Creative Europe
Desk Polska

nr 2/2022

Magazyn

Creative Europe Desk Polska

„Reach Out! How to Attract Your Audience", fot. Maciek Jaźwiecki, mat. CED Polska

04

VARIA

04 Culture Moves Europe. Nowy program mobilności

04 Iva Pezuashvili laureatem Nagrody Literackiej Unii Europejskiej 2022

05 Zdobywcy Nagrody Mies van der Rohego 2022

06 Raport Komisji Europejskiej o planie pracy na rzecz kultury 2019–2022

06 Europejskie Dni Dziedzictwa 2022

07 Znak Dziedzictwa Europejskiego – nowe obiekty na mapie Europy

08 Europa Nostra 2022 – najważniejsze europejskie nagrody w zakresie dziedzictwa dla 30 wyjątkowych osiągnięć z 18 krajów

11 Nowy Europejski Bauhaus – festiwal i nagrody

12 Europa Nostra Award po raz drugi dla Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN – za TISZ Festiwal Żydowskiego Jedzenia

14

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

14 Off Camera Pro Industry

15 KFF Industry

16 Włączanie społeczne w kulturze – podsumowanie panelu dyskusyjnego

19 13. edycja Studia Nowe Horyzonty+

20 Relacja z konferencji „Reach Out! How to Attract Your Audience”

24

ROZMOWY

24 Międzynarodowy potencjał dystrybucyjny projektów jest dla mnie niezwykle istotny – rozmowa z producentką Małgorzatą Prociak

26 Narodowy Instytut Muzyki i Tańca liderem „Dancing Together, Again! Creative Residencies Programme”

27

DOFINANSOWANE PROJEKTY

27 Gdzie jest moja ekipa? Crew United dla profesjonalistów sektora filmowego

30 Porozmawiajmy o szkoleniach: Inside Pictures

Szanowni Państwo,

drugim w tym roku wydaniem „Magazynu CED Polska” zamykamy lato. W pierwsze jesienne wieczory zachęcamy do zapoznania się z garścią informacji na temat europejskich sektorów kultury i kreatywnego. Prezentujemy Państwu między innymi tegorocznych laureatów nagrody w zakresie dziedzictwa Europa Nostra. Już po raz drugi to wyróżnione otrzymało Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN – tym razem za projekt TISZ Festiwal Żydowskiego Jedzenia.

W tym numerze wracamy również pamięcią do wydarzeń współorganizowanych w ostatnich miesiącach przez Creative Europe Desk Polska wraz z naszymi polskimi partnerami – Fundacją Off Camera, Krakowską Fundacją Filmową oraz Stowarzyszeniem Nowe Horyzonty. Podsumowujemy pierwsze spotkanie z cyklu „Kreatywne debaty | porozmawiajmy o... włączaniu społecznym w kulturze” oraz czerwcową konferencję „Reach Out! How to Attract Your Audience”, poświęconą narzędziom i metodom budowania publiczności filmów oraz nowym trendom marketingowym.

Rozmawiamy także z Mateuszem Czekajem oraz Aleksandrą Kleinrok, przedstawicielami Narodowego Instytutu Muzyki i Tańca, który jest liderem projektu „Dancing Together, Again! Creative Residencies Programme”. O wadze międzynarodowego potencjału dystrybucyjnego projektów oraz filmach, nad którymi obecnie pracuje ZK Studio, opowiada nam producentka Małgorzata Prociak.

Na łamach tego wydania przybliżamy dofinansowaną w 2021 roku w ramach schematu *Innovative tools and business models* internetową platformę Crew United, dającą filmowcom za i przed kamerą możliwość prezentacji własnego dorobku i nawiązania kontaktów z twórcami i podmiotami międzynarodowego przemysłu filmowego. A w ramach kolejnej odsłony „Porozmawiajmy o szkoleniach” producent Kuba Kosma ocenia swój udział w warsztatach Inside Pictures.

Życzymy przyjemnej lektury.
Zespół Creative Europe Desk Polska

Culture Moves Europe. Nowy program mobilności

20 lipca Komisja Europejska oficjalnie zapowiedziała realizację nowego programu mobilności, o wartości 21 mln euro, dla artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą. W ramach Kreatywnej Europy i dzięki umowie z Goethe--Institut, program ten opierać się będzie na doświadczeniach i rekomendacjach wynikających z pilotażowego projektu dotyczącego mobilności i-Portunus, realizowanego z sukcesem w latach 2018–2022. Goethe-Institut będzie organizacją odpowiedzialną za wdrożenie nowej inicjatywy, która stanie się stałym elementem działań w ramach programu Kreatywna Europa.

Culture Moves Europe zaoferuje granty indywidualnym artystom, pracownikom i organizacjom goszczącym ze wszystkich dziedzin sektorów kultury i kreatywnego. Program ma na celu przyznanie około 7000 grantów w ciągu trzech lat, a szczególna uwaga zostanie zwrócona na artystów na początku swojej drogi zawodowej. Do programu kwalifikują się wszystkie kraje uczestniczące w Kreatywnej Europie. Pierwszych naborów można spodziewać się jesienią bieżącego roku.

Granty w ramach Culture Moves Europe będą dotyczyć:
- zagranicznych podróży w celu rozwoju zawodowego lub współpracy międzynarodowej,
- koprodukcji,
- współtworzenia,
- prezentacji twórczości nowym odbiorcom.

Iva Pezuashvili laureatem Nagrody Literackiej Unii Europejskiej 2022

W tym roku po raz pierwszy Nagroda Literacka Unii Europejskiej została przyznana na nowych zasadach. Zamiast przyznać wyróżnienie laureatom z każdego kraju, siedmioosobowe jury wyłoniło jednego zwycięzcę spośród wszystkich nominowanych oraz przyznało pięć wyróżnień specjalnych. Uroczystość wręczenia nagród miała miejsce w kwietniu podczas Festival du Livre de Paris w stolicy Francji.

Laureatem Literackiej Nagrody Unii Europejskiej 2022 został gruziński pisarz Iva Pezuashvili. Autor został nagrodzony za powieść „ბუნკერი" (Zsyp na śmieci).

Przyznano również pięć wyróżnień specjalnych:
- **Gaea Schoeters**, „Trofee" (Trophy), Belgia
- **Slađana Nina Perković**, „U Jarku" (In the ditch), Bośnia i Hercegowina
- **Tadhg Mac Dhonnagáin**, „Madame Lazare", Irlandia
- **Jacobo Bergareche**, „Los días perfectos" (Perfect days), Hiszpania
- Євгенія Кузнєцова (Eugenia Kuznetsova), „Спитайте Мієчку" (Ask Miyechka), Ukraina.

W tegorocznym konkursie uczestniczyło 14 twórców z: Austrii, Belgii, Bośni i Hercegowiny, Grecji, Gruzji, Hiszpanii, Irlandii, Litwy, Macedonii Północnej, Norwegii, Rumunii, Słowacji, Ukrainy i Włoch. Za nominację autorów i ich powieści odpowiedzialne były podmioty narodowe – znające scenę literacką w swoich krajach i wykorzystywane do promowania literatury narodowej za granicą.

Marija Gabriel, europejska komisarz ds. innowacji, badań, kultury, edukacji i młodzieży, pogratulowała wszystkim nominowanym autorom i zwróciła uwagę na znaczenie przekładów, które, jak podkreśliła, „są niezbędne dla różnorodności językowej w Europie".

Zdobywcy Nagrody Mies van der Rohego 2022

EUmies Awards Day 2022, fot. Anna Mas, mat. Mies van der Rohe Foundation

Fundació Mies van der Rohe oraz Komisja Europejska ogłosiły zwycięzców tegorocznej Nagrody im. Mies van der Rohego w dziedzinie współczesnej architektury. W 2022 roku nagroda został przyznana Grafton Architects z Dublina za Town House – stanowiący część kampusu Kingston University w Londynie. Budynek został wyróżniony za wyjątkową spójność ze środowiskiem, tworzącą doskonałą atmosferę do nauki, aktywności i spotkań. Tworzy wielopoziomową fasadę, oddającą domową atmosferę w różnych aspektach. Mieści bibliotekę, przestrzeń do nauki i tańca, łącząc tym samym strefę ciszy i dźwięku, które doskonale ze sobą współgrają. Po raz pierwszy nagroda została przyznana budynkowi uniwersyteckiemu. Grafton Architects to studio współzałożone w 1978 roku przez Yvonne Farrell i Shelley McNamarę, mające doświadczenie w projektowaniu budynków edukacyjnych – ten, łącząc funkcje nauki i rozrywki, świetnie odpowiada na potrzeby swojej społeczności.

Nagrodę dla najlepiej zapowiadających się młodych architektów (Emerging Architecture) w 2022 roku przyznano z kolei projektowi spółdzielni mieszkaniowej La Borda, zaprojektowanej przez barcelońskie studio Lacol. Projekt opiera się na ideach współwłasności i współzarządzania dzielonymi zasobami.

Nagrodzone projekty zostały wybrane przez jury z listy 532 prac z 41 krajów. Na tegorocznej liście nominowanych znalazło się aż 25 realizacji z naszego kraju, w tym:

- dom jednorodzinny – Origami House w Toruniu,
- przedszkole zbudowane przez stowarzyszenie Pro Liberis Silesiae w Opolu,
- pawilon edukacyjny „Kamień" w Warszawie.

Chociaż żaden polski projekt nie został zakwalifikowany do ścisłego finału, to sam fakt nominacji tylu ambitnych prac należy uznać za duży sukces.

Uroczystość wręczenia nagród laureatom miała miejsce 12 maja w Pawilonie Mies van der Rohego w Barcelonie. Aktualnie trwa trasa wystawy pokonkursowej „EUmies Awards 2022", prezentująca zwycięskie projekty i finalistów. Rozpoczęła swoją podróż po Europie 10 czerwca w Kolonii. Następnie będzie można ją odwiedzić także m.in. w Barcelonie, Belgradzie czy Brukseli.

Prestiżowa nagroda Unii Europejskiej w dziedzinie architektury współczesnej – Mies van der Rohe Award – ma na celu pochwałę doskonałości w dziedzinie architektury oraz zwrócenie uwagi na ważny wkład europejskich specjalistów w rozwój nowych koncepcji i technologii. Dodatkowym celem jest promocja samego zawodu poprzez motywowanie architektów pracujących na terenie całej Unii Europejskiej oraz wspieranie tych na początku swojej kariery. Nagroda została zainicjowana w 1987 roku w wyniku porozumienia pomiędzy Parlamentem Europejskim a radą miasta Barcelona, a od 2001 roku jest współorganizowana przez Fundació Mies van der Rohe i Komisję Europejską.

Raport Komisji Europejskiej o planie pracy na rzecz kultury 2019–2022

Komisja Europejska opublikowała raport w sprawie planu pracy na rzecz kultury 2019–2022, który został pozytywnie oceniony. Uznaje on adekwatność założonych priorytetów do działań prowadzonych przy wsparciu Komisji i we współpracy z nią oraz metod pracy stosowanych do ich realizacji. Konkluzje raportu sugerują również istotne tematy w następnym planie prac i inicjują refleksję na temat wzmocnienia unijnych ram współpracy w dziedzinie kultury.

Raport podkreśla wagę dalszego rozszerzania następujących priorytetów:

- związek między kulturą a zrównoważonym rozwojem,
- zwrócenie uwagi na zmiany klimatyczne i środowisko naturalne,
- status społeczny i warunki pracy profesjonalistów z sektora kultury,
- równość płci, na przykład poprzez skupienie się na gromadzeniu danych wrażliwych,
- wyzwania i szanse transformacji cyfrowej, jej wpływ na różnorodność kulturową i artystyczną,
- wzmocnienie spójności społecznej i dobrostanu,
- większy nacisk na strategiczne podejście do międzynarodowych stosunków kulturalnych UE.

Oprócz ponownego przyjrzenia się dawnym priorytetom **raport określa również nowe cele** takie jak: odbudowa i odporność sektorów kultury i kreatywnego po pandemii COVID-19, zwalczanie nielegalnego handlu dobrami kultury, poszerzenie dostępu do kultury i kreatywności osobom niepełnosprawnym oraz kultura i demokracja.

Raport sugeruje, że kultura zasługuje na bardziej widoczne miejsce w przestrzeni europejskiej. Złożoność dzisiejszych wyzwań w dziedzinie kultury, spotęgowanych zmianami klimatycznymi, cyfryzacją i wojną w Ukrainie, sprawia, że jeszcze ważniejsze są bardziej zintegrowane unijne ramy współpracy w dziedzinie kultury.

Europejskie Dni Dziedzictwa 2022

W tym roku po raz 30. odbywają się Europejskie Dni Dziedzictwa. To realizowany pod auspicjami Rady Europy i Komisji Europejskiej projekt społeczno-edukacyjny, którego celem jest promocja dziedzictwa kulturowego. Inicjatywa przyczynia się do zbliżenia obywateli i podkreślenia europejskiego wymiaru dziedzictwa kulturowego.

Co roku we wrześniu Europejczycy mogą bezpłatnie zwiedzić najciekawsze zabytki w swojej okolicy oraz skorzystać z szerokiego wachlarza wydarzeń kulturalnych i edukacyjnych. Podczas EDD nawet niedostępne na co dzień obiekty wpuszczają w swoje mury gości, a uczestnicy licznych spotkań, prelekcji i warsztatów poznają historię i kulturę zarówno narodową, jak i tę regionalną oraz lokalną. W tym czasie organizowanych jest ponad 70 tysięcy wydarzeń, które zwiększają świadomość wartości wspólnego dziedzictwa kulturowego oraz potrzeby jego ochrony. Dzięki temu rokrocznie Europejskie Dni Dziedzictwa zapewniają ponad 20 milionom zwiedzających dostęp do rzadko otwartych miejsc i udział w unikalnych wydarzeniach związanych z dziedzictwem kulturowym.

W Polsce za koordynację Europejskich Dni Dziedzictwa odpowiedzialny jest Narodowy Instytut Dziedzictwa. EDD 2022 w naszym kraju odbywa się pod hasłem „Połączeni dziedzictwem". Szczegóły planowanych w całej Europie wydarzeń dostępne są na stronie internetowej www.europeanheritagedays.com, a informacje o inicjatywach i wydarzeniach zaplanowanych w Polsce znajdują się na portalu Narodowego Instytutu Dziedzictwa – www.edd.nid.pl.

Znak Dziedzictwa Europejskiego

Nowe obiekty na mapie Europy uhonorowane Znakiem Dziedzictwa Europejskiego

Znak Dziedzictwa Europejskiego to wyróżnienie obiektów, wydarzeń i miejsc, które odegrały znaczącą rolę w historii i kulturze Europy oraz tworzeniu Unii Europejskiej. To inicjatywa doceniająca wspólne, a zarazem różnorodne dziedzictwo tej wspólnoty. Celem przyznawania Znaku europejskim obiektom jest wzmacnianie dialogu międzykulturowego i poczucia przynależności do Unii, a także zrozumienie znaczenia dziedzictwa przez młodych ludzi. To również działanie nie bez znaczenia dla lokalnej turystyki kulturalnej, korzyści gospodarcze osiągane w sposób zrównoważony oraz budowanie europejskiej społeczności. Program istnieje od 2011 roku, obecnie w Unii Europejskiej 60 obiektów jest uhonorowanych tym prestiżowym wyróżnieniem.

Niezależni eksperci z całej Europy wybrali 12 z 21 obiektów rekomendowanych przez państwa członkowskie uczestniczące w inicjatywie. Znakiem Dziedzictwa Europejskiego 2021 zostały wyróżnione:

- Muzeum Kultury i stanowisko archeologiczne Vučedol, Vukovar (Chorwacja),
- stanowisko archeologiczne Nemea (Grecja),
- sztuka tracka w Rodopach Wschodnich – grobowiec w Aleksandrowie, Chaskowo (Bułgaria),
- park górniczy Almadén, Ciudad Real (Hiszpania),
- Echternach – Dziedzictwo św. Wilibrorda, Ville d'Echternach (Luksemburg),
- historyczne centrum Turaidy, Sigulda (Łotwa),
- średniowieczne malowidło ścienne w regionach Gemer i Malohont, Rimavské Brezovo (Słowacja),
- Oderbruch – Kotlina Freienwaldzka, Seelow (Niemcy),
- Pałac Komisji Europejskiej Dunaju, Galați (Rumunia),
- kampus Seminaarinmäki, Jyväskylä (Finlandia),
- Manifest z Ventotene (Włochy),
- MigratieMuseumMigration (MMM), Bruksela (Belgia).

Marija Gabriel, komisarz ds. innowacji, badań naukowych, kultury, edukacji i młodzieży, tak postrzega wagę tej inicjatywy: „Dziedzictwo kulturowe to dusza Europy. Te piękne miejsca ucieleśniają naszą bogatą historię, są geograficznymi manifestacjami tego, kim jesteśmy. Miejsca opatrzone Znakiem Dziedzictwa Europejskiego są jednymi z największych darów, jakie Europa ma do zaoferowania, i naszym obowiązkiem jest ich zachowanie za wszelką cenę".

Wyróżnienia przyznawane są co dwa lata. Tegoroczna ceremonia odbyła się w czerwcu w Brukseli. Ponieważ poprzednia uroczystość została odwołana ze względu na pandemię, na scenę zaproszono również przedstawicieli dziesięciu wyróżnionych lokalizacji 2019 roku.

Nabór wniosków w ramach wsparcia i wdrażania działań Znaku Dziedzictwa Europejskiego

Podmioty związane z obszarem dziedzictwa kulturowego zachęcamy do udziału w otwartym konkursie w ramach, którego zostanie wybrany podmiot odpowiedzialny za wdrażanie działań Znaku Dziedzictwa Europejskiego w najbliższych latach.

Ogólnym celem konkursu jest wsparcie rozwoju organizacji patronackiej Znaku Dziedzictwa Europejskiego, która zapewni tworzenie sieci, współpracę, szkolenia i możliwości współpracy.

Ten ogólny cel będzie realizowany poprzez następujące cele szczegółowe:

- rozwój synergii między obiektami ZDE, krajowymi koordynatorami i aktywnymi podmiotami w sektorze dziedzictwa kulturowego,
- budowanie potencjału obiektów ZDE i krajowych koordynatorów ZDE,
- wsparcie działań komunikacyjnych i promocyjnych prowadzonych za pomocą witryny ZDE.

W ramach naboru wniosków wybrana zostanie jedna organizacja lub jedno konsorcjum, ze szczególnym naciskiem na podmioty aktywne w obszarze dziedzictwa kulturowego i budowania potencjału. Do aplikowania są uprawnione podmioty posiadające osobowość prawną, zarejestrowane w jednym z krajów biorących udział w programie Kreatywna Europa. Proponowany projekt może trwać maksymalnie 40 miesięcy.

Budżet zaplanowany w ramach konkursu to 3 000 000 euro.

Nabór wniosków trwa do 5 października 2022 roku do godz. 17.00

Europa Nostra 2022 – najważniejsze europejskie nagrody w zakresie dziedzictwa dla 30 wyjątkowych osiągnięć z 18 krajów

Wraz z końcem czerwca Komisja Europejska i Europa Nostra ogłosiły tegorocznych zwycięzców European Heritage Awards – Europa Nostra Awards. W 2022 roku po raz 20. wręczone zostaną najbardziej prestiżowe nagrody w zakresie dziedzictwa w Europie. W pięciu kategoriach nagrodzono 30 wybitnych osiągnięć z 18 krajów europejskich.

W reakcji na ogłoszenie zwycięzców 2022 roku komisarz europejska Marija Gabriel powiedziała: „Serdecznie gratuluję wszystkim zdobywcom tegorocznych nagród European Heritage Awards – Europa Nostra Awards wyjątkowej jakości ich pracy i otwartości na innowacje. Rok 2022 jest szczególny, ponieważ obchodzimy 20. rocznicę nagrody Unii Europejskiej w dziedzinie dziedzictwa kulturowego, która stała się najważniejszym wyróżnieniem dla społeczności dziedzictwa europejskiego. Wiele spośród nagrodzonych inicjatyw świadczy o ogromnym zainteresowaniu i zaangażowaniu młodych ludzi działalnością na rzecz naszego dziedzictwa, naszej historii i naszej tożsamości kulturowej, co jest szczególnie istotne w Europejskim Roku Młodzieży. Szczególne myśli kierujemy do dwóch ukraińskich laureatów. Współfinansująca nagrody Kreatywna Europa skupia się na promowaniu kultury i kreatywności w budowaniu zintegrowanych i spójnych społeczeństw opartych na naszych podstawowych wartościach europejskich”.

Uroczystość wręczenia European Heritage Awards odbędzie się 26 września w Operze Narodowej w Pradze. Laureaci grand prix i zdobywca nagrody publiczności, wybrani spośród tegorocznych zwycięskich projektów i obdarzeni kwotą 10 tysięcy euro, zostaną ogłoszeni podczas ceremonii. Od połowy sierpnia do połowy września miłośnicy dziedzictwa są zachęcani do głosowania online na stronie vote.europanostra.org na kandydatów do nagrody publiczności i mobilizowania wsparcia dla zwycięzców z własnego lub innego kraju europejskiego.

Zwycięzcy European Heritage Awards / Europa Nostra Awards w 2022 roku

KONSERWACJA I ADAPTACJA

Bateria w Aachen, Flandria Zachodnia (Belgia)
Akwizgran jest jedyną niemiecką baterią przybrzeżną z czasów I wojny światowej, której zachowane ruiny wystarczają, aby zwiedzający mogli zrozumieć jej strukturę. Restauracja i rewitalizacja tego miejsca ma dzięki temu doniosłe europejskie znaczenie i wartość pedagogiczną.

Willa E-1027, Roquebrune-Cap-Martin (Francja)
Budynek został zaprojektowany w latach 20. XX wieku. Jego całkowita renowacja, wraz ze wszystkimi obiektami i materiałami we wnętrzach, z wykorzystaniem zaawansowanych systemów zapobiegających korozji, stanowi dobry przykład ochrony architektury modernistycznej.

Świątynia Episkopi, Sikinos (Grecja)
To imponujące rzymskie mauzoleum zostało przekształcone w bizantyjski kościół, który przetrwał w stanie niemal nienaruszonym. Skrupulatne badania połączono z ostrożną konserwacją, co zaowocowało wysokiej jakości projektem konserwatorskim.

Destylarnia Atlungstad, Ottestad (Norwegia)
Założona w 1855 roku jest najstarszą norweską destylarnią, która pozostaje w użyciu do dzisiaj. Jej konserwacja objęła ponowne wykorzystanie starych maszyn fabrycznych, przywrócenie budynkowi przemysłowemu charakteru i nadanie mu nowej społeczno-kulturalnej roli.

Klasztor kapucynów, Sintra (Portugalia)
Zbudowany w 1560 roku klasztorny kompleks w lesie Sintry tchnie duchowym oddaniem i ascezą. Wszystkie budynki i ich elementy dekoracyjne zostały odrestaurowane z wykorzystaniem tradycyjnych technik oraz innowacyjnych rozwiązań.

Dom Wolności Religijnej, Kluż-Napoka (Rumunia)
Ten XV-wieczny budynek jest jednym z najstarszych i najważniejszych w Klużu-Napoce. Po 10-letnim procesie konserwacji kamienica została ponownie otwarta jako centrum kulturalne poświęcone ideałom wolności religijnej i tolerancji.

Illa del Rei, Minorka (Hiszpania)
Konserwacja Illa del Rei jest wynikiem owocnej współpracy między fundacją założoną przez lokalnych wolontariuszy, którzy przekształcili szpital morski wybudowany w 1711 roku w muzeum, a szwajcarską galerią sztuki, która odrestaurowała i z wyczuciem przekształciła budynki gospodarcze Langara.

Cerkiew św. Andrzeja, Kijów (Ukraina)
Ta kompleksowa i dobrze udokumentowana konserwacja zwróciła mieszkańcom Ukrainy zabytek o znacznej wartości kulturalnej i duchowej.

BADANIA

Heritage Opportunities/threats within Mega-Events in Europe (HOMEE) (Cypr, Włochy, Polska, Wielka Brytania)
W ramach tego projektu zbadano możliwości i wyzwania związane z organizacją megawydarzeń w miastach dziedzictwa i ustanowiono ważne ramy jakościowe dla przyszłych imprez.

Silknow (Francja, Niemcy, Włochy, Polska, Słowenia, Hiszpania)
W ramach projektu „Horyzont 2020" powstał kompleksowy inteligentny, wykraczający poza możliwości obecnych technologii projekt, którego celem jest poprawa naszego zrozumienia i wiedzy na temat europejskiego dziedzictwa jedwabiu.

Heritage Quest (Holandia)
Ten zakrojony na dużą skalę obywatelski projekt naukowy w dziedzinie archeologii odkrył nowe obiekty archeologiczne i połączył najnowocześniejsze technologie z ideą budowania społeczności.

Safeguarding of Sicilian Puppet Theatre (Włochy)
Projekt wprowadza środki mające na celu ochronę, promocję i zrównoważone zarządzanie niematerialnym dziedzictwem Sycylijskiego Teatru Lalek.

EDUKACJA, SZKOLENIA I UMIEJĘTNOŚCI

Masters and Apprentices (Finlandia)
W ramach tego projektu młodsze i starsze pokolenia spotykają się na równych zasadach, aby współpracować przy wspólnych działaniach związanych z dziedzictwem kulturowym – jest to nowy model przekazywania dziedzictwa niematerialnego.

International Course on Wood Conservation Technology (Norwegia)
Interdyscyplinarne podejście do tego kursu pozwala profesjonalistom z różnych środowisk i krajów pogłębić swoją edukację i wiedzę w dziedzinie dziedzictwa drewnianego.

TISH Jewish Food Festival, Warszawa (Polska)
Poprzez celebrację żydowskiego dziedzictwa kulinarnego uczestnicy opowiadają o wspólnej historii, zwalczają stereotypy i przełamują bariery podczas cyklu warsztatów kulinarnych i degustacji potraw.

Piscu School Museum and Workshop (Rumunia)
Dziedzictwo kulturowe, sztuka współczesna i ceramika łączą się w centrum kulturalnym i edukacyjnym na terenie dawnej fabryki ceramiki. Szkoły letnie, warsztaty i wydarzenia kulturalne pomagają przekazywać to fascynujące dziedzictwo kolejnym pokoleniom.

Sewn Signs (Rumunia)
Projekt pomaga w przekazywaniu umiejętności i wiedzy na temat tradycyjnej rumuńskiej koszuli i stanowi mocny sprzeciw wobec branży „szybkiej mody".

Symphony (Hiszpania)
Wciągające doznania audiowizualne w ramach „Symphony" podnoszą świadomość i budują uznanie dla dziedzictwa muzyki klasycznej wśród nowych pokoleń.

ZAANGAŻOWANIE OBYWATELI I PODNOSZENIE ŚWIADOMOŚCI

Rivers of Sofia (Bułgaria)
Dzięki interwencjom architektonicznym o charakterze pop-up oraz wydarzeniom kulturalnym i edukacyjnym, inicjatywa ta – po raz pierwszy od 80 lat – uczyniła sztuczne koryta rzek Sofii publicznie dostępnymi i zwiększyła ich widoczność.

Return to the Sámi Homeland (Finlandia)
Przemyślany program dialogu publicznego poprzedził przekazanie ważnej kolekcji dziedzictwa kulturowego Samów z Fińskiego Muzeum Narodowego do Muzeum Siida i stanowi ważny przykład skutecznej restytucji dziedzictwa.

Swapmuseum, Apulia (Włochy)
Inicjatywa umożliwia współpracę między muzeami a młodzieżą w codziennej muzealnej praktyce. Jej celem jest pomoc w odświeżeniu i wzbogaceniu małych, lokalnych instytucji kulturalnych.

Va' Sentiero (Włochy)
Trwająca trzy lata, oddolnie zorganizowana wyprawa grupy młodych pasjonatów, którzy przeszli i udokumentowali osiem tysięcy kilometrów Sentiero Italia, najdłuższego szlaku turystycznego na świecie, wraz z trzema tysiącami uczestników z 10 krajów. W projekt zaangażowało się wiele lokalnych społeczności.

Lumbardhi Public Again, Prizren (Kosowo)
Udana inicjatywa mająca na celu uratowanie zabytkowego kina Lumbardhi przed prywatyzacją i wyburzeniem. Jej działalność sprawiła, że kino ponownie stało się miejscem dziedzictwa kulturowego – tętniącym życiem centrum działalności kulturalnej.

Museum in the Village (Portugalia)
Ten program kulturalny łączy muzea, artystów i społeczności, aby cieszyć się sztuką i kulturą, poznawać i ożywiać lokalny folklor i dziedzictwo oraz poprawiać dostęp do działań kulturalnych na obszarach wiejskich.

PAX-Patios de la Axerquía, Córdoba (Hiszpania)
Jest to innowacyjny system zarządzania budynkami zabytkowymi, który wspiera nowy model rewitalizacji miast poprzez innowacje społeczne na polu dziedzictwa, oparty na rehabilitacji opuszczonych domów z patio (*casa de vecinos*) w Kordobie.

Wikipedra (Hiszpania)
Inicjatywa wykorzystuje obywatelską naukę do stworzenia bazy wiedzy, która może ocalić przed zapomnieniem dziedzictwo Hiszpanii i regionów przygranicznych za pośrednictwem strony internetowej i aplikacji mobilnej.

Światowy Dzień Wyszywanki (Ukraina)
To, co zaczęło się jako niewielki studencki zlot, jest teraz dorocznym świętem obchodzonym na całym świecie. Pomaga ono zachować ikoniczną ukraińską haftowaną koszulę – wyszywankę jako ważny element dziedzictwa narodu ukraińskiego.

MISTRZOWIE DZIEDZICTWA

Costa Carras †, Ateny (Grecja) – pośmiertnie
Przez ponad 50 lat Costa Carras niestrudzenie pracował na rzecz dziedzictwa kulturowego i naturalnego Grecji i Europy, aby stworzyć bardziej zrównoważony, włączający i piękny świat dla przyszłych pokoleń. Był konserwatystą z wielką wizją, wybitnym historykiem i prawdziwym Europejczykiem.

La Paranza Cooperative, Neapol (Włochy)
Ta spółdzielnia młodych przyjaciół pracowała od początku XXI wieku, aby przekształcić katakumby Neapolu w tętniącą życiem atrakcję dla odwiedzających i przyczynić się do namacalnej rewitalizacji dzielnicy Sanità.

Elżbieta Szumska, Złoty Stok (Polska)
Swoim niestrudzonym zaangażowaniem Elżbieta Szumska pomogła przekształcić dawną kopalnię złota, położoną w małym miasteczku Złoty Stok, w jedną z najbardziej znanych atrakcji turystycznych Polski.

Nagrody European Heritage Awards – Europa Nostra Awards zostały ustanowione przez Komisję Europejską w 2002 roku i od tego czasu przyznaje je Europa Nostra. Program nagród wspierany jest przez program Kreatywna Europa Unii Europejskiej. Od 20 lat nagrody podkreślają i propagują doskonałość w zakresie dziedzictwa i najlepsze praktyki z nim związane oraz zachęcają do transgranicznej wymiany wiedzy i łączenia ze sobą interesariuszy dziedzictwa w szersze sieci. Nagrody przynoszą zwycięzcom znaczne korzyści, takie jak większa międzynarodowa widoczność, kontynuacja finansowania i zwiększona liczba odwiedzających. Ponadto przyczyniają się do większej dbałości o nasze wspólne dziedzictwo wśród obywateli Europy. Nagrody są kluczowym narzędziem promowania wielorakich wartości kulturowego i naturalnego dziedzictwa w społeczeństwie, gospodarce i środowisku Europy. Dodatkowe informacje o nagrodach: **europanostra.org**.

THE FESTIVAL
of the New European Bauhaus

Nowy Europejski Bauhaus – festiwal i nagrody

W czerwcu br. Komisja Europejska zorganizowała po raz pierwszy festiwal poświęcony Nowemu Europejskiemu Bauhausowi. To hybrydowe wydarzenie zgromadziło przedstawicieli wielu środowisk i dziedzin w celu wspólnej debaty nad inicjatywą promującą estetyczną, zrównoważoną i inkluzywną przyszłość. Festiwal został zorganizowany wokół trzech filarów programowych: forum, targów i wydarzeń pod hasłem „Fest". W pierwszej edycji wzięło udział ponad 60 prelegentów z całego świata: przedstawicieli wydarzeń i instytucji, takich jak Ars Electronica czy Serpentine Gallery, naukowców, aktywistów klimatycznych, a także reprezentantów idei i projektów odnoszących się do zrównoważonego rozwoju, kultury, sztuki i nauk społecznych.

Podczas forum miała miejsce konferencja na wysokim szczeblu z architektami, osobistościami świata sztuki, politykami, m.in. Remem Koolhaasem, Stefano Boerim, Ursulą von der Leyen czy Jonathanem Hahnem. W jego trakcie poznaliśmy też laureatów New European Bauhaus Prizes. Targi z kolei były doskonałym sposobem na przegląd różnorodnych projektów – spośród 316 otrzymanych zgłoszeń wybrano 100 przykładów wpisujących się w główne idee festiwalu. Festiwal zainicjował ponad 200 wydarzeń towarzyszących w Brukseli i ponad 20 państwach członkowskich – od koncertów (wystąpiła m.in. zwyciężczyni tegorocznej edycji Music Moves Europe Awards, Deva i warsztatów przez eksperymenty naukowe po konferencje.

Kluczowe tematy festiwalu obejmowały aktualne wyzwania społeczne, zagadnienia związane z ekologią, architekturą, badaniami naukowymi i innowacjami, a także kulturą i edukacją, rozwojem regionalnym i międzynarodowym. Został on zaplanowany w taki sposób, by tworzyć niekonwencjonalną, wspólną przestrzeń dla różnych interesariuszy, w tym obywateli i aktywistów, twórców i władz publicznych. Opierając się na pierwotnych ideałach ruchu Bauhaus – rewolucjonizującego relacje między różnymi dyscyplinami, Nowy Europejski Bauhas pragnie dostosować go do wyzwań XXI wieku. Według przewodniczącej Komisji Europejskiej Ursuli von der Leyen to „nowy projekt kulturalny dla Unii Europejskiej". Pilotażowa edycja w angażujący sposób przedstawiła szerokiej publiczności idee przedsięwzięcia, w następnych latach festiwal ma ambicję docierać do kolejnych europejskich miast.

Podczas uroczystości New European Bauhaus Awards 2022, która odbyła się 11 czerwca, wręczono nagrody dla najlepszych projektów z całej Europy w kilku tematycznych kategoriach oraz New European Bauhaus Rising Stars – nagrody dla młodych talentów (do 30. roku życia). Wśród 18 wyróżnionych projektów znalazły się dwie inicjatywy z Polski, obie w ramach konkursu „Rising Stars".

Nagrody przyznane w poszczególnych kategoriach:
Nagroda publiczności
- Gardens of the Future (Cypr)

„Rising Stars"
- Biophotovoltaics for nature and people (Hiszpania)

Ponowne połączenie z naturą
- I miejsce – Regeneration of beach dune systems (Hiszpania)
- II miejsce – R-Urban Bagneux (Francja)

„Rising Stars"
- I miejsce – Symbiotic Spaces Collective (Niemcy)
- II miejsce – Modular Shutter Gardens (Polska)

Odzyskując poczucie przynależności
- I miejsce – Gleis 21 (Austria)
- II miejsce – Genius loci – digital mapping tool (Litwa)

„Rising Stars"
- I miejsce – Folk concept (Polska)
- II miejsce – Reclaim Žižkov (Czechy)

Nadanie priorytetu miejscom i osobom, które tego najbardziej potrzebują
- I miejsce – De Korenbloem (Belgia)
- II miejsce – Odyssea Academy (Grecja)

„Rising Stars"
- I miejsce – Topolò/Topolove – The Village as House (Włochy)
- II miejsce – CoolCo's – Cooling Corners & Corridors (Węgry)

Kształtowanie ekosystemu przemysłowego o obiegu zamkniętym i wspieranie myślenia w kategoriach cyklu życia produktu
- I miejsce – Replay (Portugalia)
- II miejsce – Dam Click pe Romania (Rumunia)

„Rising Stars"
- I miejsce – Flaux – Flower Matter (Finlandia)
- II miejsce – Rico srl (Włochy)

Nagrody wyróżniają projekty i pomysły – inspirujące przykłady działań, które mogą wprowadzić pozytywne przemiany w naszym codziennym życiu, wspólnych przestrzeniach i doświadczeniach. W kategorii dotyczącej natury doceniony został polski projekt modularnych ogrodów autorstwa Seyrek Şık i Metina Şıka z Politechniki Wrocławskiej. W obszarze tożsamości i przynależności wyróżniony został zaś projekt zrównoważonej renowacji i architektury wsi autorstwa Macieja Choińskiego, absolwenta Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie.

Zwycięskie inicjatywy poznać można dzięki stronie: prizes.new-european-bauhaus.eu.

Nagrania festiwalowych paneli i pełny program wydarzenia znajdują się na: new-european-bauhaus-festival.eu.

Europa Nostra Award po raz drugi dla Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN – za TISZ Festiwal Żydowskiego Jedzenia

Rok 2022 jest dla promocji dziedzictwa kulturowego w Europie wyjątkowy – to w tym roku świętujemy 20. rocznicę istnienia Europejskiej Nagrody Dziedzictwa Kulturowego, najważniejszego wyróżnienia dla europejskiego dziedzictwa.

Muzeum POLIN zostało laureatem w ramach kategorii „Edukacja, szkolenia i zwiększanie świadomości" dzięki realizacji cyklicznego Festiwalu Żydowskiego Jedzenia TISZ. To wydarzenie, które przybliża kulturę i historię polskich Żydów poprzez celebrację żydowskiego dziedzictwa kulinarnego. Podczas TISZ Festiwalu wspólne jedzenie otwiera drogę do rozmowy o wspólnej historii, walki ze stereotypami i przełamywania barier. Dwie pierwsze edycje, odbywające się w 2018 i 2019 roku, zostały sfinansowane przez Stowarzyszenie Żydowski Instytut Historyczny w Polsce oraz darczyńców. W latach 2020 i 2021 muzeum otrzymało dotacje od Dutch Jewish Humanitarian Fund, Ambasady Królestwa Niderlandów oraz Ambasady Izraela.

Nazwa wydarzenia zaczerpnięta została z jidysz – *tisz* oznacza w tym języku 'stół' – i nawiązuje do radosnego czasu spędzanego na jedzeniu, piciu i rozmowach przy wspólnym stole. Projekt popularyzuje wiedzę o kulturze kulinarnej Żydów aszkenazyjskich z Europy Środkowo-Wschodniej oraz ukazuje jej migrację do innych części Europy. Uwidacznia elementy wspólne dla różnych europejskich kultur kulinarnych, przybliża historie kryjące się za potrawami oraz wskazuje na ich znaczenie dla kultury i historii Żydów. Łączy ponadto wiedzę o dziedzictwie kulinarnym z osobistymi doświadczeniami. W trakcie festiwalu odbywają się warsztaty i degustacje kulinarne, które uwidaczniają m.in. pokrewieństwo kuchni polskiej i żydowskiej. Dzięki sukcesowi frekwencyjnemu TISZ i docieraniu do nowych grup odbiorców w marcu 2022 roku Muzeum POLIN otworzyło pierwszą wystawę czasową poświęconą żydowskiemu jedzeniu – „Od kuchni. Żydowska kultura kulinarna". Festiwal jest świetnym przykładem niematerialnego dziedzictwa kulturowego, ukazującym wspólne tradycje i zwyczaje, inicjującym szerszą debatę o historii i kulturze.

Marta Dziewulska, rzeczniczka prasowa Muzeum POLIN o tym, dlaczego nagroda Europa Nostra 2022 jest dla muzeum wyjątkowa, i o nagrodzonym projekcie:
„Jury przyznające Nagrodę Dziedzictwa Europejskiego

TISZ Festiwal, fot. Maciek Jaźwiecki, mat. Muzeum POLIN

uzasadniło werdykt, mówiąc, że TISZ Festiwal podkreśla ogromne znaczenie niematerialnego dziedzictwa kulturowego, jakim jest jedzenie i jego zdolność – a właściwie stwarzanie okazji – do budowania mostów oraz pokazywania naszych wspólnych tradycji, zwyczajów, wszystkiego tego, co nas łączy. A jak wiadomo, wspólne zasiadanie przy stole, dzielenie się jedzeniem, także rozmowa przy tym stole, jest tym, co nas wszystkich dotyczy i ma właśnie tę niezwykłą moc łączenia nas we wspólnotę. Jedzenie jest niezwykle demokratycznym tematem, o którym każdy może rozmawiać – o czym również mówi jury. Wspólne jedzenie jako takie jest także nośnikiem szerszych dyskusji o kulturze, dziedzictwie, o historii wspólnoty ludzi rozproszonych po całej Europie.

Jesteśmy bardzo dumni i bardzo cieszymy się z tej nagrody, zwłaszcza że to już druga dla Muzeum POLIN w historii tego niezwykle prestiżowego wyróżnienia. Poprzednia została przyznana za projekt „Żydowskie dziedzictwo kulturowe". Przy tej okazji już teraz serdecznie państwa zapraszam na kolejną odsłonę TISZ Festiwalu – jesienią tego roku – a także do poznania wystawy czasowej „Od kuchni" o żydowskim dziedzictwie kulturowym. W tym roku wiele tematów krąży wokół stołu i jedzenia. Mam nadzieję, że spotkamy się przy tym wspólnym kulturalnym stole w Muzeum POLIN.

Nasz projekt przede wszystkim – tak go sobie wymyśliliśmy – ma za zadanie popularyzować wiedzę o kulturze kulinarnej Żydów aszkenazyjskich, czyli pochodzących z Europy Środkowo-Wschodniej, ale ma też pokazywać migracje tej kultury kulinarnej do innych części Europy. Ujawnia również elementy wspólne różnych europejskich kultur kulinarnych, a także przybliża historie kryjące się za konkretnymi potrawami – tymi, które być może doskonale znamy, albo wydaje nam się, że doskonale znamy z naszej codziennej kuchni. Okazuje się, że mają za sobą bardzo ciekawą historię. W ten sposób też wskazujemy na znaczenie tych potraw dla kultury i historii polskich Żydów.

Podczas każdej edycji TISZ Festiwalu odbywają się m.in. warsztaty kulinarne i degustacje potraw. Współpracujemy ze znamienitymi szefami kuchni, dzięki którym wiedza o kulinarnym doświadczaniu przenika się z doświadczeniem osobistym, praktycznym. Jest to połączenie wiedzy z tym, co przyjemne i smaczne. W realizacji festiwalu muzeum współpracuje z lokalnymi restauracjami żydowskimi i dostawcami żywności. Współpracowaliśmy także np. z barami mlecznymi w Warszawie, które wprowadzały menu w języku jidysz czy pokazywały różnice i podobieństwa pomiędzy latkesami a plackami ziemniaczanymi oraz holiszkami a gołąbkami".

O nagrodach Europa Nostra

Nagrody dla europejskiego dziedzictwa zostały ustanowione przez Komisję Europejską w 2002 roku i od tego czasu przyznaje je stowarzyszenie Europa Nostra. **Stowarzyszenie Europa Nostra** od 1963 roku reprezentuje głos społeczeństwa obywatelskiego zaangażowanego w ochronę i promowanie dziedzictwa kulturowego i naturalnego. Jest to ogólnoeuropejska federacja organizacji pozarządowych zajmujących się dziedzictwem, wspierana przez szeroką sieć organów publicznych, firm i osób prywatnych, obejmująca ponad 40 krajów. Jest dziś uznawana za największą i najbardziej reprezentatywną sieć dziedzictwa kulturowego w Europie, utrzymującą bliskie stosunki z Unią Europejską, Radą Europy, UNESCO i innymi organizacjami międzynarodowymi. Europa Nostra prowadzi kampanie mające na celu ratowanie zagrożonych zabytków, miejsc i krajobrazów Europy (np. program 7 Most Endangered) oraz włącza się w proces wdrażania europejskich strategii i polityk związanych z dziedzictwem poprzez dialog z instytucjami europejskimi i koordynację European Heritage Alliance. Jest jednym z oficjalnych partnerów inicjatywy New European Bauhaus, opracowanej przez Komisję Europejską.

Organizatorami tegorocznej gali wręczenia nagród są komisarz Unii Europejskiej ds. innowacji, badań, kultury, edukacji i młodzieży Marija Gabriel oraz prezydent wykonawczy Europa Nostra prof. dr Hermann Parzinger. Uroczystość będzie punktem kulminacyjnym **Europejskiego Szczytu Dziedzictwa Kulturowego 2022**, który odbędzie się w dniach 25–27 września w Pradze w ramach czeskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej.

fot. Filip Radwański, mat. Off Camera

Off Camera Pro Industry

W dniach 4–6 maja w Krakowie, w ramach Międzynarodowego Festiwalu Kina Niezależnego Mastercard Off Camera, który w tym roku obchodził swój 15. jubileusz, odbyło się po raz kolejny wydarzenie Off Camera Pro Industry. Jak co roku festiwal stanowił okazję do wyróżnienia twórców kina niezależnego, do spotkania z wybitnymi twórcami polskiej oraz zagranicznej kinematografii, jak również do uczestnictwa w wyjątkowym repertuarze artystycznym przygotowanym przez organizatorów. Wśród gości poprzednich edycji pojawiły się m.in. takie osobistości jak Luc Besson, David Thewlis, Benedict Cumberbatch, Agnieszka Holland, Stellan Skarsgård.

Off Camera Pro Industry to jedno z ważniejszych wydarzeń skierowanych do branży filmowej. Złożyły się na nie trzy dni warsztatów, spotkań i paneli dyskusyjnych, których celem było dostarczenie profesjonalistom i młodym filmowcom wiedzy na temat finansowania produkcji filmowej oraz stworzenie okazji do poszerzenia sieci kontaktów. W związku z tym, że rolą komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa jest zachęcanie profesjonalistów z branży do współpracy przyczyniającej się do promowania obiegu europejskich dzieł audiowizualnych i twórców, współorganizatorem tegorocznego Off Camera Pro Industry był również Creative Europe Desk Polska.

Tradycją Pro Industry są tzw. *case study*. W tym roku tematem pierwszego studium, w którym udział wzięli producentka Marta Lewandowska i scenarzysta Filip Kasperaszek, był film Anny Kazejak „Fucking Bornholm", a drugiego – niezwykły animowany dokument „Przeżyć" Jonasa Pohera Rasmussena. W tej części uczestniczyła szwedzka producentka filmu Monika Hellström. Dodatkowym akcentem były spotkania przy „okrągłym stole" – gośćmi byli producenci filmowi: Ewa Puszczyńska („Ida", „Zimna wojna"), David Parfitt („Zakochany Szekspir", „Father") oraz Gaja Grzegorzewska, autorka powieści – cyklu kryminałów o Julii Dobrowolskiej, scenarzystka („Krakowskie potwory"). Program uzupełniły warsztaty współorganizowane z EAVE. Álvaro Vega (DobleSentido) podzielił się z uczestnikami wiedzą i doświadczeniem odnośnie do prezentacji i pitchingu projektów filmowych.

Ostatni dzień Pro Industry był dniem wydawców. W ramach wydarzenia Word2Picture Day, odbyły się targi łączące wydawców książek i producentów filmowych. Swoje najnowsze pozycje zaprezentowały m.in. Wydawnictwo Czarne, Wydawnictwo Literackie i Dom Wydawniczy Rebis. Word2Picture jest inicjatywą Krakowskiego Biura Festiwalowego oraz działających w jej ramach Krakow Film Commission i inicjatywy Kraków Miasto Literatury UNESCO.

fot. Tomasz Korczyński, mat. Krakowska Fundacja Filmowa

KFF Industry

Krakowski Festiwal Filmowy to jedno z najstarszych wydarzeń filmowych w Polsce poświęconych filmom dokumentalnym, animowanym i krótkometrażowym fabułom. W sekcjach konkursowych i na specjalnych pokazach co roku prezentowanych jest około 250 filmów z Polski i ze świata. Festiwal odwiedza szerokie grono twórców międzynarodowych – reżyserów, producentów, aktorów.

Ważną częścią festiwalu jest KFF Industry – największa w Polsce platforma spotkań branży dokumentalnej i animowanej. Wydarzenia w jej ramach odbywały się między 31 maja a 4 czerwca. Jak co roku program wypełniony był pitchingami, prezentacjami i spotkaniami networkingowymi. Współorganizatorem tegorocznego KFF Industry był Creative Europe Desk Polska.

Jedną z sesji pitchingowych, będących stałym punktem programu, była 10. edycja Animated in Poland. Wydarzenie powstało z myślą o prezentacji polskich krótkometrażowych filmów animowanych w fazie produkcji, przeznaczonych dla międzynarodowych profesjonalistów z branży filmowej – programerów festiwali, agentów sprzedaży, dystrybutorów i reprezentantów instytucji filmowych. Wydarzenie rozpoczyna się przed głównymi wydarzeniami festiwalowymi – poprzedzają go bowiem intensywne warsztaty przygotowawcze dla uczestników, które w tym roku poprowadził Wim Vanacker, selekcjoner konkursu krótkometrażowego Festiwalu Filmowego w Cannes.

W programie znalazł się również Doc Lab Poland, współorganizowany przez Fundację Filmową im. Władysława Ślesickiego. Twórcy wybranych 18 projektów dokumentalnych odbyli warsztaty i konsultacje z międzynarodowymi tutorami. Zwieńczeniem warsztatów były dwie sesje pitchingowe: Docs to Start i Docs to Go!

Kolejnym wydarzeniem branżowym w ramach KFF Industry był Central European Documentary Co-Production Market. To jedyna w Polsce platforma koprodukcyjna skierowana do producentów filmów dokumentalnych poszukujących polskich i zagranicznych partnerów. Organizowany od 2015 roku na Krakowskim Festiwalu Filmowym CEDOC Market skupia się przede wszystkim na budowaniu kreatywnej współpracy między producentami oraz twórcami z całej Europy. W tym roku do spotkań *one-on-one* z międzynarodową branżą – zaproszonymi producentami, agentami sprzedaży, nadawcami telewizyjnymi, funduszami, a także przedstawicielami wiodących europejskich programów szkoleniowych i pitchingów – zakwalifikowanych zostało 29 projektów dokumentalnych.

Specjalnym gościem tegorocznej edycji była kinematografia czeska. Program Czech Focus obejmował pokazy wyselekcjonowanych, najnowszych filmów dokumentalnych, krótkometrażowych i animowanych. Ważnym elementem była seria paneli i spotkań skupiająca się na finansowaniu, produkcji, dystrybucji i promocji filmów dokumentalnych w Czechach z udziałem przedstawicieli tamtejszej branży filmowej.

Tradycyjnie odbyły się również Forum Dokumentu i Animacji oraz KFF Industry Meetings – indywidualne spotkania z obecnymi na Krakowskim Festiwalu Filmowym programerami festiwalowymi.

Uczestnicy mogli również wziąć udział w B2B Doc Launch Pad Pitching zorganizowanym przez Baltic to Black Sea Documentary Network we współpracy z KFF Industry. Do udziału w pitchingu zostało wybranych 14 projektów filmów dokumentalnych z Białorusi, Ukrainy, Mołdawii, Gruzji, Armenii i Azerbejdżanu. Autorzy projektów mieli możliwość zaprezentowania się publicznie gronu składającemu się z uznanych producentów, funduszy i instytucji filmowych, stacji telewizyjnych, programerów festiwali filmowych, dystrybutorów i agentów sprzedaży.

Kreatywne debaty
Porozmawiajmy o...

włączaniu społecznym w kulturze

3 czerwca 2022, online

Włączanie społeczne w kulturze – podsumowanie panelu dyskusyjnego

Włączanie społeczne w kulturze to jeden z priorytetów programu Kreatywna Europa i komponentu Kultura, ale też bardzo aktualny temat w działaniach podejmowanych przez sektor kultury. Realizowane działania powinny przyczyniać się do ułatwiania integracji społecznej grup zagrożonych wykluczeniem (np. osób z niepełnosprawnościami, z doświadczeniem migracji i uchodźstwa, osób należących do różnych grup mniejszościowych), wzmocnienia wzajemnego zrozumienia kulturowego oraz sprzyjania dialogowi prowadzonemu na płaszczyźnie międzyreligijnej, międzykulturowej oraz uwzględniającej i dającej przestrzeń na różnorodność społeczną i kulturową.

W piątek 3 czerwca 2022 roku Creative Europe Desk Polska zorganizowało debatę online, do której zaproszone zostały osoby z bardzo różnymi doświadczeniami w pracy z grupami społecznymi, zarówno mniejszościowymi, jak i większościowymi. Byli to:

JUSTYNA SOBCZYK – twórczyni warszawskiego Teatru 21, pedagożka teatru, reżyserka, kuratorka, wykładowczyni na Akademii Teatralnej w Warszawie. Współkieruje studiami podyplomowymi pedagogika teatru na Uniwersytecie Warszawskim. Absolwentka programów Szkoły Liderów, tutorka innowacyjnych projektów w programie „Generator innowacji" w Towarzystwie Inicjatyw Twórczych „ę". Od 17 lat związana z Instytutem Teatralnym im. Zbigniewa Raszewskiego w Warszawie. Od 2005 roku z zaangażowaniem i pasją działa na rzecz pedagogiki teatru. Laureatka nagrody indywidualnej „Kamyk Puzyny", przyznawanej przez miesięcznik „Dialog" (2016) za działalność teatralną i pedagogiczną łączącą sztukę ze społecznym zaangażowaniem, oraz nagrody „Wdechy", wręczanej przez magazyn Cojestgrane24.pl w kategorii „Człowiek roku". Wraz z Teatrem 21 otrzymała Paszport Polityki w kategorii „Teatr". (fot. Jacek Poremba)

ANNA ŻÓRAWSKA – trenerka, autorka publikacji, prezeska Fundacji Kultury bez Barier. Od 2008 roku z sukcesami działa na rzecz kultury i przestrzeni publicznej dostępnej dla wszystkich; inicjatorka i założycielka Sieci Liderów i Liderek Dostępności, ekspertka dostępnych wydarzeń – festiwali, koncertów, pokazów filmowych oraz spektakli, które organizuje z audiodeskrypcją dla osób niewidomych, napisami dla niesłyszących i tłumaczeniem na język migowy (od 2008) oraz pętlą indukcyjną (od 2012). Zapewniała dostępność na festiwalach Off Camera i Millennium Docs Against Gravity. Członkini Rady Dostępności przy Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej, doradczyni w tworzeniu polityki różnorodności w różnych instytucjach i organizacjach.

ANGELIKA SZKOŁUDA – kulturoznawczyni i magister polityki społecznej, zaangażowana w działania związane z dostępnością dla osób ze szczególnymi potrzebami, wielokulturowością i ekologią. Od ponad 10 lat współpracuje z warszawskimi organizacjami pozarządowymi, instytucjami kultury i współorganizuje projekty kulturalne, m.in. Wielokulturowe Warszawskie Street Party czy Festiwal Kultury bez Barier. Pracowała również w zespole pełnomocnika prezydenta m.st. Warszawy ds. dostępności, gdzie odpowiadała za dostępność wydarzeń i dokumentów oraz dostępność cyfrową.

ROBERT WIĘCKOWSKI – literaturoznawca i kulturoznawca, dziennikarz, były redaktor naczelny „Pochodni" – czasopisma wydawanego przez Polski Związek Niewidomych, współtwórca i wiceprezes Fundacji Kultury Bez Barier, działającej na rzecz dostępności kultury dla osób z niepełnosprawnościami, organizatora m.in. corocznego warszawskiego Festiwalu Kultury bez Barier. Prowadzi szkolenia z tworzenia audiodeskrypcji i zasad obsługi widzów z niepełnosprawnością w instytucjach kultury.

DAVID SYPNIEWSKI – animator kultury, trener antydyskryminacyjny, grafik i projektant. Współzałożył Stowarzyszenie Praktyków Kultury, które pracowało z uchodźcami, dziewczynami z zakładu poprawczego, młodzieżą z przygranicznych wsi, a także z placówkami edukacyjnymi i kulturowymi. Działał w nim 10 lat. Obecnie wykłada robotykę społeczną na Wydziale Wzornictwa na Uniwersytecie SWPS. Urodził się we Francji, w rodzinie uchodźców politycznych z Polski. (fot. Magdalena Braniewska)

Rozmowa rozpoczęła się od zarysowania wspólnej ramy znaczeniowej dotyczącej tego, czym jest różnorodność w naszej pracy i w jaki sposób wyjaśniamy termin „włączania". Dlaczego jako osoby działające w obszarze kultury powinniśmy kogoś włączać w działania naszej instytucji? Czym jest realne włączanie i dlaczego jest ważne?

Warto w tym miejscu zatrzymać się jeszcze nad samym znaczeniem słowa „włączanie". Justyna Sobczyk zwróciła uwagę, że często osoby, których to słowo dotyczy, same nie lubią go używać. Może ono wskazywać na ich bierność i niebezpośrednio nieść za sobą znaczenie, że osoby nie są proaktywne, nie są w stanie same zadbać o własne uczestnictwo w społeczeństwie i dopiero ktoś, np. pełnosprawny, może sprawić, by poczuły się włączone. W tym znaczeniu określenie to może odbierać osobom część ich podmiotowości. Robert Więckowski, biorąc pod uwagę swoje doświadczenie osoby z niepełnosprawnością, powiedział natomiast: „uśmiecham się do włączania, bo z niego korzystam". To, co jest kluczowe, to pamięć, empatia, praca nad sobą, by słuchać innych i widzieć ich perspektywy.

Gdy rozpatruje się temat włączania, nie da się uniknąć określenia tego, co możemy nazwać normą, normalnością. Kto włącza, a kto jest włączany? To właśnie ogólnospołeczna norma określa, kto jest kim w społeczeństwie. Zatem, kto określa, co jest normalne, a co nie? Kto, jaka grupa, określa to, kto powinien być włączany, a kto jest tym podejmującym decyzję o włączeniu kogoś? Pytania te zadał w naszej rozmowie David Sypniewski i zwrócił uwagę, że strategie włączania wymagają najpierw przestrzeni do rozmowy. Bez rozmowy tworzymy miejsce, w którym powstają uprzedzenia. A tę przestrzeń do rozmowy powinny tworzyć właśnie instytucje kultury. Potwierdziła to Angelika Szkołuda. Instytucje kultury posiadają przecież doskonałe narzędzia do prowadzenia takiej rozmowy, do tworzenia przestrzeni spotkań i wzajemnego zrozumienia. W tym wypadku wszystkie grupy – i te włączające, i te włączane – powinny móc tę przestrzeń współtworzyć. Zapraszanie do biernego uczestnictwa nie jest włączaniem. Angelika zwróciła uwagę na jeszcze jedną bardzo ważną rzecz – życie społeczne to również hierarchia i przywileje. Są grupy, które tych przywilejów mają więcej, np. ze względu na swoją przynależność do większości definiowanej

albo przez takie cechy tożsamości, jak pochodzenie etniczne, kolor skóry, pełno- i niepełnosprawność. Konieczne jest więc zwracanie uwagi na to, by tej uprzywilejowanej pozycji nie wykorzystywać w kulturze. Tutaj wszystkie osoby korzystają na równych prawach. I co dalej? Dalej jest jeszcze poznanie – musimy znać od podszewki wszystkie grupy, z którymi pracujemy, widzieć je, rozumieć, współodczuwać z nimi. Wtedy nie mówimy już o grupie, ale o konkretnych osobach, o Sofii, a nie „tej Arabce", czy tych „niepełnosprawnych z pobliskiego DPS". Każda z tych osób ma imię, nazwisko, swoją tożsamość, historię, marzenia i zainteresowania.

Praca z różnorodnością to praca ze stereotypami, uprzedzeniami, wyjściowymi założeniami, z którymi przychodzą do nas osoby. Indywidualizacja jest szansą na znalezienie wspólnej przestrzeni do rozmowy, zadawania pytań, działania. Anna Żórawska doskonale podsumowała tę część naszego spotkania, mówiąc, że włączanie to dostrzeganie. I że nie da się nikogo włączyć, jeśli nie chcemy tego zrobić, jeśli nam na tym nie zależy. To się nie wydarzy samo.

Jak zatem stworzyć włączające wydarzenie kulturalne? Recepta jest bardzo prosta – takie wydarzenie musi odpowiadać na potrzeby nas wszystkich.

Zatrzymajmy się na chwilę przy tych potrzebach. W czasie rozmowy przywołana została postać Marshalla Rosenberga, znanego w Polsce za sprawą swojej metody komunikacji bez przemocy. Zachęcamy, by się jej przyjrzeć, bo może sprawdzić się też w działaniach z obszaru kultury. Jednak Marshall Rosenberg zwrócił uwagę jeszcze na jedną rzecz, a mianowicie na potrzeby i to, że wszyscy ludzie je mają. Instytucje kultury są od tego, by pomóc nam je realizować. Zadajmy sobie więc pytanie – czy pójście do kina jest jakąś specjalną potrzebą? Nie, nie jest. Ale... Ale jeśli jestem z miejscowości, w której nie ma kina, staje się to już problematyczne. Jeśli jestem osobą niewidomą, tym bardziej może się to wydać niemożliwe do zrealizowania. Ale nadal – mam prawo mieć taką potrzebę i móc ją zrealizować.

Jak zatem widzieć potrzeby osób w naszym otoczeniu, należących do różnych grup? Kluczem jest pamięć. Musimy pamiętać o ludziach, którzy są obok nas. Niekoniecznie zawsze ich widzimy albo nie zawsze pamiętamy, że też mają prawo mieć swoje potrzeby, również te w obszarze kultury.

Pamięć → uważność → elastyczność
To trzy słowa klucze. Pamięć i uważność – to już wiemy. Elastyczność? Czy zawsze wydarzenia muszą wyglądać tak samo? Zmieniajmy formy, dostosowując się do potrzeb. Bo każda osoba ma potrzeby. Pamiętajmy o tym.

W czasie rozmowy pojawił się też temat agentów i agentek zmian w instytucjach kultury. Kim są takie osoby? To rzeczniczki i rzecznicy włączania, osoby często należące do grup mniejszościowych, ale niekoniecznie. Kluczowe jest to, by widzieli i rozumieli perspektywę całej społeczności oraz by o niej pamiętali. Włączanie to misja dla kultury! To główny wniosek tej rozmowy. Właśnie instytucje kultury mają największe pole do działań włączających, bo mogą zwrócić uwagę na potrzeby i tak planować swoje działania, by te potrzeby realizować.

Plac zabaw

W debacie pojawiła się też metafora placu zabaw. Instytucja kultury czy wydarzenie kulturalne to taki swoisty plac zabaw, na który wszystkie osoby, niezależnie od tego, kim są, jakie przynoszą ze sobą doświadczenie, jak wyglądają i jaka jest ich historia, mają wstęp wolny. Wszystkie mogą tę przestrzeń placu zabaw współtworzyć. Mogą wejść, zobaczyć, wziąć w czymś udział, wejść z kimś w kontakt. Mogą też obserwować tę przestrzeń wolnego uczestnictwa i wolnego czerpania. Tak jak dzieci bawiące się na placu zabaw. Niezależnie od tego, czy się wcześniej znały, czy nie, czy znały to miejsce, czy nie – wchodzą, są tam równymi sobie osobami i realizują, na co akurat przyjdzie im ochota. Plac zabaw to też wymiany, uczenie się, zauważanie innych osób. I chcemy, aby takie właśnie były instytucje kultury i tak wyglądało włączanie w ich przestrzeniach. Im bardziej będziemy różnicować zespół przygotowujący dane wydarzenie (już do tworzenia wydarzenia zaprosimy osoby z różnych grup), tym bardziej różnorodna pod wszelkimi względami będzie publiczność.

fot. Magda Starowieyska

Relację przygotowała **ELŻBIETA KIELAK**, psycholożka międzykulturowa, trenerka, autorka materiałów edukacyjnych, moderatorka debaty.

fot. Wojciech Chrubasik, mat. Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

13. edycja Studia Nowe Horyzonty+

Tegoroczna, 13. edycja Studia Nowe Horyzonty+ odbyła się 21–24 lipca we Wrocławiu. Wydarzenie było częścią 22. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Nowe Horyzonty (21–31 lipca we Wrocławiu, 21 lipca – 7 sierpnia online). Creative Europe Desk Polska po raz kolejny zaangażowało się we współorganizację międzynarodowego programu szkoleniowego przeznaczonego dla reżyserów i producentów, którzy rozwijają pierwszy lub drugi pełnometrażowy film fabularny.

W tym roku wyselekcjonowano osiem duetów reżysersko-producenckich, w tym cztery projekty z Polski i po jednym z Gruzji, Rumunii, Hiszpanii i Ukrainy. Twórcy uczestniczyli w czterodniowych warsztatach prowadzonych przez wyśmienitych ekspertów, wśród których znaleźli się: David Pope (London Film Academy), specjalista od promocji i marketingu Álvaro Vega (DobleSentido) oraz agentki sprzedaży Agathe Valentin i Eleni Oulani (Heretic).

Program czterodniowych warsztatów skupiał się na różnych zagadnieniach dotyczących promocji i rozwoju projektu, począwszy od pracy dotyczącej odpowiedniego przygotowanie pitchingu, przez współpracę z agentem sprzedaży po wykorzystywanie mediów społecznościowych do promocji projektów filmowych na rożnych etapach. Uczestnicy wzięli udział w wykładach oraz indywidualnych konsultacjach z ekspertami. Uczestniczyli także w konkursie na najlepszy projekt i najlepszą prezentację, ocenianą przez jury w składzie: David Pope, Agathe Valentin, Eleni Oulani, Álvaro Vega oraz przedstawiciele Creative Europe Desk Polska i Stowarzyszenia Nowe Horyzonty.

Nagroda główna Studia Nowe Horyzonty+ i London Film Academy trafiła do filmu „Milk & Honey", w reżyserii Tornikego Gogrichianiego, produkowanego przez Teklę Machavariani. Nagrodą są konsultacje scenariuszowe projektu sponsorowane przez London Film Academy. Nagrodę w postaci listu intencyjnego telewizji Ale Kino+, dotyczącego emisji gotowego filmu, otrzymał projekt „The Last Warm Summer" („Ostatnie ciepłe lato") w reżyserii Darii Woszek, produkowany przez Michała Jarosika. Wyróżnienia specjalne otrzymały projekty „Last Night I Conquered the City of Thebes", (reż. Gabriel Azorín, prod. Carlos Pardo) oraz „The Great Adventure" (reż. Cecilia Ştefănescu, prod. Marius Balanescu). Nagrodę Pop Up Film Residency otrzymał projekt „Rebel Girls" w reżyserii Katarzyny Trzaski, produkowany przez Maćka Hamelę. Nagrodą jest trzytygodniowa rezydencja filmowa z mentoringiem w ramach programu Pop Up Film Residency Visegrad 2023.

W ramach Studia Nowe Horyzonty+ odbył się także wykład otwarty „Mental Health and Wellbeing in Film Industry", który poprowadziła Janka Neustupová z firmy Sefex – Safety Film Experts. Ekspertka jest certyfikowaną konsultantką ds. zdrowia i dobrostanu psychicznego w branży filmowej oraz promotorką zasad bezpieczeństwa i dobrych praktyk w zakresie dbania o dobre samopoczucie wśród obsad i ekip w branży rozrywkowej w Czechach, Słowacji, Wielkiej Brytanii i innych krajach. Neustupová opowiedziała o wytycznych dotyczących badania zdrowia psychicznego w europejskiej branży filmowej, zaprezentowała praktyczne narzędzia do zrozumienia i promowania pozytywnego samopoczucia. Uczestnicy spotkania usłyszeli podpowiedzi dotyczące budowania odporności na stres oraz rozwiązania odnośnie do rozwijania świadomości dobrostanu psychicznego i monitorowania go.

Partnerami tegorocznego Studia Nowe Horyzonty+ byli: EAVE, London Film Academy, Ale Kino+, Rumuński Instytut Kultury, Pop Up Film Residency. Patronami medialnym wydarzenia byli: Cineuropa, Film & TV Kamera oraz Film New Europe.

REACH OUT!

How to attract your audience?

Creative Europe Desk Poland

Co-funded by the European Union

warsaw | online

9.06.2022

Relacja z konferencji „Reach Out! How to Attract Your Audience", zorganizowanej przez zespół Creative Europe Desk Polska, która odbyła się 9 czerwca 2022 roku w Centralnym Domu Technologii w Warszawie oraz online

Konferencję „Reach Out!" otworzyła dyrektorka Creative Europe Desk Polska **Małgorzata Kiełkiewicz**, podkreślając, że priorytet dotarcia z europejskimi treściami do jak najszerszego grona odbiorców dotyczy większości schematów komponentu MEDIA, poczynając od developmentu i produkcji filmowej, poprzez dofinansowanie festiwali filmowych, działalności europejskich dystrybutorów i agentów sprzedaży oraz sieci kin promujących europejskie filmy, aż po wspieranie szkoleń branżowych. Przekazując głos zaproszonym gościom i ekspertom, Małgorzata Kiełkiewicz wyraziła nadzieję, że zaprezentowane rozwiązania staną się inspiracją i sprawią, że narzędzia służące skutecznemu weryfikowaniu i szacowaniu publiczności będą stosowane na szerszą skalę.

W pierwszym wystąpieniu **Alice Thorpe** z Ampere Analysis, londyńskiej firmy analitycznej specjalizującej się w rynku mediów, nakreśliła obraz globalnej publiczności oraz zmian, które nastąpiły w ostatnim czasie. Punktem wyjścia do analizy były skutki pandemii covid-19 oraz przetasowania na rynku audiowizualnym, w których wyniku to streaming VOD jest obecnie kluczowym czynnikiem wpływającym na kształtowanie się nawyków publiczności. Wśród wartych odnotowania trendów Alice Thorpe wskazała takie zjawiska, jak otwartość młodej widowni, dorastającej z dostępem do katalogu globalnych treści, oglądanie filmów w obcych językach, i jej preferencje, w tym przedkładanie gatunkowego kina niskobudżetowego (komedii, horrorów, romansów) nad produkcje wysokobudżetowe, oraz niesłabnące zainteresowanie publiczności treściami lokalnymi na rynkach lokalnych (np. w Polsce czy Indiach). W gwałtownym rozwoju platform VOD Thorpe upatruje szansy dla niezależnych producentów i dystrybutorów – elastycznych możliwości dystrybucji oraz pociągnięcia za sobą inwestycji, w wyniku których filmy przekraczają granice.

Wyposażeni w wiedzę o trendach globalnych uczestnicy konferencji mogli przejść do omawiania konkretnych narzędzi do badania i docierania do publiczności w panelu „Think Audience".

– Trwa bitwa o widzów – rozpoczęła **Sanne Juncker Pedersen**, szefowa inicjatywy Closer to the Audience w Duńskim Instytucie Filmowym. – I jeśli filmowcy chcą być dostrzeżeni, usłyszani lub wywierać jakikolwiek wpływ, kluczowe jest zrozumienie, jakie historie, tematy czy bohaterowie przemawiają do publiczności – kontynuowała. Duński Instytut Filmowy od lat pracował nad wzmocnieniem więzi między branżą a publicznością, co zaowocowało rozpoczęciem w 2020 roku programu Closer to the Audience. Inicjatywa ma na celu, przede wszystkim, wsparcie twórców w docieraniu do widzów, a bazuje na założeniu, że jeśli włączy się widzów w proces powstawania filmu na wczesnym etapie, wzrastają szanse na trafienie w gusta publiczności. – Chodzi o wzmocnienie wizji twórców i ich intencji, przy zachowaniu swobody artystycznej – wyjaśniała Pedersen. – Może nie wszyscy to przyznają, ale wszyscy twórcy chcą, by ich projekty trafiały do publiczności, czy to małego, specyficznego grona, czy rozległej widowni, ale wszyscy chcą wywierać wpływ na swoich odbiorców – budzić w nich emocje i prowokować do przemyśleń.

Zdjęcia na stronach 21-23: Konferencja „Reach Out! How to Attract Your Audience", fot. Maciek Jaźwiecki, mat. CED Polska

Schemat Closer to the Audience składa się z trzech ścieżek: programu finansującego badanie publiczności, warsztatów dla filmowców oraz platformy online do dzielenia się wiedzą w zakresie badania publiczności. Do tej pory w ramach projektu wspartych zostało 35 projektów. Pojawiło się też zainteresowanie schematem, jego funkcjonowaniem i skutkami ze strony przedstawicieli innych europejskich instytucji filmowych.

W realizacji schematu Closer to the Audience z Duńskim Instytutem Filmowym blisko współpracuje firma Publikum.io, która wykorzystuje sztuczną inteligencję oraz badania antropologiczne do identyfikowania kluczowych aspektów projektu, pomagając produkcjom filmowym i telewizyjnym dotrzeć do większej liczby odbiorców, o czym opowiedział **Niels Alberg**, CEO i współzałożyciel serwisu, wspartego w ramach komponentu MEDIA.

Na pierwszym etapie badania wybiera się ze scenariusza konkretne wątki lub tematy, a następnie algorytm przeczesuje sieć w poszukiwaniu prawdziwych konwersacji, które te motywy zawierają. Na tej podstawie kreuje wizualną mapę obrazującą połączenia między kluczowymi słowami, którą przedstawia się filmowcom. Na drugim etapie, warsztatowym, szuka się odpowiedzi na bardziej szczegółowe pytania. Aby poznać opinię publiczności, badacze posługują się streszczeniami, krótkimi filmami wideo, moodboardami, fragmentami scenariusza czy pitchami z różnie rozłożonymi akcentami. Cały proces trwa siedem tygodni, a Niels Alberg opisuje go jako „małżeństwo kreatywności oraz danych analitycznych", który twórcom pozwala zidentyfikować te wątki, które przemawiają do publiczności. Narzędzie jest także przydatne dla producentów i instytucji filmowych, może być używane do kreatywnego developmentu, green-lightowania projektów lub pozycjonowania i marketingu.

Na przeciwległym biegunie metod badawczych zaproponowanych przez Publikum znajduje się brytyjski serwis Audience Finder, realizowany przez the Audience Agency, którego działanie zaprezentował na konferencji **Chris France**.

Audience Finder to pakiet produktów i baza danych obejmujących ponad 1700 organizacji artystycznych i kulturalnych, które pozwalają na analizę danych ze sprzedaży biletów oraz przeprowadzanie ankiet wśród odbiorców. Przedmiotem badania jest widownia, która chodzi do kina lub uczęszcza na festiwale (analiza nie obejmuje danych ze streamingu). Dane pochodzące od 16,9 miliona agentów zajmujących się sprzedażą biletów, z 1,1 miliona odpowiedzi na personalne ankiety oraz od ponad 22 tysięcy zarejestrowanych użytkowników. System bazuje na segmentacji widowni podzielonej wedle modelu ich zaangażowania w kulturę – pod uwagę brane są nawyki konsumenckie, sposób spędzania wolnego czasu, przynależność do grupy wiekowej, miejsce zamieszkania itp. W ten sposób powstają określone typy odbiorców kultury, do których mogą kierować swoje działania aktywizacyjne czy marketingowe właściciele kin, producenci lub organizatorzy wydarzeń.

– Nasz główny cel to wprowadzenie rozwiązań opartych na danych z rynku w celu zwiększenia liczby odbiorców – zadeklarował Chris France. – Pomagamy też organizacjom w pomyśleniu o ich USP (*unique selling point*). Rynek jest obecnie potwornie konkurencyjny, szczególnie w Wielkiej Brytanii. Są oczywiście serwisy streamingowe, ale także produkcje telewizyjne wysokiej jakości, więc my pomagamy pozycjonować się lokalnie lub w odniesieniu do innych organizacji czy przedsiębiorstw w skali kraju.

Przeglądu narzędzi wspomagających budowanie widowni dopełniła prezentacja platformy Usheru, o której opowiedział **Alex Stoltz**, szef działu filmowego firmy. Usheru to biznesowo-technologiczna inicjatywa, dofinansowana z komponentu MEDIA, której zadaniem jest wsparcie dystrybutorów, producentów czy instytucji filmowych w nawiązywaniu bezpośredniej relacji z widownią.

– Przyszłość kina niezależnego leży w zrozumieniu, jak efektywnie dotrzeć do widzów. W czasach, w których jesteśmy bombardowani tysiącem komunikatów reklamowych dziennie, gdy istnieje tyle platform i tyle treści, bezpośredni kontakt z widzem jest bezcenny – tłumaczył Alex Stoltz. Usheru stawia na budowanie bezpośrednich relacji z widzem poprzez gromadzenie danych – udostępnia przestrzeń, która widzom daje łatwy dostęp do informacji o filmach, godzinach pokazów, materiałach reklamowych itp., a dystrybutorom pozwala prześledzić dane dotyczące źródła odwiedzin, skuteczności kampanii reklamowych czy wskaźnikach konwersji.

Podczas kolejnego punktu konferencji, prezentacji „Identify Your Audience and Reach Out – Methods and Tools", **Paul Rieth** z agencji Get Your Crowd przestawił uczestnikom narzędzia do identyfikowania widowni, które mogą być szczególnie skuteczne przy projektach niemainstreamowych czy pozbawionych wielkich budżetów reklamowych.

– *Audience design* to wielowątkowy proces budowania świadomości i zaangażowania publiczności wokół filmu, poczynając od wczesnego etapu rozwoju projektu – tłumaczył Paul Rieth. – Zawsze zaczyna się od pytania o cel, który chce się osiągnąć.

Przybliżając narzędzia, którymi można się posługiwać przy budowaniu widowni, Rieth skupił się na identyfikowaniu punktów stycznych, tworzeniu profili odbiorcy oraz crowdfundingu. Określanie punktów stycznych to poszukiwanie argumentów, dla których widowni film może się spodobać pod względem zaangażowanych w niego osób (np. obsada aktorska), historii (np. tematy, fakty) czy specyficznych zalet (np. lokacje, aspekty lokalne, artystyczne współprace). Tworzenie profilu odbiorcy to próba zbudowania dość szczegółowego modelu widza i wniknięcia w jego nawyki czy upodobania oraz znalezienia kanałów dotarcia. Z kolei crowdfunding, który często mylnie jest postrzegany jako odpowiedź na problemy z finansowaniem filmów, może być skutecznym narzędziem do identyfikacji grupy docelowej i dostarczać cennej na etapie dystrybucji informacji zwrotnej. W wystąpieniu Paul Rieth zwrócił też uwagę na zalety współpracy z zewnętrznym ekspertem, który często potrafi zaoferować twórcom związanym od wielu lat z projektem świeżą perspektywę i radę.

Ostatnim segmentem konferencji był panel „Master Your Marketing" z udziałem ekspertów pracujących w konsultingu, promocji i sprzedaży. Miał na celu przedyskutowanie aspektów promocyjnych na poszczególnych etapach rozwoju filmu – od developmentu po dystrybucję.

Rozmowę rozpoczęło pytanie o optymalny termin rozpoczęcia działań marketingowych. Wszyscy eksperci zgodnie podkreślali szeroki wachlarz możliwości, jaki daje zaangażowanie eksperta ds. marketingu i komunikacji na wczesnym etapie rozwoju filmu. **Gabriel De Bortoli**, reprezentujący L'Avventura Studio, paryską agencję specjalizującą się w strategiach mediów społecznościowych dla filmów przestrzegał przed ekstremalnymi przypadkami, kiedy na przygotowanie kampanii promocyjnej agencja ma tydzień. **Julia Short**, konsultantka branży filmowej i kierowniczka studiów w wiedeńskim International Screen Institute, nowej inicjatywie wspieranej w ramach komponentu MEDIA, doprecyzowała, że 12 tygodni to dla niej wystarczające wyprzedzenie, aby przemyśleć i przygotować skuteczną kampanię. **Nicolò Gallio**, niezależny konsultant ds. marketingu i komunikacji, podkreślał, że zaangażowanie marketingowca na etapie scenariusza, daje szansę nie tylko na lepsze zaplanowanie kampanii, lecz także działań B2B oraz wspomaga producentów na etapie finansowania projektu, bo plany promocji filmu są obecnie wymagane przez większość instytucji finansujących.

– W marketingu chodzi o opowiadanie historii poprzez plakat i trailer, więc eksperci ds. promocji są też w stanie wnieść cenny wkład na etapie developmentu scenariusza – dodał **Boris Pugnet**, który na co dzień konsultuje projekty z producentami

i dystrybutorami oraz przygotowuje zwiastuny filmowe. – Ekspert od marketingu jest w stanie wskazać twórcom takie kierunki rozwoju wątków czy postaci, dzięki którym zyskają większe zrozumienie lub sympatię widowni.

W dalszej części dyskusji uwaga ekspertów skupiła się na aspektach technologicznych. **Eleni Oulani**, która odpowiada za marketing i komunikację w butikowej greckiej firmie Heretic, odwołała się do pandemicznych doświadczeń, które dowiodły istotności mediów społecznościowych w dzisiejszym świecie. Jednocześnie wskazała na konieczność śledzenia ewolucji poszczególnych narzędzi tak, aby efektywnie wykorzystywać je w swoich kampaniach. Wtórował jej Gabriel De Bortoli, podkreślając, jak mocno obecnie platformy ograniczają organiczne zasięgi, warunkując widoczność wykupieniem reklamy.

– Zrozumienie i jasne określenie celu, jaki chcemy osiągnąć, powinno być podstawą wyboru odpowiednich partnerów i platform – dodał Nicolò Gallio. – Trzeba też na samym początku zadać klientowi pytanie o budżet, jakim dysponuje i ile jest w stanie zainwestować. Od tego zaczyna się rozmowa o strategii.

Julia Short zachęcała uczestników, aby trudności budżetowe pokonywać kreatywnością, np. nawiązywać współprace, które pozwalają obniżyć koszty.

Na zakończenie panelu zaproszeni eksperci próbowali zdefiniować największe wyzwania, jakie obecnie stawiają przed nami popandemiczne realia. Eleni Oulani wskazała na szybkie tempo zmian i trudne do przewidzenia zachowania widowni. Z przedmówczynią zgodził się Gabriel De Bortoli i dodał, że coraz częściej pojawia się rozdźwięk między zainteresowaniem i ruchem wokół filmu na platformach społecznościowych a wynikami *box office*. Boris Pugnet największego wzywania upatrywał w zrozumieniu danych z rynku, właściwej identyfikacji odbiorcy i przygotowaniu atrakcyjnej oferty rozrywkowej dla potężnych grup odbiorców, którzy obecnie są niedostrzegani przez twórców i producentów. Posiłkował się przy tym przykładami z rynku francuskiego, gdzie widownia filmów niezależnych to grupa 50+, a młodzi ludzie, zwłaszcza żyjący na przedmieściach, przestali chodzić do kina. Konieczność odpowiedzi na tę zmianę pokoleniową dostrzega też Julia Short: – Musimy sprawić, aby dla młodych ludzi doświadczenie kinowe nie ograniczało się tylko do kina hollywoodzkiego, aby mieli dostęp do kina europejskiego i aby budować widownię na przyszłość. Nicolò Gallio skonkludował, że kluczowe jest gromadzenie i analizowanie danych w celu zrozumienia zmian, jakie zachodzą wśród widowni, i odkrycia, co jest naszą nową normalnością.

Konferencję zakończyło krótkie przybliżenie możliwości edukacyjnych w zakresie budowania widowni i marketingu, czyli programy takie jak EAVE Marketing Workshop, Torino Film Lab czy International Screen Institute, które obywają się ze wsparciem komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa.

Zapis z konferencji „Reach Out! How to Attract Your Audience" dostępny jest na profilu Creative Europe Desk Polska na platformie YouTube: bit.ly/YouTube_CEDPolska

„Kiedy umilknie wiatr", mat. ZK Studio

Międzynarodowy potencjał dystrybucyjny projektów jest dla mnie niezwykle istotny – rozmowa z producentką Małgorzatą Prociak

W ramach programu Kreatywna Europa, nowego schematu *European Mini-Slate Development*, otrzymaliście w tym roku wsparcie na rozwój pakietu projektów. Czy mogłabyś przybliżyć założenia Waszego wniosku?
Mieliśmy dwa główne założenia – umocnienie pozycji firmy na rynku europejskim oraz połączenie doświadczonego twórcy z młodym talentem. Zresztą wpisują się one w sposób, w jaki od kilku lat prowadzimy naszą firmę. Od jakiegoś czasu myślałam już o aplikowaniu o wsparcie na development nie z jednym, a kilkoma projektami, czekałam tylko na moment, gdy będę pracować nad takimi filmami, których potencjał i poziom zaawansowania prac na to pozwoli i tym razem się udało.

W ramach pakietu rozwijasz dwa projekty dokumentalne. O czym opowiadają „Matylda" i „Kiedy umilknie wiatr"?
To są dwa zupełnie różne filmy. „Matylda" to obserwacyjny dokument w reżyserii bardzo doświadczonego twórcy Konrada Szołajskiego, opowiadający o kobiecie, która buduje swoje życie rodzinne z imigrantem z Afryki, tym samym spełniając swoje dziecięce marzenia o życiu na „czarnym lądzie". Rozczarowana mieszczańskimi Polakami Matylda decyduje się na związek z kongijskim muzykiem Michaelem, dla którego staje się szansą na życie w Europie. Jednak jego przyjazd do Warszawy zbiega się z wybuchem pandemii, co uniemożliwia mu utrzymanie się z muzyki i zmusza do podjęcia pracy w sortowni śmieci. Rozczarowani Polską małżonkowie planują przeprowadzkę do Afryki. Jednak realizację tego planu spowolniło przyjście na świat dwóch córek. W filmie planujemy pokazać najbliższy rok z życia tej rodziny. Bohaterowie muszą się zdecydować, gdzie chcą żyć. Czy podobnie jak Europa rozczarowała Michaela, Afryka nie rozczaruje Matyldy?

Natomiast „Kiedy umilknie wiatr" to dokumentalny debiut młodego reżysera Mateusza Gołębiewskiego. Jest to składająca się w głównej mierze z archiwaliów opowieść o Januszu Sidle, fantastycznym polskim oszczepniku oraz o jego legendarnym geście *fair play*. Podczas finału Igrzysk Olimpijskich w Melbourne w 1956 roku namówił on swojego największego rywala – Norwega Egila Danielsena – do rzucenia nowym, prototypowym metalowym oszczepem. W wyniku tego Polak stracił nie tylko złoty medal, ale również rekord świata. Jednak rywalizacja sportowa będzie dla nas jedynie pretekstem do opowiedzenia o tym, co nas napędza, jak radzimy sobie z porażką, a to wszystko na tle historii Polski i Norwegii połowy lat 50.

Na jakim etapie są obecnie obydwa dokumenty? Jaka była ich droga?
Oba projekty są na etapie późnego developmentu, we wrześniu planujemy zacząć produkcję. W przypadku „Matyldy" początek pracy nad projektem był bardzo naturalny. Od wielu lat współpracuję z Konradem Szołajskim, który usłyszał w radiu wywiad z Matyldą, skontaktował się z nią i właściwie od pierwszego spotkania był przekonany o ogromnym potencjale jej historii. Jeśli zaś chodzi o „Kiedy umilknie wiatr" to po raz pierwszy usłyszałam o projekcie podczas pitchingu Doc Lab Poland w Krakowie, gdzie pomyślałam, że to bardzo ciekawy pomysł na dokument. Jakiś czas później, podczas Script Fiesty w Warszawie, poznałam reżysera filmu Mateusza Gołębiewskiego. Po kilku miesiącach Mateusz zadzwonił do mnie, szukając nowego producenta, i tym sposobem dołączyłam do projektu.

W swoich projektach dużą wagę przykładasz do ich potencjalnej dystrybucji międzynarodowej, zainteresowania nadawców zagranicznych. Czy podobnie planujesz pracować z „Matyldą" i „Kiedy umilknie wiatr"?
Zdecydowanie tak. Oba projekty mają duży potencjał międzynarodowy. „Kiedy umilknie wiatr" jest koprodukcją polsko-norweską, ale zainteresowani są nią również Czesi i Finowie. Natomiast „Matylda" ma szansę na udział Włochów i Niemców. Zresztą międzynarodowy potencjał dystrybucyjny jest dla mnie jednym z bardziej istotnych

„Matylda", mat. ZK Studio

kryteriów podczas podejmowania decyzji o zaangażowaniu się w projekt. Oczywiście najważniejsza jest historia, musi ona na tyle korespondować z moją wrażliwością, żebym chciała poświęcić kilka lat na realizację filmu. Zdecydowanie szukam uniwersalnych opowieści, które mogą być zrozumiałe dla widzów w całej Europie.

Od wielu lat uczestniczysz w różnych międzynarodowych wydarzeniach, w tym warsztatach, m.in. IDFAcademy czy Ex Oriente Film Workshop. Jakie korzyści czerpiesz ze spotkań tego typu?

Przede wszystkim dają mi one szerszą perspektywę i pozwalają zuniwersalizować historie, nad którymi pracuję. Bardzo lubię ten moment, gdy nowy projekt zostaje skonfrontowany z międzynarodowymi ekspertami i mogę sprawdzić, na ile jest on zrozumiały w innych krajach – co rezonuje, a co należałoby jeszcze przemyśleć. Ja zresztą niejako zostałam wychowana na międzynarodowych warsztatach artystycznych, w których brałam udział w trakcie szkoły średniej na pograniczu polsko-czesko-niemieckim. Jest to więc dla mnie bardzo naturalne. Dlatego też staram się co najmniej dwa razy do roku uczestniczyć, w którejś z europejskich inicjatyw – czy to targach, czy też warsztatach lub pitchingach. Bardzo istotna jest też dla mnie wymiana doświadczeń z producentami z innych krajów, a także budowanie sieci kontaktów. Takim bezpośrednim efektem Ex Oriente Film Workshop jest koprodukcja jednego z naszych projektów z kolegami z Czech i Niemiec, których poznałam właśnie podczas tych warsztatów.

***European Mini-Slate Development* to wymagający schemat, a konkurencja co roku jest bardzo duża. Jak myślisz, co zadecydowało o przyznaniu grantu Waszemu pakietowi projektów?**

Mogę się tylko domyślać, ale wydaje mi się, że na pewno na naszą korzyść przemówił fakt, że jesteśmy wielokrotnym beneficjentem programu Kreatywna Europa MEDIA, zarówno w zakresie developmentu, jak i wsparcia na etapie produkcji w ramach schematu *TV and Online Content*. Myślę, że również dobór autorów projektów mógł mieć spore znaczenie. Z jednej strony uznany twórca ze sporym doświadczeniem w realizowaniu filmów w koprodukcjach z europejskimi producentami i nadawcami telewizyjnymi, a z drugiej – młody talent. Oba przygotowywane filmy mają również silne przesłanie i dotykają ważnych tematów, takich jak kobiecość, imigracja, miejsce w rodzinie, zasada *fair play* czy radzenie sobie z porażką.

Na czym, Twoim zdaniem, należy się skupić najbardziej podczas planowania aplikacji do programu Kreatywna Europa? Czy masz jakąś radę dla aplikujących?

Najważniejsze jest odpowiednie dobranie projektów. Warto zastanowić się nad ich międzynarodowym potencjałem, pozyskać listy intencyjne, czy to od stacji telewizyjnych zainteresowanych przyszłą emisją filmu, czy też od ewentualnych koproducentów i agentów sprzedaży. Polecam również udział we wszelkiego rodzaju warsztatach, pitchingach i targach. Drugą bardzo istotną kwestią jest zapewnienie sobie wystarczającej ilości czasu na przygotowanie i konsultowanie aplikacji. Zdecydowanie uważam, że im więcej osób będzie miało szansę ją przeczytać i nam doradzić, tym efekt końcowy będzie lepszy. Warto jest też podzielić konkretne zadania w zespole tak, by każdy przygotował tę cześć, na której najlepiej się zna, a następnie wspólnie złożyć je w całość. I na koniec warto próbować, pytać, rozmawiać z producentami, którzy już otrzymali dofinansowanie, a także brać udział w spotkaniach informacyjnych dotyczących interesującego nas programu.

MAŁGORZATA PROCIAK – producentka filmowa, kierownik produkcji, działaczka kultury, absolwentka filologii czeskiej na Uniwersytecie Wrocławskim praz Wydziału Organizacji Produkcji Filmowej PWSFTviT w Łodzi. Pracuje jako producent, kierownik produkcji, koordynator projektów kulturalnych. Zrealizowała wiele krótkometrażowych oraz dwa pełnometrażowe filmy dokumentalne nagradzane na festiwalach na całym świecie. Od 2012 roku związana z ZK Studio. Absolwentka IDFAcademy 2017 i Ex Oriente Film Workshop, stypendystka Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego Od 2019 roku przewodnicząca Sekcji Producentów Filmów Dokumentalnych Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych (KIPA).

Narodowy Instytut Muzyki i Tańca liderem „Dancing Together, Again! Creative Residencies Programme”

fot. R.A.Killmer, mat. Flickr, CC BY 2.0.

Narodowy Instytut Muzyki i Tańca został liderem projektu „Dancing Together, Again! Creative Residencies Programme”, czego Państwu serdecznie gratulujemy. Proszę przybliżyć jego koncepcję i główne założenia.
Mateusz Czekaj, koordynator projektu, NIMiT: Nasz projekt kreatywnych rezydencji skierowany jest do artystów, kuratorów lub producentów i naukowców bądź badaczy, którzy chcą przybliżyć taniec i wiedzę o nim lokalnym społecznościom. Jego celem jest stworzenie nowych schematów działania oraz sieci wymiany poglądów, metod oraz wizji w krajach europejskich oraz pozaeuropejskich, zwiększenie świadomości i konkurencyjności w obszarze badań i produkcji tanecznych oraz zmniejszanie barier istniejących między zawodowymi tancerzami i lokalnymi społecznościami. Wymiana międzykulturowa ma na celu twórczą wymianę pomysłów między rezydentami i przekazywanie tych propozycji lokalnym uczestnikom w ramach warsztatów, występów i wykładów. Feedback od lokalnej społeczności pozwoli rezydentom na przemyślenie ich myślenia o tańcu i zbudowania go na nowo. Wierzymy, że te działania wzmocnią więzi miedzy profesjonalistami a lokalnymi społecznościami i przyczynią się do budowania publiczności tańca.

Czy to Państwa pierwszy projekt międzynarodowy? Czy mają już Państwo doświadczenie w tym zakresie?
Aleksandra Kleinrok, kierowniczka ds. zarządzania projektami, NIMiT: W Narodowym Instytucie Muzyki i Tańca prowadzimy już działania międzynarodowe w zakresie szeroko rozumianej kultury tanecznej i muzycznej. Do obszaru takich działań należą rezydencje artystyczne o charakterze dwustronnym, organizacja warsztatów z udziałem zagranicznych prowadzących, działania o charakterze *tournée* i inne. Wspólnie z Instytutem Adama Mickiewicza stworzyliśmy także stronę polanddances.pl, która gromadzi informacje o aktywnych artystach tańca, umożliwiając im promocję swojej twórczości na rynkach zagranicznych.

Proszę przybliżyć nam historię partnerstwa? Czy współpracowali Państwo razem wcześniej, czy współpraca została nawiązana na czas projektu?
Mateusz Czekaj: Tak, współpracujemy już z partnerami od zeszłego roku. Arts Research Institute w Tbilisi (Gruzja) oraz teatr tańca Trafik z Rijeki (Chorwacja) biorą udział w naszym projekcie „Korzenie Tańca / The Roots of Dance”, realizowanym w ramach programu „Kultura inspirująca”), skierowanym do młodych tancerzy z kompanii tańca na świecie. W jego ramach promujemy polską kulturę, szczególnie w zakresie muzyki i tańca, zarówno tradycyjnego, jak i współczesnego. Natomiast z Movimento Danza spotkaliśmy się na Polskiej Platformie Tańca i ostatnio uczestniczyliśmy w ich platformie tańca współczesnego we Włoszech. Po jednym z takich spotkań artyści zaprosili nas do wspólnych działań.

Do kogo skierowany jest projekt? Kto będzie pośrednim i bezpośrednim uczestnikiem działań?
Mateusz Czekaj: W ramach kreatywnych rezydencji, artyści, kuratorzy bądź producenci oraz naukowcy i badacze z różnych dyscyplin i każdego z czterech uczestniczących krajów (Chorwacji, Gruzji, Włoch i Polski) będą wspólnie działać i wchodzić w interakcje z lokalnymi społecznościami – z ludźmi pochodzącymi zarówno z rodzin biedniejszych, jak i lepiej sytuowanych, z różnych grup etnicznych i religijnych, stałymi mieszkańcami oraz imigrantami, młodymi i starszymi, ludźmi ze specjalnymi potrzebami oraz tymi, którzy mają ograniczony dostęp do wydarzeń kulturalnych. W ramach rezydencji odbędą się warsztaty, wykłady i występy skierowane zarówno do profesjonalistów, jak i do lokalnych uczestników zainteresowanych tańcem.

Jaki jest harmonogram projektu? Jakie konkretne działania zostały zaplanowane?
Mateusz Czekaj: Cały projekt zaplanowany jest na okres od 1 października 2022 roku do 30 marca 2025 roku. Dwa razy w roku organizowane będą kreatywne, maksymalnie trzytygodniowe rezydencje we Włoszech, Chorwacji i Gruzji. Uczestnicy rezydencji będą wyłaniani na zasadach otwartego naboru, w którym konieczne będzie opisanie twórczych pomysłów w nawiązaniu do tematu konkretnej rezydencji. Dokładne daty ogłosimy jesienią tego roku. Podsumowaniem projektu będzie festiwal w Polsce, w którym wszyscy uczestnicy, a więc łącznie 36 osób, zaprezentują swoje prace i podzielą się doświadczeniami rezydencji.

Aplikowali Państwo w pierwszym naborze wniosków w ramach nowej edycji programu Kreatywna Europa, co oznacza, że musieli się Państwo zmierzyć z nowymi wytycznymi i procedurami aplikacyjnymi. Czy na tym etapie pojawiły się jakieś trudności? Jakich rad udzielilibyby Państwo osobom, które zamierzają aplikować w kolejnych konkursach?
Aleksandra Kleinrok: Jak we wszystkich ogłoszeniach związanych z naborem wniosków, konieczne jest z pewnością dokładne i wnikliwe zapoznanie się z regulaminem i wszelkimi wytycznymi formalnymi. Tego rodzaju wnioski, rozbudowane pod względem zasięgu i czasu trwania, wymagają także dużego zaangażowania koordynatora projektu.
Mateusz Czekaj: Bardzo pomocna okazała się możliwość kontaktu z pracownikami Creative Europe Desk Polska. W odniesieniu do samego wniosku polecam dużą dozę samodyscypliny, wyobraźni i – przede wszystkim – czasu, gdyż stworzenie wniosku to długi proces, ale warty włożenia wysiłku. Serdecznie zachęcamy do brania udziału w kolejnych edycjach programów Kreatywnej Europy i życzymy powodzenia!

Gdzie jest moja ekipa? Crew United dla profesjonalistów sektora filmowego

Podczas tegorocznego festiwalu w Cannes w pawilonie MEDIA odbyła się prezentacja projektu Crew United, dofinansowanego w 2021 roku w ramach schematu *Innovative tools and business models*. Od ponad 26 lat internetowa platforma Crew United daje filmowcom za i przed kamerą możliwość prezentacji online własnego dorobku, nawiązania kontaktów i współpracy z twórcami i podmiotami międzynarodowego przemysłu filmowego. Na Crew United poznasz wykwalifikowanych i pełnych pasji twórców filmowych, przeczytasz sprawdzone informacje o bieżących, przyszłych i zakończonych projektach filmowych, znajdziesz i zaoferujesz pracę lub zakwaterowanie w całej Europie oraz uzyskasz możliwość uczestniczenia w procesie poprawy warunków pracy. Platforma publikuje także lokalne regulacje rynku pracy, źródła finansowania produkcji i inne istotne informacje.

Od filmowców dla filmowców i filmowczyń

Crew United powstało w 1996 roku i jest jedną z pierwszych internetowych baz danych tego typu. W odróżnieniu jednak od wielu innych podobnych czysto biznesowych projektów geneza Crew United wiąże się ściśle ze światem filmowym i jego potrzebami. Twórcy Crew United – Oliver Zenglein i Vincent Lutz – rozpoczęli swoją karierę zawodową jako filmowcy. Zenglein pracował jako drugi reżyser, Lutz był dźwiękowcem. W 1995 roku doszło do wypadku, wskutek którego Oliver nie mógł kontynuować pracy. I właśnie wtedy jego przyjaciel Vincent wymyślił Crew United – platformę online z ogłoszeniami pracy dla filmowców. Dzięki niej Oliver mógł pracować nadal w środowisku filmowym i przyczyniać się do poprawienia warunków pracy. Pomysł przyjął się znakomicie i wkrótce platforma stała się najbardziej renomowaną w obszarze niemieckojęzycznym.

Prezentacja Crew United podczas MFF w Cannes w 2022, mat. Crew United

W 2019 roku platforma rozszerzyła swój zasięg na inne kraje europejskie. Powstały regionalne redakcje Crew United France i Crew United Polska. Dzięki kolejnym dwóm dofinansowaniom z komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa trwają obecnie prace nad wersjami hiszpańską, włoską, grecką, litewską i rumuńską, a w planie są kolejne. Platforma ma już ponad 42 tysięcy aktywnych członków, a jej europejska ekspansja sprawi, że liczba ta będzie wielokrotnie większa. Kim są użytkownicy Crew United? To proaktywni filmowcy, którzy nie czekają na możliwości, ale je tworzą, a także miłośnicy filmu – podobnie jak twórcy i redaktorzy oraz redaktorki portalu.

Crew behind

Szukając wsparcia i informacji w labiryncie internetowych algorytmów, zamiast pomocy znajdujemy często jedynie frustrację. Automatyzacja usług nie zawsze jest odpowiedzią, chociaż zapewne jest tańsza. Crew United to przede wszystkim zespół profesjonalnych redaktorów, gotowych towarzyszyć każdemu użytkownikowi portalu od momentu rejestracji. Ich zadaniem jest nie tylko pomoc użytkownikom, lecz także nieustanny dialog z nimi. Portal jest bowiem współtworzony przez jego członków, którzy zgłaszają pomysły usprawniające działania oraz dosyłają brakujące dane. Zespół Crew United weryfikuje każdą informację wprowadzaną do bazy. Sprawdza także rejestracje pod kątem profesjonalizmu potencjalnych członków portalu. Przyjmuje na siebie odpowiedzialność nie tyle za ilość, ile za jakość danych gromadzonych na platformie.

Globalna platforma ukierunkowana na Europę

Wzmocnienie i uczynienie lokalnych rynków bardziej transparentnymi przy jednoczesnej poprawie warunków pracy i współpracy europejskiej to podejście, które sprawia, że Crew United jest platformą zarówno lokalną, jak i globalną. Tylko w 2020 roku w Europie powstało prawie 100 koprodukcji, prawie tyle samo co w 2019 roku! Dynamika tego rozwoju pociąga za sobą wzrost liczby serwisów produkcyjnych, intensyfikację współpracy międzynarodowej i mobilności pracowników filmowych. Tendencja ta znajduje odzwierciedlenie w danych statystycznych portalu – wśród ponad pięciu milionów unikalnych użytkowników Crew United rocznie znajdują się przedstawiciele dosłownie wszystkich krajów. Decyzja o europejskim rozwoju platformy jest więc ze wszech miar uzasadniona, a podwójne dofinansowanie z komponentu MEDIA i pozytywna reakcja lokalnych organizacji zawodowych ułatwiają jej realizację. Do zespołów we Francji, Polsce, Włoszech, Hiszpanii, Grecji, Rumunii i Łotwie udało się pozyskać doświadczonych lokalnych ekspertów. Dogłębne zrozumienie lokalnej specyfiki i wyzwań, przed którymi stoi przemysł audiowizualny, sprawia, że narzędzia oferowane przez platformę są dostosowane do potrzeb poszczególnych krajów. Ważnym aspektem tej rozszerzonej formuły jest poszukiwanie rozwiązań wspólnych problemów na poziomie europejskim. Dynamiczny rozwój sektora audiowizualnego wiąże się, jak wiadomo, także ze zjawiskami negatywnymi – pogorszeniem standardów pracy i nadużyciami.

Crew United nie tylko daje swoim użytkownikom dostęp do najlepszych ekip w Europie, lecz także, poprzez publikację lokalnych przepisów prawa pracy i informacji o płacy minimalnej, uzbraja ich w wiedzę o rynkach, na których będą działać. Na rynkach uregulowanych wszystkie oferty pracy w Crew United są weryfikowane pod kątem przepisów prawa pracy i lokalnych umów zbiorowych. Gromadzeniu danych i informacji towarzyszy zaangażowanie portalu w liczne działania zmierzające do poprawy warunków pracy. Zostaną objęte nimi także kraje, w których Crew United wkrótce się pojawi.

Dostępność ekip

Jesteśmy dziś świadkami mobilności ekip filmowych w całej Europie. Za tą nową rzeczywistością kryje się wiele powodów: eksplozja produkcji treści audiowizualnych, spowodowana rosnącym zapotrzebowaniem platform streamingowych, które zmieniły krajobraz oglądalności; gotowość producentów (szczególnie ze Stanów Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii) do inwestowania w zdjęcia w unikalnych lokalizacjach na całym świecie oraz chęć korzystania

Ceremonia wręczenia Fair Film Awards, mat. Crew United

z atrakcyjnych zachęt oferowanych przez większość krajów europejskich, a także standardowa praktyka europejskich producentów zakładająca koprodukcje z innymi krajami na kontynencie w celu możliwości korzystania z lokalnych źródeł finansowania. Wszystkie te czynniki powodują, że istnieje ciągła potrzeba zwiększania dostępności ekip i poszerzania puli talentów w różnych regionach.

Publikując oferty pracy (na rynku niemieckojęzycznym jest ich do 600 tygodniowo), Crew United umożliwia profesjonalistom z całego świata komunikowanie możliwości zatrudnienia. Biorąc pod uwagę, jak trudne bywa obecnie utrzymanie ciągłości pracy wobec braku pracowników, ta funkcja platformy jest korzystna dla tysięcy producentów. Dlatego oferty pracy dostarczane przez Crew United stały się nieocenionym narzędziem *modus operandi* tysięcy profesjonalistów filmowych w Europie.

Fair Film

Bardziej zróżnicowany, transparentny, uczciwy i tolerancyjny europejski przemysł audiowizualny był od początku celem twórców platformy. Dlatego angażują się oni w badania naukowe, organizują warsztaty i konferencje, uczestniczą w akcjach charytatywnych i wspierają produkcje *green shooting*.

Ostatnio Crew United uczestniczyło w badaniu „Vielfalt im Film" (Zróżnicowanie w filmie) zorganizowanym przy współpracy z Federalną Agencją Antydyskryminacyjną, a także współtworzyło „Raport o warunkach pracy profesjonalistów filmowych i telewizyjnych" dla Kancelarii Senatu Berlina. Badania te inicjują konkretne zmiany w schematach finansowania czy edukacji, które będą miały wpływ na tworzenie bardziej integracyjnego środowiska pracy i poprawę warunków pracy na planie.

Jedną z flagowych inicjatyw Crew United jest Fair Film Award – nagroda stworzona przez platformę 10 lat temu i wspierana przez stowarzyszenia zawodowe. Przyznawana corocznie, honoruje produkcje filmowe o najwyższych standardach pracy, podkreśla pozytywne zmiany w traktowaniu filmowców w produkcji filmowej oraz uwrażliwia producentów filmowych na te kwestie. Lokalne edycje Fair Film Award będą organizowane we wszystkich krajach, w których działa platforma, także w Polsce.

Zaledwie kilka dni po rosyjskiej inwazji na Ukrainę Crew United i jej partnerzy zainicjowali platformę Filmmakers for Ukraine. Początkowo był to serwis informacyjny, na którym ukraińscy filmowcy i ich rodziny mogli szybko znaleźć pomoc, lecz z czasem inicjatywa przekształciła się w kierunku bardziej skoncentrowanych działań, takich jak program Train to Work – czterotygodniowe płatne praktyki na planach zdjęciowych dla ukraińskich filmowców, szkolenia online z zakresu aspektów prawnych zatrudnienia czy sztuki pitchingu. Zwieńczeniem tych działań jest stworzenie organizacji pozarządowej Filmmakers for Refugees i rozpoczęcie akcji charytatywnych (np. projekcji filmów ukraińskich online) na rzecz wspierania filmowców w dramatycznej sytuacji życiowej.

Wszystkie powyższe działania są realizacją wartości głęboko osadzonych w DNA Crew United. Są nimi uczciwość, równość, zrównoważony rozwój, transparencja, różnorodność, tolerancja, kosmopolityzm, odwaga i wolność. W Crew United znajdziesz swoją ekipę, a także poczucie przynależności do międzynarodowej, solidarnej i proaktywnej społeczności filmowej.

Wszystkim profesjonalnym filmowcom z nowych krajów portal oferuje rok bezpłatnej subskrypcji Premium – w celu zapoznania się z narzędziami i funkcjami portalu. Zapraszamy do rejestracji i kontaktu z redakcją Crew United Polska (tel. +48 22 120 23 44, czesc@crew-united.com). Więcej: crew-united.com.

Wspieraj ukraińskich filmowców, oglądając ich filmy: **filmmakers-for-ukraine.com/charityscreening/**.

Porozmawiajmy o szkoleniach

„Porozmawiajmy o szkoleniach" to cykl poświęcony inicjatywom szkoleniowym dofinansowanym w komponencie MEDIA. W każdym numerze magazynu polscy uczestnicy europejskich warsztatów odpowiadają na szereg pytań, dzieląc się doświadczeniem i wrażeniami. W tym odcinku rozmawiamy z Kubą Kosmą, uczestnikiem warsztatów Inside Pictures.

INSIDE PICTURES

Inside Pictures to wysokiej klasy program szkoleniowy przeznaczony dla doświadczonych producentów i profesjonalistów z branży filmowej. W trakcie programu uczestnicy zdobywają wiedzę na temat funkcjonowania w międzynarodowej branży filmowej, poznają innowacyjne modele biznesowe, rozwijają umiejętności zarządzania oraz mają możliwość nawiązania kontaktów z doświadczonymi przedstawicielami międzynarodowego sektora audiowizualnego. Inside Pictures oferuje szereg seminariów, warsztatów oraz wizyt studyjnych, które swoją tematyką obejmą wszystkie aspekty międzynarodowego biznesu filmowego – od developmentu poprzez produkcję, finansowanie, dystrybucję, marketing po wykorzystanie najnowszych osiągnięć cyfrowych.

Czym się Pan zajmuje? Jakie jest Pana doświadczenie zawodowe?

Skończyłem łódzką filmówkę, pełniłem różne funkcje produkcyjne przy projektach niezależnych, studenckich, krótkometrażowych i pełnometrażowych.

Obecnie wspólnie z Kasią Sarnowską prowadzę firmę Serce, w ramach której produkujemy przede wszystkim filmy fabularne z przeznaczeniem w pierwszej kolejności do dystrybucji kinowej. Poświęcamy dużo uwagi rozwojowi projektów wspólnie ze scenarzystami i reżyserami.

W naszej filmografii znajdują się m.in. Serce Miłości, (nie)znajomi, Wszystkie Nasze Strachy oraz będące obecnie w postprodukcji Ryfka i koprodukcja koreańsko – polska Dokąd chciałbyś pójść.

Ponadto jestem członkiem zarządu Polskiej Gildii Producentów oraz wykładowcą.

Dlaczego zdecydował się Pan uczestniczyć w programie Inside Pictures?

Kilka lat wcześniej uczestniczyłem w programie EAVE. Bardzo dobrze wspominam to doświadczenie. Inside Pictures poleciła mi poznana tam producentka.

Czego oczekiwał Pan od szkolenia? Czy program spełnił Pana oczekiwania?

Tego rodzaju inicjatywy mają poszerzać wiedzę przez spotkania z doświadczonymi praktykami oraz poznawanie nowych osób. Te oczekiwania zostały spełnione z nawiązką.

Jak wyglądała struktura warsztatów i grupa kursowa – ile osób brało w nich udział, z jakich krajów pochodzili uczestnicy, jakie obszary sektora reprezentowali, kim byli wykładowcy?

Warsztaty podzielone są na trzy główne, tygodniowe bloki, w których bierze udział 20 uczestników. Pracujemy nad wybranym projektem w dwuosobowych zespołach. Po zakończeniu głównej części jest dodatkowe spotkanie, podczas którego prezentowane są projekty. W „normalnych czasach" dwie sesje odbywają się w Londynie, jedna w Los Angeles. W naszym przypadku niestety wszystkie sesje odbywały się online. Mniej więcej połowa uczestników pochodziła z Wielkiej Brytanii, pozostała z Niemiec, Hiszpanii, Holandii, Estonii i Kanady. Dziesięcioro uczestników to producenci, druga część to przedstawiciele agentów sprzedaży, agencji marketingowych, firm finansujących produkcję.

Czy udało się Panu nawiązać nowe kontakty podczas warsztatów?

Mimo że wszystkie sesje odbywały się online udało nam się nawiązać bardzo bliskie relacje. Osobiście spotkaliśmy się po raz pierwszy jesienią ubiegłego roku i ponownie na tegorocznym festiwalu w Cannes.

Co najbardziej podobało się Panu w warsztatach?

Możliwość spotkania zarówno z uczestnikami jaki i prelegentami. Wszystkie rozmowy były mocno nieformalne, dlatego mogliśmy dowiedzieć się o pracy poszczególnych ekspertów „od kuchni". Wielu z gości to byli uczestnicy warsztatów, przez co jeszcze chętniej dzielili się swoją wiedzą i doświadczeniem. Wiedza pozyskana podczas warsztatów jest absolutnie unikatowa, niemożliwa do zdobycia z innych źródeł.

Z uczestnikami mamy cały czas bliski kontakt, wymieniamy się informacjami i poradami i chętnie spotykamy się podczas wydarzeń branżowych.

Komu poleciłby Pan ten program?

Przede wszystkim osobom, które chcą rozszerzać wiedzę i kontakty na rynku anglosaskim i amerykańskim.

Jaką ocenę dałby Pan warsztatom w skali od 1 do 10?

9.

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Współfinansowane przez Unię Europejską

Creative Europe Desk Polska
Al. Ujazdowskie 41
00-540 Warszawa
tel. + 48 22 44 76 180
www.kreatywna-europa.eu
info@kreatywna-europa.eu

Publikacja została sfinansowana przy wsparciu Komisji Europejskiej oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Wyraża ona jedynie opinie jej autorów, a Komisja oraz MKIDN nie mogą zostać pociągnięte do odpowiedzialności w zakresie wykorzystania informacji w niej zawartych.