioteki, kompleksy mieszkaniowe, budynki o mieszanym przeznaczeniu, a ponadto m.in. centra i obiekty przemysłowe, park oraz skwer.

Z realizacji wykonanych na terenie Polski do najlepszej czterdziestki jury wybrało budynek Wydziału Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, przygotowany przez pracownię architektoniczną BAAS z Barcelony, Grupę 5 Architektów z Warszawy oraz katowickie biuro projektowe Małecy. Warto nadmienić, iż projekt ten został wyróżniony nie tylko przez międzynarodowe jury Nagrody im. Mies van der Rohego, lecz otrzymał wiele nagród i nominacji w krajowych konkursach, m.in. zdobył Grand Prix Stowarzyszenia Architektów Polskich za najlepszy obiekt architektoniczny zrealizowany w 2017 roku.



Uniwersytet Śląski Wydział Radia i Telewizji
im. K. Kieślowskiego ©Adrià Goula

Pięć realizacji zakwalifikowanych do ścisłego finału Nagrody im. Mies van der Rohego poznaliśmy 13 lutego 2019 roku. Są to następujące projekty:



PC CARITAS w Melle zaprojektowany przez pracownię architektoniczną de vylder vinck taillieu



przekształcenie 530 mieszkań w kompleksie Grand Parc Bordeaux zaprojektowane przez zespoły pracowni Lacaton & Vassal architects, Frédéric Druot Architecture oraz Christophe Hutin Architecture.



Plasencia Auditorium oraz Congress Centre w Plasencji zaprojektowane przez biuro architektoniczne selgascano



Skanderbeg Square w Tiranie zaprojektowany przez zespół pracowni 51N4E, Anri Sala, Plant en Houtgoed oraz iRI



Terrassenhaus Berlin / Lobe Block w Berlinie zaprojektowany przez biuro Brandlhuber+ Emde, Burlon oraz Muck Petzet Architekten

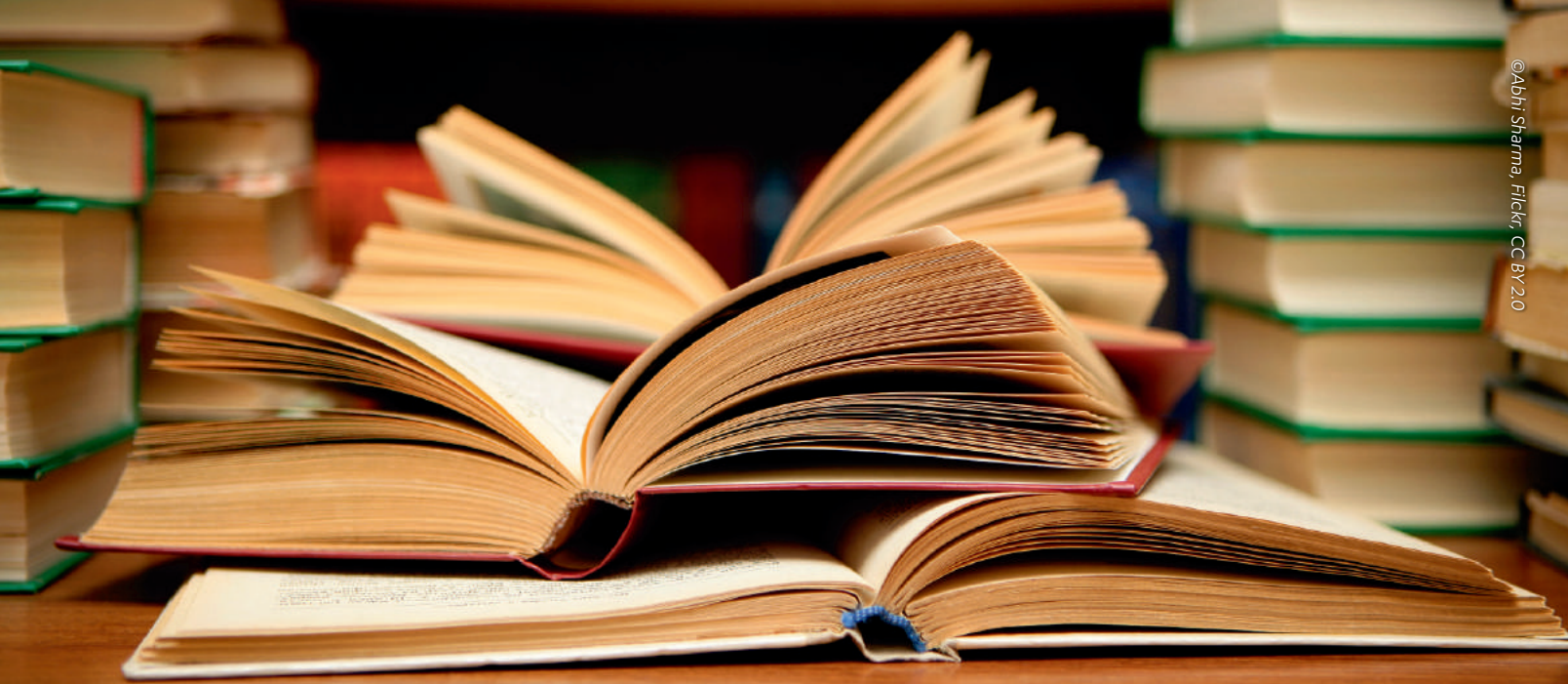
Wybrane realizacje zostały docenione m.in. za przekształcenie lub stworzenie interesującej przestrzeni przyjaznej odbiorcom, zachęcającej do spędzania w niej czasu i prowadzenia działań, a także za skomponowanie realizacji z otoczeniem.

Laureata lub grupę laureatów Nagrody Mies van der Rohego poznamy pod koniec kwietnia 2019 roku. Ceremonia wręczenia nagród oraz wydarzenia jej towarzyszące, takie jak otwarcie wystawy, wykłady i debaty, prezentacja publikacji, odbędą się 7 maja 2019 roku w Barcelonie. Ponadto w maju zorganizowane zostaną Dni Otwarte Nagrody Mies van der Rohego, promujące zwiedzanie zakwalifikowanych prac oraz zwycięskich projektów.

Nagroda Unii Europejskiej w dziedzinie architektury współczesnej im. Mies van der Rohego została zainicjowana w 1987 roku w wyniku porozumienia pomiędzy Parlamentem Europejskim a radą miasta Barcelona, a od 2001 roku jest współorganizowana przez Fundację Mies van der Rohe i Komisję Europejską.

Nagroda przyznawana jest co dwa lata realizacjom architektonicznym ukończonym od ostatniej edycji konkursu. Głównym celem jest uhonorowanie pracy i wkładu europejskich architektów w rozwój nowych idei i koncepcji we współczesnej urbanistyce. Nominowane i nagrodzone projekty uwzględniają pozytywny wpływ społeczny i kulturowy na użytkowników i otoczenie, funkcjonalność i korespondowanie obiektów z otoczeniem, a zarazem – różnorodność i innowacyjność.

Strona internetowa nagrody: www.EUMiesAward.com



Komponent Kultura: konkurs wniosków w obszarze Tłumaczenia literackie

Nabór wniosków do obszaru Tłumaczenia literackie został otwarty w marcu i potrwa dwa miesiące.

Konkurs przeznaczony jest dla wydawnictw zarejestrowanych w krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa, posiadających osobowość prawną od minimum 2 lat w chwili złożenia wniosku. Głównym celem jest zwiększenie dostępności wysokiej klasy literatury europejskiej oraz wsparcie kulturowej i językowej różnorodności w Unii Europejskiej i innych krajach uczestniczących w komponencie Kultura programu Kreatywna Europa.

Do końca obecnej edycji programu Kreatywna Europa wydawcy będą mogli ubiegać się o dofinansowanie pakietu przekładów już tylko w ramach kategorii o poniższych ramach:

- maksymalny czas realizacji 2 lata,
- projekt zakładający tłumaczenie od 3 do 10 utworów beletrystycznych,
- projekt oparty na strategii przekładów, publikacji, dystrybucji i promocji pakietu tłumaczeń,
- wkład własny – minimum 50%,
- dofinansowanie do 100 tys. euro.

Wydawcy pragnący skorzystać ze wsparcia w ramach Tłumaczeń literackich mogą składać wnioski zakładające tłumaczenie pakietu od 3 do 10 utworów literackich, którymi mogą być:

- powieści,
- opowiadania,
- nowele,
- komiksy,
- sztuki teatralne,
- poezja,
- literatura dziecięca i młodzieżowa.

Otrzymane środki można przeznaczyć nie tylko na tłumaczenie, lecz także na marketing oraz promocję autorów i tłumaczy, wprowadzenie technologii cyfrowych do dystrybucji i promocji dzieł.

Dodatkowe punkty można zdobyć poprzez włączenie do pakietu przekładów tytułów wyróżnionych Nagrodą Literacką Unii Europejskiej. Istotnym aspektem składanego projektu jest nie tylko wybór utworów do przekładu, lecz również opracowanie i uzasadnienie strategii promocji oraz dystrybucji.

GŁÓWNE ZAŁOŻENIA OBSZARU GRANTOWEGO TŁUMACZENIA LITERACKIE

Głównymi celami obszaru Tłumaczeń literackich są:

- wspieranie różnorodności kulturowej i językowej Unii Europejskiej,
- promowanie międzynarodowego obiegu wysokiej jakości utworów literackich,
- zwiększanie dostępu do wysokiej jakości dzieł literackich w Unii Europejskiej i poza nią,
- dotarcie do nowych czytelników.

Dofinansowania przeznaczone są dla:

- tłumaczeń z jednego języka europejskiego na inny język europejski; kwalifikowane są języki urzędowe krajów uczestniczących w komponencie Kultura programu Kreatywna Europa oraz łacina i starożytna greka;
- utworów obejmujących beletrystykę (fikcja literacka), niezależnie od gatunku (powieść, opowiadanie, sztuka teatralna, poezja, komiks i utwory dla młodych czytelników);
- przekładów utworów już wydanych.

PRZED ZAKOŃCZENIEM KONKURSU WNIOSKÓW ZAPRASZAMY NA SZKOLENIE DLA WYDAWNICTW

Wydawnictwa oraz wydawców posiadających doświadczenie w tłumaczeniach literackich zachęcamy do udziału w szkoleniu dotyczącym możliwości zdobycia dofinansowania w ramach komponentu Kultura programu Kreatywna Europa.

Szkolenie adresowane do osób planujących złożyć aplikację do obszaru grantowego Tłumaczenia literackie odbędzie się 11 kwietnia 2019 roku. Jego celem jest przekazanie uczestnikom wiedzy na temat wymogów programu oraz zapoznanie ich z dokumentami wymaganymi do złożenia wniosku.

Szkolenie połączone z częścią warsztatową będzie dotyczyło poniższych zagadnień:

- cele i priorytety obszaru Tłumaczenia literackie,
- wytyczne dotyczące wypełniania wniosku,
- dodatkowe dokumenty wymagane do złożenia aplikacji,
- procedura składania wniosku.

Gościem szkolenia będzie reprezentant polskiego wydawnictwa, które otrzymało dofinansowanie w ramach obszaru Tłumaczenia literackie, znawca rynku książki w Polsce i Europie. Beneficjent podzieli się z uczestnikami doświadczeniami związanymi z realizacją projektu w ramach programu Kreatywna Europa oraz wiedzą i praktyką w zakresie przygotowania wartościowego projektu przekładów literackich.

Ponadto 24 maja 2019 roku serdecznie zapraszamy na spotkanie z programem Kreatywna Europa komponent Kultura i obszarem Tłumaczenia literackie podczas Warszawskich Targów Książki.

Szczegóły dotyczące najbliższego naboru wniosków, szkolenia dla wydawnictw oraz spotkania podczas Warszawskich Targów Książki dostępne są na naszej stronie internetowej: www.kreatywna-europa.eu.

Projekt „Tłumaczenie, wydanie i promocja artystycznych książek dla dzieci i dorosłych” realizowany przez Wydawnictwo Format w ramach Tłumaczeń literackich

Projekt wrocławskiego wydawnictwa Format wnosi wkład do obiegu literatury europejskiej na dwóch płaszczyznach: poprzez ułatwienie dostępu polskiego odbiorcy do dzieł najwyższej jakości (obecnie utrudnionego ze względu na wysokie koszty związane z działalnością wydawniczą), a także poprzez umożliwienie czytelnikowi francuskojęzycznemu obcowania z twórczością autorów z Europy Środkowej. Celem inicjatywy nie jest powielanie masowego standardu, lecz długofalowe kształtowanie potrzeb estetycznych różnorodnych grup czytelników, w tym najmłodszych: 4+, 6+, 10+, a także odbiorców dorosłych.

Program wydawniczy realizowany jest przez doświadczony zespół, legitymujący się dziesięcioletnim doświadczeniem w publikacji literatury artystycznej, a także wykwalifikowanych tłumaczy, których praktyka poparta jest dogłębną wiedzą ogólną.

Dystrybucja publikowanych dzieł obejmuje szeroką sieć kontaktów z wyspecjalizowanymi firmami. Kampanie popularyzujące poszczególne tytuły, prócz tradycyjnych kanałów (dystrybutorzy, księgarnie, media), obejmują działania w mediach społecznościowych, na blogach oraz w serwisach streamingu wideo.

Ponadto w zakresie aktywności związanych z projektem znajdują się zgłoszenia do konkursów literackich, wystawy ilustratorów, warsztaty, spotkania z tłumaczami i inne. Działania promocyjne i edukacyjne mają trwać również po zakończeniu tej inicjatywy.



„Tłumaczenie, wydanie i promocja artystycznych książek dla dzieci i dorosłych”, fot. Bartek Sadowski, © Wydawnictwo Format



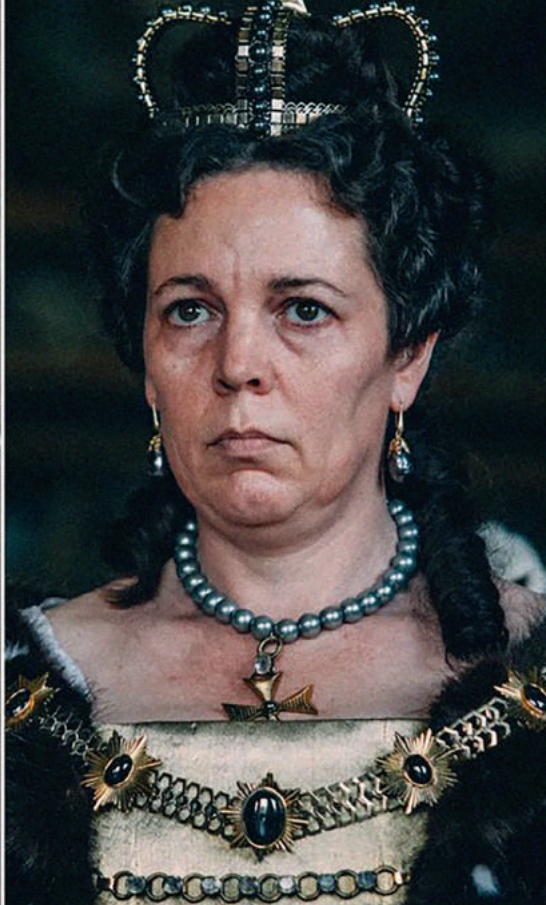
Filmy MEDIA w rywalizacji o międzynarodowe nagrody filmowe

Luty jest ostatnim miesiącem trwającego od października tak zwanego sezonu nagród filmowych, kończącego się rozdaniem Oscarów. W tym czasie w wielu państwach na naszym kontynencie – Francji, Anglii czy Hiszpanii – odbywają się europejskie odpowiedniki tych wciąż prestiżowych nagród Amerykańskiej Akademii Filmowej. Niekwestionowanym zwycięzcą wszystkich tegorocznych ceremonii był film „Roma” Alfonso Cuaróna, który wywioził statuetki niemal z każdego wydarzenia. Ale szeroki wachlarz tytułów powstałych ze wsparciem komponentu MEDIA również aktywnie uczestniczył w wyścigu po najważniejsze nagrody filmowe.

OSCARY

Sześć filmów dofinansowanych w komponentcie MEDIA otrzymało w sumie aż 18 nominacji do 91. nagród Amerykańskiej Akademii Filmowej. Były to: „Faworyta” w reżyserii Jorgosa Lantimosa, „Zimna wojna” Pawła Pawlikowskiego, „Werk ohne Autor” Florian Henckel von Donnersmarck, „Żona” Björna Runge’a, „Granica” Aliego Abbasiego oraz „O ojcach i synach” Talala Derkiego. „Faworyta” nominowana była aż dziewięciokrotnie – dla najlepszego filmu, reżysera, aktorki pierwszoplanowej (Olivia Colman), aktorki drugoplanowej (Emma Stone i Rachel Weisz), scenariusza oryginalnego, zdjęć, montażu, scenografii oraz kostiumów. Trzy nominacje trafiły do polskiego reprezentanta – dla najlepszego dyrektora, filmu nieanglojęzycznego oraz zdjęć, dwie nominacje otrzymał obraz naszych zachodnich sąsiadów – w kategoriach film nieanglojęzyczny i zdjęcia. Po jednej nominacji otrzymały pozostałe filmy, kolejno dla aktorki pierwszoplanowej (Glenn Close), charakterystyki oraz pełnometrażowego filmu dokumentalnego.

Odbывająca się 24 lutego w Dolby Theater w Los Angeles gala w tym roku nie była dla filmów MEDIA specjalnie szczęśliwa. Dofinansowane tytuły w większości kategorii rywalizowały z bezkonkurencyjną w tym roku „Romą”. Ostatecznie jedna statuetka powędrowała do filmu Lantimosa za rewelacyjną rolę królowej Anny w wykonaniu Olivii Colman. „Faworyta”, irlandzko-angielsko-amerykańska koprodukcja otrzymała w programie Kreatywna Europa 50 000 euro na development.



"Faworyta", reż. J. Lantimos, mat. w. J. A. Ellis Database

CEZARY

Jury nagród Francuskiej Akademii Sztuki i Techniki Filmowej wyraźnie doceniło filmy ze znakiem MEDIA, nominując 17 filmów aż 55 razy. Jednym z największych zwycięzców był film „Jeszcze nie koniec” w reżyserii Xaviera Legranda, który zdobył aż 5 statuetek, w tym najważniejszą – dla najlepszego filmu. W komponencie MEDIA film otrzymał 55 996 euro na dystrybucję w 11 krajach. Wśród wyróżnionych 22 lutego tytułów z dofinansowaniem Programu znalazły się jeszcze filmy „Dilili w Paryżu” Christophe’a Rossignona (nagroda dla najlepszej animacji) oraz „Niezatapialni” Gillesa Lellouche’a (nagroda dla Philippe’a Katerine’a – najlepszego aktora drugoplanowego).

BAFTA

Sześć filmów ze wsparciem komponentu MEDIA otrzymało 21 nominacji do brytyjskiego odpowiednika Cezarów – nagród BAFTA. Obok „Faworyty” (12 nominacji) i „Zimnej wojny” (4 nominacje) Brytyjska Akademia Sztuk Filmowych i Telewizyjnych oceniała również filmy „Pod ciemnymi gwiazdami” w reżyserii Michaela Pearce’a (2 nominacje), „Dogman” Matteo Garrone’a, „Żona” Björna Runge’a oraz „Ray & Liz” Richarda Billingham’a (po 1 nominacji).

Ze statuetkami londyńską galę zakończyły dwa z tych filmów. „Faworyta” otrzymała aż 7 nagród, w tym dla najlepszego filmu brytyjskiego, najlepszej aktorki pierwszoplanowej (Olivia Colman) i drugoplanowej (Rachel Weisz), najlepszego scenariusza oryginalnego, najlepszej scenografii, kostiumów oraz charakteryzacji i fryzur. „Pod ciemnymi gwiazdami” wygrał w kategorii najlepszy debiutujący brytyjski reżyser, scenarzysta lub producent.

GOYA

Hiszpańska Akademia Sztuk Filmowych w tym roku doceniła 10 filmów wspartych w ramach Kreatywnej Europy, nominując je aż 42 razy. O statuetki w 2019 roku walczyli: „Campeones”, reż. Javier Fesser (11 nominacji), „La sombra de la ley”, reż. Dani de la Torre (6 nominacji), „Kto ci zaśpiewa”, reż. Carlos Vermut (7 nominacji), „Wszyscy wiedzą”, reż. Asghar Farhadi (8 nominacji), „Człowiek, który zabił Don Kichota”, reż. Terry Gilliam (5 nominacji), „Psy”, reż. Marcela Said, „Girl”, reż. Lukas Dhont, „Party”, reż. Sally Potter, „Zimna wojna”, reż. Paweł Pawlikowski oraz „Jeszcze dzień życia”, reż. Raul de la Fuente i Damian Nenow (wszystkie z 1 nominacją).

Po trzy nagrody 2 lutego w Madrycie otrzymały: „Campeones” (najlepszy film, debiutujący aktor, piosenka) oraz „La sombra de la ley” (najlepsza scenografia, kostiumy, zdjęcia). Dwie statuetki – za charakteryzację (makijaż i fryzury) oraz kierownictwo produkcji – otrzymał film Terry’ego Gilliana. Nagroda dla najlepszej debiutującej aktorki trafiła do Evy Llorach („Kto ci zaśpiewa”). Dwie nagrody Hiszpańskiej Akademii trafiły do polskich koprodukcji. Najlepszym filmem animowanym został „Jeszcze dzień życia”, za najlepszy film europejski uznana została „Zimna wojna” Pawlikowskiego.

i-Portunes: pilotażowy program mobilności artystów i pracowników sektora kultury

Konsorcjum złożone z Instytutu Goethego w Brukseli, Instytutu Francuskiego w Paryżu, fundacji – centrum sztuki Izolyatsia z Kijowa oraz Nida Art Colony przy Wileńskiej Akademii Sztuk Pięknych od kwietnia 2019 roku realizować będzie na zlecenie Komisji Europejskiej pilotażowy program mobilności artystów i profesjonalistów sektora kultury, wspierany przez program Kreatywna Europa. Program i-Portunes ma realizować jeden z wyznaczonych w Nowej Europejskiej Agendzie Kultury celów, jakim jest konkretne, realne wsparcie mobilności artystów i pracowników sektora kultury, i ma być wzorowany na programie mobilności dla innych profesji dostępnym w programie Erasmus+.

W ramach programu, od kwietnia do września 2019 roku, artyści i profesjonalści sektora kultury z krajów uczestniczących w programie Kreatywna Europa będą mogli ubiegać się o wsparcie finansowe na wyjazdy służące ich rozwojowi zawodowemu poprzez pracę artystyczną za granicą. Program przewiduje ogłoszenie trzech konkursów wniosków o wsparcie wyjazdów zagranicznych w ramach krajów objętych programem Kreatywna Europa: w kwietniu, maju i czerwcu. Czas trwania realizowanych mobilności ma wahać się od 15 do 85 dni pobytu, w zależności od podejmowanych działań artystycznych i ich adresatów. Do wniosku o wsparcie obowiązkowo należy dołączyć dokument potwierdzający przyjęcie danej osoby przez instytucję kultury goszczącą projekt.

Pilotażowy program jest częścią strategii Unii Europejskiej na rzecz zwiększania mobilności i współpracy międzynarodowej różnych grup zawodowych, w tym artystów i pracowników sektora kultury i kreatywnego. Inwestowanie w program mobilności europejskich artystów i profesjonalistów sektora kultury ma zwiększyć szanse rozwoju ich kariery i konkurencyjność na rynku pracy poprzez aktywne podnoszenie kwalifikacji zawodowych, zdobycie i wypracowanie nowych kontaktów, realizację innowacyjnych projektów międzynarodowych oraz dotarcie do międzynarodowych odbiorców z ich przedsięwzięciami. Program ma uzupełniać ofertę krajowego wsparcia dla tego rodzaju inicjatyw, a także wykraczać poza standardowe projekty rezydencji artystycznych czy wymiany talentów, właśnie poprzez skoncentrowanie na zwiększeniu kreatywności artystów i pracowników sektora kultury, ich rozwoju zawodowym oraz zwiększeniu możliwości konkurowania na rynku pracy, dostępu do nowych rynków i odbiorców. W szerszej perspektywie program ma sprzyjać niwelowaniu różnic w dostępie do mobilności oraz tworzeniu nowych miejsc pracy w sektorze kultury i kreatywnym.

Program został zainicjowany w 2018 roku i ma być wstępem do uruchomienia od 2021 roku regularnego programu wsparcia mobilności artystów i pracowników europejskiego sektora kultury, realizowanego w ramach kolejnej edycji programu Kreatywna Europa, w latach 2021–2027.



Nowa Europejska Agenda Kultury

W zeszłym roku Komisja Europejska przedstawiła Nową Europejską Agendę Kultury, będącą rozwinięciem poprzedniego planu działań na rzecz kultury zatwierdzonego w 2007 roku. Nowy plan wspólnie podejmowanych w Europie działań w obszarze kultury ma za zadanie odpowiadać na wyzwania społeczne i ekonomiczne, przed którymi stoi Unia Europejska, wzmocnić poczucie tożsamości europejskiej obywateli wspólnoty, a także wykorzystać potencjał kultury w osiągnięciu postępu społecznego i gospodarczego w Europie.

Główne zadania postawione przed kulturą w ramach Nowej Agendy to:

- **wymiar społeczny:** wykorzystanie potencjału kultury i siły różnorodności kulturowej na rzecz poprawy spójności społecznej i dobrobytu w Unii poprzez zwiększanie uczestnictwa obywateli w kulturze, mobilności i współpracy międzynarodowej artystów i pracowników sektora kultury oraz ochronę dziedzictwa kulturowego;
- **wymiar gospodarczy:** wsparcie rozwoju gospodarki opartej o wiedzę i kreatywność, m.in. poprzez tworzenie miejsc pracy w sektorze kultury i kreatywnym, wzmacnianie roli sztuki i kultury w edukacji, rozwój kompetencji twórczych, wzmacnianie wprowadzania innowacji i nowych technologii w kulturze;
- **budowanie relacji międzynarodowych:** wzmocnienie międzynarodowych stosunków kulturalnych poprzez maksymalne wykorzystanie potencjału kultury do wsparcia zrównoważonego rozwoju gospodarczego i społecznego oraz budowania i dbania o pokojowe stosunki między państwami i społecznościami.

W ramach realizacji zadań w obszarze wymiaru społecznego kultury w Nowej Agendzie przewidziano m.in.:

- zwiększanie uczestnictwa w kulturze;
- wsparcie działań na rzecz różnorodności kulturowej oraz włączania społecznego, m.in. migrantów i uchodźców, poprzez kulturę;
- zwiększanie obiegu dzieł kultury;
- wsparcie rozwoju systemu mobilności artystów i pracowników sektora kultury oraz rozwoju współpracy międzynarodowej sektora kultury;
- ochrona i promowanie dziedzictwa kulturowego jako wspólnej wartości oraz wspólnego zasobu.

W celu realizacji zadań w obszarze wymiaru gospodarczego kultury w Nowej Agendzie przewidziano m.in.:

- wsparcie działań w zakresie walidacji i uznawalności kompetencji twórczych uczniów i studentów w systemie edukacji formalnej i pozaformalnej, również w kontekście zwiększania ich uczestnictwa w kulturze;
- wzmocnienie w systemie edukacji formalnej i kształcenia zawodowego pozycji i roli edukacji artystycznej, również w połączeniu z nowymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, kompetencjami biznesowymi i przedsiębiorczością;
- wsparcie zrównoważonej turystyki kulturalnej oraz rozwoju regionalnej i terytorialnej współpracy europejskiej;
- tworzenie sprzyjającego otoczenia dla sektora kultury i sektora kreatywnego, np. poprzez tworzenie *creative hub* – centrów innowacji, łączących kreatywność, sztukę i design z nowoczesnymi technologiami i naukami przyrodniczymi;
- realizację pilotażowej inicjatywy „Music Moves Europe” na rzecz wzmocnienia pozycji europejskiego sektora muzycznego;
- wsparcie rozwoju miejsc pracy i zatrudnienia w sektorze kultury, a także otoczenia regulacyjnego sektora;
- wsparcie gwarancji finansowych dla sektora kultury i kreatywnego.

W celu realizacji zadań w obszarze budowania stosunków międzynarodowych w Nowej Agendzie przewidziano m.in.:

- promowanie sektora kultury i kreatywnego na Bałkanach Zachodnich, wsparcie kultury w tym rejonie oraz w krajach objętych procesem rozszerzenia;
- wsparcie kultury w ramach Partnerstwa Wschodniego oraz wzmacnianie poprzez kulturę rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w krajach śródziemnomorskich;
- utworzenie europejskich domów kultury w krajach partnerskich Unii Europejskiej;
- rozwój współpracy na polu kultury z Chinami, Japonią, państwami Afryki, Karaibów i regionu Pacyfiku, Bliskiego Wschodu oraz Ameryki Łacińskiej;
- opracowanie strategii na rzecz współpracy kulturalnej na poziomie regionalnym na Bałkanach Zachodnich, Bliskim Wschodzie, w Afryce Północnej oraz Ameryce Łacińskiej.

Ponadto zaplanowano dwa obszary działań przekrojowych:

- **dziedzictwo kulturowe:** ochrona, promocja i zachowanie różnorodności europejskiego dziedzictwa kulturowego i jego wartości, zwiększanie dostępu do dóbr dziedzictwa kulturowego i uczestnictwa w kulturze, rozwój zrównoważonej turystyki związanej z dziedzictwem kulturowym, tworzenie nowej sztuki w nawiązaniu do obiektów dziedzictwa kulturowego;
- **strategia „Digital4Culture”:** wsparcie innowacji i wykorzystania technologii cyfrowej w kulturze i sektorze kreatywnym, także w kontekście zwiększania – dzięki digitalizacji – dostępu do dóbr kultury, w tym obiektów dziedzictwa kulturowego i treści kulturowych oraz wzmocnienia konkurencyjności sektora kultury i kreatywnego; zwiększenie udziału kobiet w sektorze audiowizualnym.

Program Kreatywna Europa jest jednym z głównych narzędzi realizacji działań Unii Europejskiej w obszarze kultury. Zarówno do końca obecnej perspektywy budżetowej UE, jak i w kolejnej odsłonie – po 2021 roku – realizować będzie wyznaczone w agendzie zadania. Szczególnie dotyczyć to ma komponentu Kultura, który w całości „przypisany” ma być do celów Nowej Agendy, przede wszystkim na polu włączania społecznego poprzez kulturę, wsparcia profesjonalizacji i konkurencyjności sektora kultury, wprowadzania innowacji w kulturze, budowania dobrych relacji międzynarodowych i sieci współpracy międzynarodowej.

Pomimo iż nie znamy uzgodnionego nowego kształtu programu Kreatywna Europa po 2020 roku – Parlament Europejski zadecyduje o tym w tym roku, warto podkreślić, że wyznaczone w Nowej Agendzie zadania i priorytety są w dużej mierze realizowane już teraz, w obecnej edycji programu. Dotyczy to m.in. wprowadzenia – do już istniejących (mobilności transnarodowej, rozwoju publiczności oraz budowania potencjału sektora kultury) – nowych priorytetów Projektów współpracy europejskiej w komponentie Kultura, takich jak dialog międzykulturowy oraz integracja społeczna migrantów i uchodźców czy współpraca międzynarodowa w obszarze dziedzictwa kulturowego. Ponadto w tym roku rusza pilotażowy program mobilności artystów i profesjonalistów sektora kultury i kreatywnego, który ma być dodatkowym wsparciem rozwoju tej grupy zawodowej i który od 2021 roku ma być częścią nowej edycji programu Kreatywna Europa.



Filmy z dofinansowaniem z komponentu MEDIA na 69. Berlinale

Podczas tegorocznej, 69. edycji Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie można było obejrzeć aż 24 filmy, które otrzymały finansowe wsparcie w ramach komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa. Spośród wszystkich tytułów aż pięć walczyło o Złotego Niedźwiedzia w konkursie głównym. Pozostałe filmy rywalizowały w sekcjach Panorama, Generation 14plus, Generation Kplus czy Culinary Cinema.

Wszystkie filmy obecne na festiwalu w Berlinie otrzymały łącznie ponad 1,7 mln euro dofinansowania w schematach komponentu MEDIA związanych z developmentem, międzynarodowymi funduszami koprodukcyjnymi oraz dystrybucją.

Z Berlina w tym roku z nagrodami wyjechały cztery filmy ze znakiem MEDIA. „Gospod postoi, imeto i’ e Petrunija” (God Exists, Her Name Is Petrunija) w reżyserii Teony Strugar Mitewskiej otrzymał Nagrodę Jury Ekumenicznego dla najlepszego filmu w konkursie głównym oraz Nagrodę Gildii Niemieckich Kin Arthousowych. Operator Rasmus Videbæk otrzymał Srebrnego Niedźwiedzia za najlepsze osiągnięcia artystyczne w kategorii zdjęcia do filmu „Ut og stjæle hester” (Out Stealing Horses) w reżyserii Hansa Pettera Molanda. „Hölmö nuori sydän” (Stupid Young Heart) Selmy Vilhunen zdobył Nagrodę

Jury Młodych Generation 14plus dla najlepszego filmu pełnometrażowego. Natomiast „Mijn bijzonder rare week met Tess” (My Extraordinary Summer with Tess) Stevena Wouterlooda nagrodzony został Kryształowym Niedźwiedziem, Nagrodą Międzynarodowego Jury Generacji Kplus – wyróżnieniem specjalnym dla filmu pełnometrażowego.

Złotym Niedźwiedziem za całokształt twórczości w tym roku festiwal uhonorował brytyjską aktorkę Charlotte Rampling. Wśród filmów pokazywanych w ramach hołdu dla nagrodzonej znalazło się sześć tytułów wspartych przez MEDIA.

Tegorocznym zwycięzcą w konkursie głównym, uhonorowanym Złotym Niedźwiedziem, został film „Synonymes”, koprodukcja francusko-niemiecko-izraelska w reżyserii Nadava Lapida.



LISTA WSZYSTKICH FILMÓW Z DOFINANSOWANIEM MEDIA BIORĄCYCH UDZIAŁ W SELEKCJI 69. MIĘDZYNARODOWEGO FESTIWALU FILMOWEGO W BERLINIE:

KONKURS GŁÓWNY

- „ELISA Y MARCELA”, reż. Isabel Coixet (Hiszpania, 2019)
- „OBYWATEL JONES”, reż. Agnieszka Holland (Polska, Wielka Brytania, Ukraina, 2019)
- „GOSPOD POSTOI, IMETO I' E PETRUNIJA”, reż. Teona Strugar Mitevska (Macedonia, Belgia, Słowenia, Chorwacja, Francja, 2019)
- „THE KINDNESS OF STRANGERS”, reż. Lone Scherfig (Dania, Kanada, Szwecja, Niemcy, Francja, 2019)
- „UT OG STJÆLE HESTER”, reż. Hans Petter Moland (Norwegia, Szwecja, Dania, 2019)

BERLINALE SPECIAL

- „LAMPENFIEBER”, reż. Alice Agneskirchner (Niemcy, 2019)

PANORAMA

- „FLATLAND”, reż. Jenna Cato Bass (RPA, Niemcy, Luksemburg, 2019)
- „DIVINO AMOR”, reż. Gabriel Mascaro (Brazylia, Dania, Norwegia, Szwajcaria, Urugwaj, Francja, Chile, 2019)
- „MONOS”, reż. Alejandro Landes (Holandia, Niemcy, Norwegia, Francja, Urugwaj, Kolumbia, Argentyna, 2019)
- „IL CORPO DELLA SPOSA”, reż. Michela Occhipinti (Włochy, Francja, 2019)
- „THE MIRACLE OF THE SARGASSO SEA”, reż. Syllas Tzoumerkas (Grecja, Niemcy, Holandia, Szwecja, 2019)

GENERATION KPLUS

- „LOTTE JA KADUNUD LOHED”, reż. Janno Pöldma, Heiki Ernits (Estonia, Łotwa, 2019)
- „MIJN BIJZONDER RARE WEEK MET TESS”, reż. Steven Wouterlood (Holandia, Niemcy, 2019)
- „SOLAN & LUDVIG – MÅNELYST I FLÅKLYPE”, reż. Rasmus A. Sivertsen (Norwegia, 2019)

CULINARY CINEMA

- „WHEN TOMATOES MET WAGNER”, reż. Marianna Economou (Grecja, 2019)

FILMY MEDIA W RAMACH RETROSPEKCJI FILMÓW CHARLOTTE RAMPLING:

- „45 LAT”, reż. Andrew Haigh (Wielka Brytania, 2015)
- „HANNAH”, reż. Andrea Pallaoro (Włochy, Francja, Belgia, USA, 2017)
- „POD PIASKIEM”, reż. François Ozon (Belgia, Francja, Włochy, Japonia, 2001)
- „BASEN”, reż. François Ozon (Francja, 2002)
- „CHARLOTTE RAMPLING. SPOJRZENIE”, reż. Angelina Maccarone (Niemcy, Francja, 2011)
- „NA POŁUDNIE”, reż. Laurent Cantet (Kanada, Francja, 2005)

POLSKA W BERLINIE

Z polskiej perspektywy 69. Międzynarodowy Festiwal Filmowy w Berlinie to przede wszystkim premiera nowego filmu Agnieszki Holland „Obywatel Jones”, wspieranego przez komponent MEDIA w zakresie dystrybucji. Bardzo nas cieszą pozytywne recenzje, z jakimi spotkał się ten ważny i prawdziwie europejski, jeśli chodzi o skalę koprodukcji, film. Nie możemy się doczekać, aż wejdzie on na światowe ekrany – bo co do jego międzynarodowego obiegu nie mamy najmniejszych wątpliwości.

Przedstawiciele Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej i Polskiej Komisji Filmowej opowiadali w Berlinie o zachętach, które mają wpłynąć na zainteresowanie zagranicznych producentów współpracą z Polską i przełożyć się tym samym na zwiększenie potencjału koprodukcyjnego polskich projektów. Z punktu widzenia komponentu MEDIA, który stawia na koprodukcję już na etapie developmentu, tego rodzaju inicjatywy stanowią kolejny ważny krok w kierunku zwiększania europejskiego wymiaru i wspierania współpracy pomiędzy rynkami różnej wielkości.



European Shooting Stars 2019 © European Film Promotion

EUROPEAN FILM MARKET

Warto pamiętać, że Berlinale to także European Film Market – najważniejsze wydarzenie branżowe sezonu, skupiające profesjonalistów z całego świata. Oprócz spotkań na stoiskach promujących produkcje z całego świata i Europy, to także okazja do wzięcia udziału w sesjach informacyjnych i panelach z udziałem międzynarodowych ekspertów.

Najciekawszym wydarzeniem EFM jest z pewnością organizowany co roku „EFM Horizon” – cykl paneli, wykładów i prezentacji dotyczących najnowszych trendów i wykorzystania technologii w branży audiowizualnej. W tym roku wydarzenie otworzył wykład Alexa McDowella, który w niezwykle zajmujący sposób opowiadał o swoich doświadczeniach na styku dizajnu, technologii i opowiadania historii, proponując innowacyjne modele kreowania narracji. Wśród innych poruszanych w ramach Horyzontu 2019 tematów znalazły się *blockchain* – zagadnienie niezwykle istotne także w związku z europejskim jednolitym rynkiem cyfrowym – oraz produkcja z wykorzystaniem nowych technologii (tu świetnym przykładem jest Norwegia, szczególnie wyróżniona na EFM jako Country in Focus 2019).

„Re:Vision Think Tank”, warsztaty z udziałem profesjonalistów branży rozrywkowej z różnych zakątków świata i Europy, dotyczyły zwiększania dostępu do branży we wszystkich jej wymiarach i sektorach. Podobnie jak w latach ubiegłych w ramach „EFM Horizon 2019” zorganizowano, cieszące się niesłabnącym zainteresowaniem, debaty branżowe (*Industry Debates*), Propellor FilmTech Meetup, VR NOW Summit, a także VRNEXT Investors Club. Po raz piąty odbył się EFM Startups, powrócono także do zeszłorocznego wydarzenia zatytułowanego „Przekraczając pomosty pomiędzy technologią i dystrybucją (online)” („Crossing the Bridge Between Tech and (Online) Distribution”). Ostatnie z wymienionych wydarzeń było szczególnie interesujące z punktu widzenia priorytetów komponentu MEDIA, udało się bowiem przeprowadzić dyskusję z udziałem dystrybutorów audiowizualnych i firm z zapleczem technologicznym, której tematem była przyszłość sektora rozrywki i doświadczeń.

Zainteresowani komponentem MEDIA wzięli udział w prezentacjach obszarów dofinansowania Dystrybucja – schematy automatyczny i selektywny oraz Agenci sprzedaży, przygotowanych przez przedstawicieli Agencji Wykonawczej ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego (EACEA).

CREATIVE EUROPE MEDIA STAND

Jak co roku na Europejskich Targach Filmowych obecne było stoisko komponentu MEDIA. Na stanowisku C2 w budynku Martin Gropius-Bau zaprezentowało się ponad 130 wystawców z 24 europejskich państw. Wśród nich było aż 13 przedstawicieli z Polski: AMP Polska | Apple Film Production | Arkana | Bahama Films | Bow and Entertainment | Film Media | Film Produkcja | IKH Pictures Promotion | KFF Sales & Promotion | Media Move | Niezależna Fundacja Filmowa | Shipsboy | Silver Frame. Na stoisku można było również dowiedzieć się więcej na temat samego Programu Kreatywna Europa i komponentu MEDIA.

EUROPEAN FILM PROMOTION

Polskie sukcesy na Berlinie to nie tylko obecność polskich profesjonalistów, pokazy polskich filmów (m.in. niezwykle interesujący pokaz krótkich metraży wschodzących talentów, przygotowany przez Warszawską Szkołę Filmową), lecz także polski uczestnik European Shooting Stars – inicjatywy promującej młodych aktorów z całej Europy. Dawid Ogrodnik, który zaśpiewał fantastycznymi rolami w takich filmach, jak „Chce się żyć”, „Cicha noc” czy „Ostatnia rodzina”, znalazł się wśród 10 aktorów młodego pokolenia wyłonionych przez European Film Promotion (EFP), międzynarodową sieć 38 agencji promujących za granicą kino i talenty ze swoich krajów. Najbardziej znane młode gwiazdy uczestniczące w poprzednich edycjach programu to: Carey Mulligan, Alba Rohrwacher, Alicia Vikander i George MacKay. Uczestnictwo w European Shooting Stars oznacza udział w prestiżowych wydarzeniach podczas Berlina, nawiązanie międzynarodowych kontaktów i zaistnienie na arenie międzynarodowej.

Podobnie jak inna inicjatywa EFP – Producers on the Move – program promujący europejskich aktorów służy wzmocnieniu kompetencji i zwiększeniu obecności młodych talentów na europejskich rynkach. Ze względu na szeroką skalę działań promocyjnych i marketingowych, ukierunkowanych na zwiększanie zainteresowania publiczności i profesjonalistów europejskim kinem najwyższej jakości, European Film Promotion należy do wieloletnich beneficjentów komponentu MEDIA.

Warto podkreślić, że absolwenci obu programów, European Shooting Stars oraz Producers on the Move, byli w tym roku szeroko reprezentowani podczas festiwalu w Berlinie, pokazując łącznie 33 filmy, w tym aż 10 konkursowych. Należy do nich absolwentka Producers on the Move, Klaudia Śmieja, producentka najnowszego filmu Agnieszki Holland „Obywatel Jones”.

Więcej informacji na temat EFP i działań sieci można znaleźć na stronie <https://www.efp-online.com/en/>.



European Shooting Stars 2019 © European Film Promotion

Europejskie utwory audiowizualne i ich obieg – o tłumaczeniach, napisach i dubbingu w świecie nowych technologii

Berlinale to wyjątkowa okazja do wymiany doświadczeń, projektów i pomysłów, a także – prezentacji zagadnień, które w rozpoczynającym się roku będą miały szczególne znaczenie dla procesów zachodzących w europejskim przemyśle filmowym.

Podczas tegorocznego, 69. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie odbyło się kolejne Europejskie Forum Filmowe, mające za zadanie otwarcie dyskusji o ważnych – z punktu widzenia przedstawicieli sektora audiowizualnego – kwestiach. Berlińskie forum było dość wyjątkowe, tym razem zaangażowało także środowisko tłumaczy. Tematem przewodnim były bowiem tłumaczenia audiowizualne.

Forum zatytułowano „Subtitling and Dubbing: Using Technology to Help European Films Travel” („Napisy i dubbing: wykorzystanie technologii w celu ułatwienia cyrkulacji filmów europejskich”), a wśród prelegentów znaleźli się tacy eksperci, jak producentka seriali „Papież” i „Genialna przyjaciółka” Karin Annell czy Federico Keen z platformy MUBI, odpowiedzialny za tworzenie napisów w różnych wersjach językowych.

Rozmowy dotyczyły wyzwań, jakie stawiają przed producentami i dystrybutorami współczesne platformy dystrybucji oraz warunki produkcji, zwłaszcza w kontekście emisji na małym ekranie. W tym kontekście szczególnie interesujący okazuje się przypadek serialowej adaptacji prozy Eleny Ferrante, w której zgodnie z duchem powieści wykorzystano dialekt neapolitański, wyjątkowo rezygnując z dubbingu w języku włoskim.

Wielojęzyczność europejskich koprodukcji to niezwykle interesujący wątek, zwłaszcza gdy bierze się pod uwagę przyzwyczajenia widzów w różnych krajach Europy. Jak wiemy, język dzieła przekłada się na jego dostępność, a więc zasięg, na którym szczególnie zależy komponentowi MEDIA programu Kreatywna Europa. Stąd działania Komisji Europejskiej i Agencji Wykonawczej ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego zmierzające do zwiększenia efektywności wydatków związanych z tłumaczeniami, a ponoszonych przez dystrybutorów, operatorów VOD i organizatorów festiwalu.

Zgodnie z najnowszymi wytycznymi w schemacie selektywnym powstałe dzięki dofinansowaniu z MEDIA wersje językowe mają być dostępne po zakończeniu projektu na terytoriach, gdzie dany język jest wykorzystywany, niezależnie od platformy dystrybucji. W przypadku festiwalu filmowych ich organizatorzy są zachęceni do budowania partnerstw międzynarodowych, które mogłyby m.in. polegać na wykorzystaniu przez kilka wydarzeń tłumaczeń opracowanych dzięki wsparciu komponentu. Ważnym wydarzeniem w skali Europy okazał się ogłoszony w 2016 roku przez Komisję Europejską i zakończony sukcesem europejskiego agregatora treści Milky Way nabór projektów crowdsourcingowych,

których celem miało być opracowanie językowe treści dystrybuowanych za pośrednictwem platform VOD.

O narzędziach i technologiach, które można wykorzystać w celu usprawnienia i zmniejszenia kosztów tłumaczeń, rozmawiano także podczas panelu dyskusyjnego „How Technology is Making European Works More Visible”. Wzięli w nim udział Annemie Degryse z Lumière, Miriam Hagmann-Schlatterbeck z ZDF Digital, Federico Keen z MUBI i Maarten Verwaest z Limecraft oraz przedstawiciele środowiska tłumaczy audiowizualnych.

Kwestią, która wzbudziła największe poruszenie, było zautomatyzowanie procesu tłumaczenia treści audiowizualnych w celu zmniejszenia wydatków i zwiększenia efektywności. Postulat szerszego wykorzystania tłumaczenia automatycznego i zastąpienie tłumaczy oprogramowaniem, które pracowałoby przy edytorskim wsparciu lingwistów, wywołał sprzeciw przedstawicieli sektora tłumaczeniowego. W ciekawej dyskusji o tym, do jakiego stopnia automatyzacja negatywnie wpływa na jakość tłumaczeń, powoływano się na przykłady przekładów literackich, doświadczenie i wiedzę tłumaczy audiowizualnych i konsekwencje wprowadzanych zmian dla branży filmowej.

Warto jednak podkreślić, że kwestia zautomatyzowanych tłumaczeń była podczas forum poruszana przede wszystkim przez przedstawicieli stacji newsowych, między innymi podczas wystąpienia Patricka Leuscha z Deutsche Welle. Reportaż nadawany w wieczornych wiadomościach, krótki film emitowany od razu po wyprodukowaniu – nie ma wątpliwości, że tego rodzaju контент potrzebuje specjalnego podejścia i krótki czas przeznaczony na tłumaczenie jest tu podstawowym wyznacznikiem skuteczności. Czy jednak dążenie do obniżenia kosztów tłumaczeń lub dubbingu sprzyja dbałości o jakość europejskiego repertuaru? Pytanie to pozostało otwarte.

Forum spełniło swoją rolę platformy do dyskusji na temat zmian w sektorze audiowizualnym, stwarzając możliwość polemiki różnym środowiskom zaangażowanym w obieg europejskich utworów. W tym kontekście było jednym z ciekawszych wydarzeń z całej serii paneli dyskusyjnych organizowanych przez Komisję Europejską podczas najważniejszych europejskich festiwalu filmowych. Włączenie do dyskusji tłumaczy i przestrzeń dla ich stanowczego sprzeciwu wobec obniżania jakości wersji językowych, umożliwiających cyrkulację dzieł, stawia nowe zadania przed Unią Europejską i twórcami nowego programu, który w 2021 roku zastąpi Kreatywną Europę.

EUROPEAN CINEMA NIGHT

SHARING
STORIES WE LOVE

INICJATYWA

Pod koniec zeszłego roku po raz pierwszy odbyło się wydarzenie zainicjowane przez Komisję Europejską pod nazwą European Cinema Night. Miłośnicy kina z całej Europy w dniach 3–7 grudnia mieli możliwość bezpłatnie obejrzeć znakomite europejskie produkcje filmowe. Lokalne kina w 34 miastach w 27 państwach członkowskich Unii Europejskiej wyświetliły łącznie 21 filmów ze wsparciem programu Kreatywna Europa komponentu MEDIA. Po projekcjach widzowie mieli okazję spotkać się z twórcami, krytykami filmowymi, którzy opowiedzieli więcej o prezentowanych filmach, stanie europejskiej kinematografii, a także o tym, jak fundusze europejskie, takie jak program Kreatywna Europa, mogą kształtować lokalne społeczności i łączyć Europejczyków w różnych krajach.

European Cinema Night to wyjątkowy projekt prezentujący bogactwo europejskiej kultury filmowej. Ta nowa inicjatywa powstała w kontekście strategii informacyjnej skupiającej się na odbiorcach i ma na celu poszerzenie wiedzy na temat programu MEDIA, przy jednoczesnym promowaniu działań upowszechniających uczestnictwo w nim obywatele państw członkowskich, oraz uwidocznienie, w jaki sposób UE nie tylko przyczynia się do rozwoju europejskich sektorów kultury i kreatywnych, lecz także przynosi korzyści całemu społeczeństwu. Wyświetlane przez kina należące do sieci Europa Cinemas filmy wybrane zostały z puli europejskich tytułów, które otrzymały dofinansowanie na dystrybucję z komponentu MEDIA w ostatnich dwóch latach – łącznie wybrano aż 21 różnych produkcji.

Wśród wyświetlanych filmów znalazły się takie głośne i nagradzane tytuły, jak „Zimna wojna” w reżyserii Pawła Pawlikowskiego, „Zabicie świętego jelenia” oraz „Faworyta” Jorgosa Lantimosy, „Dusza i ciało” w reżyserii Ildiko Enyedi, „Utoya, 22 lipca” Erika Poppe’a, „Granica” Aliego Abbasiego czy tegoroczny zwycięzca LUX Film Prize „Kobieta idzie na wojnę” Benedikta Erlingssona.

European Cinema Night odbyła się z inicjatywy Komisji Europejskiej, przy współorganizacji programu Kreatywna Europa komponentu MEDIA oraz sieci kin Europa Cinemas.

O WYDARZENIU POWIEDZIELI

Komisarz Marija Gabriel, odpowiedzialna za gospodarkę cyfrową i społeczeństwo cyfrowe, stwierdziła: „Kino jest istotną częścią naszej bogatej i różnorodnej kultury europejskiej i przyczynia się do wzmocnienia więzi między ludźmi, którzy odczuwają te same emocje, oglądając film. European Cinema

Night jest okazją do tego, by uwidocznić tę różnorodność i pokazać, jak ważne jest wspieranie bogatej, wolnej i zróżnicowanej produkcji filmowej. Szereg działań podejmowanych na rzecz kina europejskiego sprawia, że UE jest obecna w codziennym życiu obywateli”.

Komisarz Tibor Navracsics, odpowiedzialny za edukację, kulturę, młodzież i sport, powiedział: „Europejskie filmy są częścią naszego dziedzictwa kulturowego, które celebруем przez cały rok, mając na uwadze jak najszerze udostępnienie go wszystkim. W tym duchu European Cinema Night pokazuje obywatelom, w jaki sposób polityka europejska wiąże się z ich życiem, z emocjami, które odczuwają w kinach, oraz w jaki sposób, poprzez udział w wydarzeniu, mogą uczestniczyć w doświadczeniu, które odbywa się w całej Unii”.

EUROPEAN CINEMA NIGHT W POLSCE

W Polsce w ramach European Cinema Night odbyły się dwa pokazy. W kinie Muranów w Warszawie 3 grudnia wyświetlono film „The Square” w reżyserii Rubena Östlunda. Po pokazie odbyła się debata z udziałem krytyka filmowego Janusza Wróblewskiego. Dzień później w Kinie po Baranami w Krakowie pokazano „Fugę” w reżyserii Agnieszki Smoczyńskiej. Po projekcji na pytania publiczności odpowiadała sama reżyserka oraz producentka Agnieszka Kurzydło. Oba pokazy cieszyły się ogromnym zainteresowaniem, wypełniając sale obu kin po brzegi.

DYSTRYBUCJA W MEDIA

Każdego roku średnio ponad 400 filmów jest dystrybuowanych dzięki wsparciu komponentu MEDIA.

W latach 2014–2018 w ramach obszarów Dystrybucja – schemat selektywny i automatyczny oraz Agenci sprzedaży 33 polskie filmy były dystrybuowane w 29 krajach Europy. W latach 2014–2017 ze środków programu Kreatywna Europa przeznaczonych zostało 1 888 450 euro na dystrybucję polskich filmów.

W 2018 roku w ramach Dystrybucji selektywnej polskie firmy wprowadziły do kin w naszym kraju takie europejskie filmy, jak „Wszyscy wiedzą” Asghara Farhadiego, „Dom, który zbudował Jack” Larsa von Triera, „Szczęśliwy Lazzaro” Alice Rohrwacher czy „Dogman” Matteo Garrone’a.

Wszystkie filmy nominowane w kategorii najlepszy film europejski zeszłorocznych Europejskich Nagród Filmowych są lub wkrótce będą wyświetlane na ekranach polskich kin dzięki wsparciu MEDIA.



„Emerge!” w Warszawie: jak wejść do gry – promocja młodych talentów

Kwestiami związanymi z wchodzeniem nowych firm i młodych talentów na rynek audiowizualny zajmowali się uczestnicy i paneliści konferencji „Emerge! European Seminar for Audiovisual Talents”, która odbyła się 4 grudnia 2018 roku w Warszawie. W seminarium udział wzięli eksperci, producenci, organizatorzy festiwali filmowych z firm polskich oraz zagranicznych, m.in. AC Coppens, Doris Bandhold, Laurent Crouzeix, Kasper Dissing, Agnieszka Rostropowicz-Rutkowska i Anna Kot.

Do spotkania, zorganizowanego przez Kreatywną Europę, zaproszono przedstawicieli organizacji wspierających rozwój innowacji i sektorów kreatywnych. W rozmowie na temat strategii promocji młodych talentów, ich „przebijania się” do szerokiej publiczności rozmawiali producenci, przedstawiciele studiów filmowych i firm dystrybucyjnych, a także Dawid Bodzak, autor nagradzanego w kraju i za granicą filmu „Drżenia”. „Nowe pokolenie filmowców stanowi przyszłość europejskiego sektora audiowizualnego” – podkreśliła Małgorzata Kiełkiewicz, dyrektor Creative Europe Desk Polska podczas przywitania uczestników seminarium. „Zajmiemy się kwestiami związanymi z wchodzeniem no-

wych firm i start-upów na rynek. Zachęcimy do poszukiwań w dziedzinie technologicznych i marketingowych innowacji” – zapowiedziała.

Jako pierwsza głos zabrała AC Coppens, założycielka Marketing Catalysts, firmy działającej w Nowym Jorku, Los Angeles, Berlinie i Marsylii, wspierającej rozwój przedstawicieli sektorów innowacji i kreatywnych funkcjonujących na przecięciu technologii cyfrowych, sztucznej inteligencji, filmu, animacji, dizajnu i muzyki. „Potrzebujecie strategii. Przygotowania. Bez tego przyjdziecie ze źle dobranymi argumentami do niewłaściwych ludzi i z waszej wizji – jakkolwiek



Seminarium "Emergel", fot. Rafał Nowak / CC BY-ND / Polska

piękna i nowatorska by nie była – nie wyniknie nic. To prawdziwa zdrada artystycznych ideałów. Najważniejsze jest więc przygotowanie gruntu” – powiedziała.

„Pomogę wam znaleźć sposoby, dzięki którym lepiej przygotujecie się do prezentacji – od góry do dołu, od najważniejszych spraw po najdrobniejsze kwestie. Musicie wiedzieć, dlaczego robicie to, co robicie. Przecież jest mnóstwo ludzi, którzy pracują kreatywnie, mają projekty. Dlaczego inwestor, klient, miałby zwrócić uwagę właśnie na was? Musisz pokazać mi swoją unikatową perspektywę. Jeśli jesteś operatorem kamery, fotografem, scenopisarzem – świetnie! Mamy ich tu tysiące. Jeśli jesteś reżyserem, to doskonale, ale mamy ich na pęczki. Co cię wyróżnia? Jaki jest twój wyjątkowy sposób patrzenia na świat, opowiadania o nim? Jaka jest twoja osobowość? Jeśli jesteś artystą, jeśli dzielisz się swoją wizją świata, zareaguje na nią” – przekonywała uczestników seminarium, wśród których znaleźli się młodzi filmowcy i producenci.

Odpowiadając na ich pytania, Coppens podkreślała wartość starannego strategicznego przygotowania. Zwracała uwagę na konieczność wyznaczania sobie celów – nie wizji. Cele są realne, możliwe do osiągnięcia w określonym czasie, dające się zmierzyć. „Kto właściwie, realnie może mi pomóc i służyć mojej sprawie? Ustrukturyzowałam sobie rynek, myśląc pod tym kątem, by zawsze wiedzieć, do kogo się zwrócić, by osiągnąć cel. Nie biegałam po próżnicy, tracąc zapał, energię i czas. Jeśli produkuję seriale, mam wiele sposobów ich dystrybucji. Mogę to zrobić przez internet, newsletter. Docieram do mojej widowni. Mogę pójść inną drogą, w zależności od moich potrzeb – mogę zamieścić wideo na YouTube, mogę pójść do agencji reklamowej albo do Netflixa lub innego tego typu dystrybutora. Drog jest wiele. Mogę nawet zatrudnić agenta, by reprezentował mnie na festiwalach. Zorganizujcie kanały dystrybucji, przygotujcie strategię dystrybucji w zależności od waszych potrzeb” – namawiała, podkreślając konieczność współpracowania z blogerami, budowania bazy danych kontaktowych, wysyłania newslettera. Jej zdaniem należy korzystać z całej różnorodności kanałów dystrybucyjnych.

Podczas panelu dyskusyjnego „Jak wspierać rozwój talentów?” o działaniach, podejmowanych przez European Film

Promotion – Future Frames opowiadała kierownik biura prasowego firmy Doris Bandhold, która od 2010 roku jest także programerką przy Filmforum Dni Filmów Nordyckich w Lubece. „Mamy programy skierowane do młodych twórców. Prezentujemy filmy, oczywiście, ale to tylko jeden z elementów całego programu. Całą sekcję dedykujemy branży. Filmowcy dostają mentora, który im pomaga. Po zakończeniu programu utrzymują ze sobą kontakt. Organizujemy spotkania z agentami, dystrybutorami, dyrektorami festiwali filmowych, producentami, tak by zobaczyli, jak wielką sieć muszą zarzucić, by zetknęli się z tą strukturą i nawiązali pierwsze kontakty. To biznesowa strona sztuki” – podkreśliła.

„Wielu młodych filmowców, świeżo po szkole, nie chce w ogóle zajmować się takimi sprawami; są artystami. Ale muszą zrozumieć, że są też biznesmenami, sprzedawcami – muszą znaleźć sposób, by ich sztuka była możliwa. By ktoś ją pokazał, sfinansował, wypromował. Artysta musi nauczyć się promować swoją pracę” – zauważyła Bandhold.

Katarzyna Wilk – zastępca dyrektora w KFF Sales & Promotion, zajmującą się promocją polskich filmów dokumentalnych, krótkometrażowych i animowanych – oceniła, że prace studentów kierunków filmowych w Polsce bywają na tak wysokim poziomie, że dostają się na najważniejsze festiwale i pokazywane są w sekcjach krótkich metraży.

Przedstawiciel duńskiej Zentropy, producent Kasper Dissing przyznał, że wielu młodych reżyserów odmawia dyskusji na temat swojej wizji. „Nauczyłem się nie angażować w takie projekty. Ja jestem zainteresowany nawiązywaniem kontaktu z publicznością. I nie chodzi o jej schlebienie, tylko dawanie swojej sztuce szansy. Na samym początku pytam więc, kto jest widownią. Do kogo adresujemy film? To najważniejsze pytanie” – podkreślił.

W panelu udział wziął również Laurent Crouzeix, dyrektor wykonawczy festiwalu filmów krótkometrażowych w Clermont-Ferrand. „Nasz festiwal z biegiem lat zyskał status najważniejszego – lub jednego z najważniejszych – wydarzeń w świecie filmu krótkometrażowego. Pokazujemy ponad 500 filmów, spośród których około 150 to nowe dzieła. Przygotowujemy



specjalne sekcje festiwalowe dla twórców młodych, przełamujących granice, eksperymentujących. Nasza praca polega na tym, by upewnić się, że te prace dotrą do widowni, że nie zagubią się w gąszczu programu” – tłumaczył.

„Goszczą u nas przedstawiciele wszystkich gałęzi branży filmowej, około 3500 delegatów. To daje szansę nawiązywania kontaktów. Chodzi w gruncie rzeczy o to, by doprowadzić do spotkania odpowiednich ludzi ze sobą. Wymienią wizytówki, porozmawiają o jakimś projekcie, może znajdą nowe sposoby dystrybucji już istniejących dzieł” – opowiadał o korzyściach, jakie młodzi twórcy mogą wynieść z udziału w festiwalu w Clermont-Ferrand.

Udział w festiwalach był również tematem panelu „Pojawić się i zostać? Wpływ i trwałość nowych projektów audiowizualnych”, który poprowadził dziennikarz Błażej Hrapkowicz. Czy obecność krótkich metraży w obiegu festiwalowym wymaga szczególnej promocji, strategii, czy też przestrzeń festiwalowa dla młodych twórców jest na tyle przyjazna, że nie stanowi to problemu? – pytał uczestników: Annę Kot z Munk Studio, krytyka Marcina Radomskiego i specjalistkę ds. promocji i strategii festiwalowych Agnieszkę Rostropowicz-Rutkowską.

„Krótkie metraże na festiwalach są coraz bardziej ważne, a młodym twórcom zależy, by ich filmy pokazywano nie na przypadkowych imprezach, ale by strategia była starannie zaplanowana” – oceniła Kot. „Staramy się tłumaczyć twórcom, że premiera światowa w Clermont-Ferrand jest dla nich ważniejsza niż premiera w Cannes, gdzie zainteresowanie krótkimi metrażami jest zdecydowanie mniejsze. W Koszalinie podczas panelu jedna z uczestniczek powiedziała nawet, że dla niej obecność na markecie w Clermont jest ważniejsza niż obecność w jakiegokolwiek sekcji konkursowej w Cannes – na markecie ktoś cię zauważy, bo w tym właśnie celu się tam przyjeżdża: żeby zauważyć krótkie metraże i ich twórców” – zauważyła.

Krytyk Marcin Radomski pytał retorycznie: „Twórcy chcą, by ich film wypłynął na zagraniczne wody, by miał premierę na wielkim festiwalu, myślą o zagranicy w pierwszej kolejności. A może warto pomyśleć o obecności na naszych festiwalach krótkometrażowych i dopiero później poka-

zywać je za granicą?”. Zgodziła się z nim Rostropowicz-Rutkowska, która przyznała, że „twórcy często myślą o festiwalach klasy A, już wyobrażając sobie canneńską palmkę na plakacie swojego filmu. Często myślą o festiwalach, dających kwalifikatory do Oscarów. Uczulam, by nie myśleć od razu o ścieżce oscarowej”.

„Twórca powinien myśleć o kwestii artystycznej, skupić się na sztuce, ale ludzie, którzy go otaczają – producenci, muszą odpowiedzieć sobie na pytanie, dla kogo ten film powstaje. Czy powstaje z myślą o szerokiej widowni, czy do szuflady? Jeżeli dla widzów, to trzeba zająć się promocją” – dodała i zwróciła uwagę na różnorodność oferty komunikacyjnej, na jaką liczyć może młody twórca starający się nawiązać więź z widownią: dostępne platformy, kanały, media społecznościowe czy VOD.

Jak oceniła Kot, pozycja filmu krótkometrażowego w Polsce poprawia się z roku na rok, do czego przyczyniają się przede wszystkim sukcesy polskich twórców. „Dwanaście lat temu, gdy powstawał pierwszy film w ramach programu «30 minut», nikt nie myślał, że kilkanaście lat później będziemy mieli film z nagrodą w Cannes, jak w przypadku «Najpiękniejszych fajerwerków ever» Aleksandry Terpińskiej” – zauważyła.

Od początku – już podczas planowania „Emergel” i układania programu wydarzenia – zależało nam na prezentacji nowych projektów i stworzeniu płaszczyzny do spotkania doświadczonych producentów oraz przedstawicieli branży audiowizualnej z twórcami będącymi na początku swojej drogi.

W listopadzie zamknęliśmy nabór krótkich metraży na etapie developmentu, które zespół Creative Desk Polska ocenił pod kątem kryteriów stosowanych przy ocenie projektów w schemacie Development – projekt pojedynczy. Ocenie poddano: adekwatność projektu i europejską wartość dodaną, jakość projektu i zaplanowanych działań, upowszechnianie rezultatów oraz wpływ i trwałość przedsięwzięcia. Kluczowy – jak zawsze przy ocenie inicjatyw zgłaszanych w MEDIA – był europejski i międzynarodowy potencjał dystrybucji, a więc nowatorskie ujęcie tematu (zarówno w warstwie treści, jak i wizualnej), wyraźnie określona grupa potencjalnych odbiorców,



a także doświadczenia aplikujących. Zależało nam, aby wśród przedstawionych 4 grudnia na scenie „Emerge!” projektów znalazły się zarówno animacje, jak i dokumenty oraz krótkie formy fabularne. Niezwykle ucieszył nas fakt, że w konkursie udział wzięli absolwenci takich inicjatyw, jak współorganizowanego przez Creative Europe Desk Polska i Stowarzyszenie Nowe Horyzonty Studio Nowe Horyzonty czy Film Spring Open – warsztatów dofinansowanych z programu Kreatywna Europa w latach 2016–2018.

Wybór projektów do prezentacji okazał się niezwykle trudny. Ograniczenia czasowe pozwoliły na przedstawienie pięciu pomysłów, uczestnicy wydarzenia mogli się też zapoznać z formularzami zgłoszeniowymi pozostałych twórców, których filmy – chociaż nie zostały zaprezentowane publiczności w formie pitchingu – warte są uwagi i z pewnością w przyszłości się zdobędą uznanie widzów i krytyki.

Poniżej przedstawiamy alfabetyczną listę zaprezentowanych projektów:

- **„Bogu zawierzeni”**, reż. Przemysław Stański
- **„Crumbs”**, reż. Marek A. Sobkiewicz
- **„Mary on the Moon”**, reż. Kasia Prus, scen. Wojciech Szczerba
- **„Matriomin”**, reż. Maciej Wiktor
- **„To będzie takie piękne samobójstwo”**, reż. i scen. Michał Hytchoś

Prezentacja „Bogu zawierzonych” ze względu na kolizję terminów została nagrana z wyprzedzeniem i od niej zaczęliśmy tę część „Emerge!”. Animowana, oparta na rodzinnych doświadczeniach historia przenosi widza w czasy wojenne, pozwala dowiedzieć się więcej o polskiej wsi, historii batalionów chłopskich i zwykłych ludzi w nią uwikłanych. „Crumbs” / „Okruchy” to intymna historia osadzonej w więzieniu kobiety i jej relacji z kilkuletnim synem, z którym zgodnie z obowiązującym prawem musi się rozstać. „Mary on the Moon”, szalony musical o śpiewającej po polsku pierwszej kobiecie, która poleciała (tam i z powrotem!) na Księżyc, żongluje konwencjami, choreografią, muzycznymi szlagierami. Bohaterka to silna i niezależna kobieta, która śmiało

pokonuje wszelkie trudności i dąży do celu – oczywiście ze śpiewem na ustach. Muzyczny dokument Macieja Wiktora przybliży z kolei ideę i historię matriomina – jednego z najdziwniejszych instrumentów świata o niepowtarzalnym dźwięku i wyglądzie. Zestaw projektów zakończyła nasyczona czarnym humorem fabuła o miasteczku samobójców i potężde miłości.

Wśród projektów zgłoszonych na „Emerge!” znalazły się także (kolejność alfabetyczna):

- **„Daglock”**, reż. Piotr Gacek, zdj. Maciej Kwaśniewski, prod. Justyna Koziarz – opowieść o kołtunie – kompleksie, którego nie można się pozbyć i który stopniowo przesłania cały świat – zarówno, kiedy próbujesz go ukryć, jak i kiedy ostatecznie wymyka się spod kontroli;
- **„Don't Look at Me”**, Anna Furmanowicz, Bartosz Konstrat – opowieść o samotnej walce z depresją, której towarzyszy kamera – jedyny świadek i towarzysz zmagania z lękami głównej bohaterki;
- **„Ich czworo”**, reż. Ida Raszka i Justyna Korzeń, zdj. Beata Rakoczy, prod. Aleksandra Gajdosz – autorska interpretacja dramatu Gabrieli Zapolskiej, widziana z perspektywy dziecka historia świata, który w jednej chwili z bezpiecznego i dobrze znanego zmienia się w arenę dla agresji i walki o niejasne cele;
- **„Nad wodę”**, reż. Marcin Chłopaś – dokument o ludziach, których pozornie nie łączy nic, poza jednym: wszyscy uwielbiają spędzać czas nad wodą;
- **„Szansa na sukces”**, reż. Małgorzata Suwała, scen. Marta Jagniewska – wspaniała czarna komedia o mężczyźnie, który ma dokonać kradzieży w towarzystwie agresywnego przestępcy i o komplikacjach wynikających z faktu, że musi zabrać ze sobą swoich rodziców;
- **„The Death of the Czech Dog”**, scen. i reż. Adam Barwinski (na podstawie opowiadania Janusza Rudnickiego) – Polak, stary Czech, turecki taksówkarz, grupa Cyganów i jeden martwy pies – w wielokulturowym tyglu, jakim jest współczesny Berlin;
- **„Three Feathers”**, reż. Zuzanna Grajcewicz, zdj. Ewa Radzewicz – historia spotkania marzącej o harcerskiej odznace Anki i Phana – ukrywającego się w lesie imigranta.

AC COPPENS: POMÓŻ SAMEMU SOBIE

Polscy politycy powtarzają nam jak mantrę, że Polska jest postrzegana w Europie jako kraj innowacyjny, pełen energii i chęci do pracy. Tak chcemy być widziani. A jak jest naprawdę?

Moja babcia jest Polką, więc muszę przyznać, że mam słabość do waszego kraju. Bardzo lubię przyjeżdżać do Krakowa, Wrocławia, Gdańska czy Warszawy. Patrząc na Polskę z zewnątrz, nie jako uczestnik ważnych wydarzeń społecznych, artystycznych i politycznych, można dostrzec tę „ciemniejszą stronę” kraju, widzimy to w wiadomościach i we wszystkim, co związane z polityką.

Z drugiej jednak strony Warszawa i inne polskie miasta rozwijały się dynamicznie przez ostatnie 30 lat, również w branżach kreatywnych. Stawiacie na innowacje w sztuce, architekturze, strategiach działań społecznych i edukacyjnych. Widać to na ulicach Warszawy – widać, jak zmieniła się przez ostatnie dziesięć lat. To efekt pracy wielu kreatywnych młodych ludzi, którzy mają wizję przyszłości i chcą wprowadzać ją w życie – dla siebie samych i dla innych współobywateli. Nie można zredukować całego kraju do wąskiego grona ludzi, trzeba patrzeć w przyszłość, wsłuchiwać się w głos i propozycje młodych ludzi. W swoim zespole mam młodą Polkę, co jest dla mnie niezwykle cenne. Doceniam to, jak pracuje, jak otwarta jest na świat i tolerancyjna. Mam więc bardzo mieszane uczucia względem polskiej przeszłości, obawy wobec jej teraźniejszości, ale o przyszłość jestem spokojna.

Co jest największym wyzwaniem stojącym przed młodym twórcą pochodzącym z Polski, który marzy o międzynarodowej karierze? Wiadomo, że konieczna jest tytaniczna praca i odrobina, a może nawet całkiem sporo, szczęścia. Ale co mogę zrobić, na przykład jako początkujący filmowiec, by pomóc samemu sobie? Jak sprowokować łut szczęścia?

Możesz mu pomóc. To właśnie starałam się przekazać podczas prezentacji. Jeśli się przygotujesz – odrobisz pracę domową, dowiesz się, do kogo się zwrócić i z jaką ofertą, z jakimi słowami – to, co może wydawać się tylko łutem szczęścia, w rzeczywistości będzie efektem twojej własnej pracy. Jeśli się przygotujesz, to nie będzie przypadek, że znalazłeś się w konkretnym pomieszczeniu w otoczeniu konkretnych ludzi: producentów, dyrektorów placówek kulturalnych, dziennikarzy. Nawiązujesz kontakty, wymieniasz poglądy z ludźmi z branży. Coś z tego wyniknie – a to nie jest szczęście, to nie fart. Tym, którym udaje się dotrzeć do samej mety, na sam szczyt, w sukcesie na pewno pomogły korzystne zbiegi okoliczności. Sprawili, że byli nieco bardziej widoczni. Ale oni tę szansę wykorzystali – mieli talent, wizję. A to, co wydaje się dziać samo z siebie, bez wysiłku, właśnie za sprawą talentu, boskiego natchnienia, w rzeczywistości jest morderczą harówką.

Czy dziś – w czasach internetu – ta harówka nie powinna być nieco mniej mordercza? Droga mniej skomplikowana? W końcu mury zostały obalone, nie ma już stróżów kul-



turalnych szanów, ludzi, którzy decydowali o czymś być albo nie być. Dziś sam mogę sobie nagrać płytę, sam ją wydać i dystrybuować.

Wcale nie jest trudniej, po prostu wszystko dzieje się szybciej. I wszystkiego jest więcej. Masz zatem więcej zadań do wykonania, zanim przystąpisz do rzeczy samej, do sztuki, o którą przecież chodzi. Kiedyś było mniej źródeł dystrybucji, była mniejsza liczba partnerów, z którymi trzeba było pracować. Z tych względów było łatwiej. Dziś musisz się wykazać, pokazać, czym się wyróżniasz. Jest taki tłok. Mamy zbyt wielu twórców, zbyt wiele dzieł i kanałów informacyjnych oraz niewystarczająco dużo czasu. Musisz więc być naprawdę świetnie zorganizowany. Jeśli spiszesz sobie listę rzeczy do zrobienia, przygotowania przed przystąpieniem do pracy, znacznie łatwiejsze będzie zorientowanie się w tym labiryncie, przedarcie się przez informacyjną dżunglę. Inaczej twoja praca przepadnie, zniknie w kosmosie cyfrowej twórczości.

Jak przekonać młodego artystę, że musi być też przedsiębiorcą? I że nie musi to oznaczać zdrady sztuki czy sprzedaży ideałów?

Nie masz za bardzo wyboru. Jeśli ty nie potrafisz tego robić albo brzydzisz się biznesową stroną przedsięwzięcia, znajdź partnera, który nie ma takiego problemu, jest rzutki i podejmie się tych zadań. Uważam, że powinno uczyć się w szkołach, jak rozwijać umiejętności autoprezentacji i przedsiębiorczości. Jeśli sam nie dajesz rady, zorganizuj sobie zespół. Inaczej nie masz szans, przepadniesz. Chyba że jesteś geniuszem.

A nawet jeśli jesteś geniuszem...

...i tak będziesz potrzebował pomocy innych w wejściu na rynek. W przeciwnym razie twoja praca nie trafi do ludzi, nie zostanie sprzedana, nie zostanie wystawiona.

* AC Coppens wspiera rozwój przedstawicieli sektorów innowacji i kreatywnych działających na przecięciu technologii cyfrowych, sztucznej inteligencji, CR/AR/XC, filmu, animacji, gier, dizajnu, muzyki, ze szczególnym zainteresowaniem wyzwaniami charakterystycznymi dla wchodzenia na nowe rynki. Wspiera projekty intermedialne i transmedialne z uwzględnieniem budowania publiczności Tribeca Film Institute w Nowym Jorku, DOK Leipzig, story:first digital storytelling lab, Web First: Webseries Lab, PRIMI Pole Mediterranee Transmedia. Wykłada na takich konferencjach, jak Berlinale Talents, Berlinale EFM Horizon, Changing the Picture Technology Conference, CPH:DOX Cinema: Science, DOK Industry, IFA+Summit, Silbersaltz. Jej firma, Marketing Catalysts, jest aktywna w Berlinie, Nowym Jorku, Los Angeles, Zurychu i Marsylii.

KASPER DISSING:

ROZMOWA O BIZNESIE SŁUŻY SZTUCE

Jak sprawić, by młody twórca, artysta, chciał zająć się sprawami tak przyziemnymi, jak promocja jego własnej sztuki? Jak mówić o biznesie w sztuce, nie zniechęcając jednocześnie do pracy twórczej?

Rozmowa o tym nie powinna być zniechęcająca. Służy przecież powodzeniu całego projektu, od niej zależy niemal wszystko. Jeśli artysta przychodzi ze swoją wizją, swoim pomysłem, a my zaczynamy go zmieniać, dostosowywać do własnego widzimisię tak, że w końcu to bardziej nasz projekt niż artysty – wtedy jest to zniechęcające. Ktoś przychodzi do nas z wysublimowanym filmem artystycznym, a my dorzucamy do niego kilka wybuchów i pościgów samochodowych... To byłoby nie fair, zgoda.

Musimy rozmawiać o projekcie i o tym, do kogo jest skierowany. Rozmowa może być frustrująca jeśli twórca odmawia uczestnictwa w dialogu i po prostu nie interesuje go jakakolwiek publiczność. Ta może być zupełnie niewielka, to może być film tylko dla wielbicieli wyrafinowanej sztuki... W Danii nie ma ich aż tak wiele. Ale jeśli tak ma być – jeśli to ma być twoja widownia, przygotuj go dla niej, tak by chciała go zobaczyć, by była z niego zadowolona. Zrób to, a potem zmierz się z prawdziwym problemem – faktem, że nie masz pieniędzy na zrobienie takiego filmu, nie stać cię na taki luksus.

Czy problem leży w kształceniu młodych talentów?

W Danii ten problem nie jest wielki. Wielu młodych reżyserów jest przywykłych do robienia krótkometrażowych filmów przy bardzo niskich budżetach. Problemem jest przejście z trybu niskobudżetowego, niemal *pro publico bono* do trybu profesjonalnego. Od sytuacji, w której twoja załoga pracuje za darmo, ponieważ to film krótkometrażowy, i wszyscy chcą ci pomóc, bo jesteś młodym twórcą, do agresywnego profesjonalizmu. Ta transformacja to wyzwanie – przechodzisz z poziomu, na którym masz 300 euro na zrobienie filmu, na wyższy, gdzie dysponuje się milionowymi kwotami. Wcale nie oznacza to niestety, że z takim budżetem wreszcie będziesz mógł w pełni zrealizować swoją wizję. Wręcz przeciwnie.

Czy młodemu artyście jest dziś, w dobie internetu, łatwiej, czy – paradoksalnie – znacznie trudniej zostać metaforycznie wyłowionym z tego morza treści?

Mogę mówić jedynie z duńskiego punktu widzenia: w zeszłym roku mogłeś zrobić film, jeśli miałeś wsparcie Duńskiego Instytutu Filmowego, stację telewizyjną i dystrybutora. Wiele projektów stanęło w miejscu, gdy okazało się, że nie może znaleźć nadawcy, który zgodziłby się wyemitować film. Nowe regulacje zlikwidowały konieczność współpracy z telewizją, więc dopiero dowiemy się, czy był to dobry krok, czy nie. Ale na pewno mamy teraz mniej opcji. Pojawienie się takich graczy, jak HBO czy Netflix, utrudnia sprawę, ponieważ oni nie biorą żadnej odpowiedzialności za odkrywanie nowych talentów, nie angażują się w ryzykowne produkcje... Wiem, że niektórzy czasami jednak się



na to godzą, ale to wyjątki potwierdzające regułę. Potrzebują mieć jakiegoś rodzaju zabezpieczenie: głośne nazwisko, znanego aktora lub uznanego reżysera. To sprawia, że teraz jest trudniej, bo większość funduszy trafia do największych graczy.

Czy w Danii młody twórca może liczyć na wsparcie instytucji państwowych?

Najlepiej chyba aplikować o stypendium do Duńskiego Instytutu Filmowego. Stypendia sięgają 8000 euro. Tyle tylko, że to cały budżet, a wraz z przyjęciem pieniędzy zrzekasz się jako twórca praw do swojego dzieła. Dostajesz w pakiecie pokaz twojego filmu w państwowej telewizji, co w praktyce oznacza, że nie możesz go potem sprzedać.

Tracisz kontrolę nad filmem?

Na szczęście nie jest tak źle. Chodzi o to, by zminimalizować liczbę ludzi, którzy mają coś do dodania przy produkcji. Stworzenie warunków dla twórcy, w których może bez reszty poświęcić się pracy. To dobry plan – tyle tylko, że większe firmy, takie jak Zentropa, nie mogą na dłuższą metę tworzyć przy tak niskich budżetach. Ja chciałbym przejąć tych najbardziej utalentowanych twórców z mniejszych firm i pomóc im tworzyć większe formaty.

Jak ich odnajdujecie?

Jest ich naprawdę wielu. Jeśli przyjdiesz do nas z unikalnym pomysłem, to ci pomożemy. Jeśli dodasz do tego wolę, by stworzyć ten film, choćby nie wiem co – to jest z grubsza to, czego szukamy. Ludzi, którzy chcą poświęcić więcej. Jeśli jesteś młody, musisz ryzykować, pracować prawie za nic, za wszelką cenę. W Zentropie mamy doświadczonych producentów, a także takich jak ja i wielu znacznie młodszych. Wydaje mi się, że może być nam nieco łatwiej przyciągać młodych utalentowanych ludzi, bo sami wciąż jesteśmy młodzi, rozumiemy ich problemy i ideały, rozumiemy się nawzajem.

* Kasper Dissing pracuje w Zentropie od 2014 roku. Jest absolwentem alternatywnej szkoły filmowej Super16, którą ukończył jako producent w 2016 roku. W tym samym roku został wybrany do Klubu Młodych Nordyckich Producentów w Cannes, a rok później – w ramach obchodów ESK w Aarhus – stworzył filmową wystawę dla Moesgaard Museum. Obecnie pracuje nad serialami telewizyjnymi oraz filmami pełnometrażowymi, współpracując z nordyckimi talentami filmowymi.

Polskie organizacje w ramach Projektów współpracy europejskiej

Z każdym rokiem powiększa się grono polskich beneficjentów realizujących działania dzięki dofinansowaniu komponentu Kultura programu Kreatywna Europa. W związku z tym chcielibyśmy zaprezentować wybrane realizacje w ramach Projektów współpracy europejskiej, które otrzymały finansowe wsparcie w 2018 roku, a których partnerami są właśnie polskie instytucje.

iCoDaCo (International Contemporary Dance Collective) to dwuletni projekt, w którym międzynarodowy kolektyw artystów i producentów współtworzy i prezentuje spektakl tańca współczesnego, rozwija nowe metody pracy i buduje trwałe relacje między twórcami a publicznością w miejskich i wiejskich społecznościach, poprzez bezpośrednie interakcje i dyskusje. Obok Nowohuckiego Centrum Kultury projekt realizują cztery organizacje działające w sektorze tańca współczesnego: iLDance (Szwecja), Gwyn Emberton Dance (Walia), Jacqueline Sintung Wong (Hongkong), SÍN Arts and Culture Centre (Węgry). W jego ramach sześcioro artystów z krajów partnerskich – Lee Brummer, Mui Cheuk-Yin, Eddie Ladd, Joseph Lee,

Weronika Pelczyńska, Imre Vass – odbywa rezydencje artystyczne, które obejmują pracę nad spektaklem, warsztaty, otwarte próby i spotkania z lokalną społecznością. Otwarcie procesu twórczego wynika z przyjętego w projekcie demokratycznego modelu współpracy, opartego na konsensusie, zaufaniu i transparentności, który dotyczy zarówno pracy artystycznej, jak i zarządzania produkcją.

Relacje artystów i producentów z poszczególnych aktywności są publikowane na blogu, a refleksje zewnętrznych obserwatorów (krytyków, teoretyków tańca, kuratorów) zostaną zebrane w książce.

Oficjalna strona projektu: www.icodaco.com

Międzynarodowy projekt **ArtCoMe. Art and Contemporary Me. Artwork as a medium building European identity** łączy uczniów z czterech miast partnerskich – Ołomuńca, Krakowa, Bratysławy i Pecz – by odpowiedzieć na pytanie, jak dziś młodzi ludzie postrzegają sztukę środkowoeuropejskiej awangardy i budowaną przy jej pomocy tożsamość. ArtCoMe to projekt edukacyjny oparty na współpracy uczniów, profesjonalistów, nauczycieli i edukatorów muzealnych. Został stworzony, by ułatwić nawiązanie międzykulturowego dialogu opartego na wspólnym, europejskim dziedzictwie. Jego celem jest przełamywanie granic między sztuką amatorską a profesjonalną.

Na projekt składają się: międzynarodowy program edukacyjny dla uczniów i nauczycieli, wystawa „Czas przełomu.

Awangarda w Europie Środkowej 1908–1928”, międzynarodowa konferencja naukowa, publikacja oraz krajowy program edukacyjny.

Najważniejszymi punktami projektu są cztery spotkania młodzieży szkolnej, odbywające się w latach 2018–2020, w ślad za wystawą „Czas przełomu. Awangarda w Europie Środkowej 1908–1928”, zorganizowaną przez Muzeum Sztuki w Ołomuńcu we współpracy z Galerią Miasta Bratysławy, Międzynarodowym Centrum Kultury w Krakowie i Muzeum Janus Pannonius w Pecz.

Partnerem szkolnym projektu jest VII Prywatne Liceum Ogólnokształcące im. Mikołaja Reja w Krakowie.

Oficjalna strona projektu: www.artcome.eu

Projekt **EMERGENCE** bada rolę pamięci lokalnej i globalnej – w jakim stopniu pamięć kształtuje nasze rozumienie dziedzictwa kulturowego i jego postrzeganie w różnych częściach Europy. Sztuki performatywne stają się tu platformą łączącą doświadczonych projektantów i scenografów z nowym pokoleniem artystów, dzięki czemu młodzi twórcy mogą rozwijać swoje umiejętności.

Nieustannie zmieniające się warunki polityczne i społeczno-ekonomiczne budują tożsamość i pamięć danego miejsca

i pokolenia. Konkretnie sytuacje, wydarzenia i konflikty ideologiczne stanowią znaczniki na wspólnej mapie doświadczeń. Pamięć o nich bywa sprzeczna z tym, co zostało zapisane w oficjalnie obowiązujących narracjach historycznych poszczególnych narodów kształtujących poglądy nowego pokolenia. Percepcja minionych wydarzeń wpływa na interpretację bieżących i to jest główny temat projektu: żywe dziedzictwo i przekształcanie pamięci.

Strona polskiego partnera projektu: www.instytut-teatralny.pl



Kreatywna
Europa

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu