



Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska





05

VARIA

- 05 Wyszukiwarka partnerów
– nowe narzędzie internetowe
- 05 Markets & Networks – katalog on-line
- 06 Nagroda Europa Nostra
- 07 Europa Cinemas Label
- 07 Nabór wniosków w obszarze
Tłumaczenia Literackie
- 08 Znakomity rok dla europejskich kin
- 09 Zasady i mechanizmy egzekwowania
prawa autorskiego w internecie
- 10 Dostosowanie unijnych przepisów
prawa autorskiego do ery cyfrowej
- 16 Europejska Stolica Kultury Wrocław 2016

I2

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 12 „Story Matters” – seminarium
poświęcone pracy wokół scenariusza
- 13 Nowa edycja „Akademii
Doskonałego Projektu”
- 13 Spotkania informacyjne programu
Kreatywna Europa

I4

ROZMOWY

- 14 Europejskie Nagrody Filmowe
– rozmowa z Marion Döring
- 17 „AKTYWATOR – kultura dla przestrzeni,
przestrzeń dla kultury”, czyli jak
zrealizować projekt międzynarodowy?
- wywiad z Agnieszką Zdunek
- 20 „Translocal: Museum as Toolbox”
– rozmowa z Anetą Dalbiak

23

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 23 „Łowcy miodu” – reż. Krystian Matysek
(Arkana Studio)
- 24 „Latający Miś i Spółka”
– reż. Tomek Niedźwiedź
i Waldemar Mordarski (Badi Badi)
- 26 Warsztaty dla profesjonalistów
sektora audiowizualnego:
nowe modele biznesowe,
finansowanie i zarządzanie firmą

Szanowni Państwo,

nowy rok rozpoczął się dla nas wyjątkowo szczęśliwie i mamy nadzieję, że dobra passa będzie trwała co najmniej przez 366 dni. Z radością przyjęliśmy wieści o nagrodzeniu Tomasza Wasilewskiego Srebrnym Niedźwiedziem za scenariusz do współfinansowanego filmu „Zjednoczone stany miłości”. To jednak nie wszystko! W 2016 obchodzimy 25-lecie istnienia MEDIA – kiedyś samodzielnego programu, a obecnie komponentu, wspierającego rozwój, rozpowszechnianie i świadomość odbioru europejskiej kinematografii oraz dzieł audiowizualnych, a także podwyższającego kompetencje przedstawicieli sektora audiowizualnego. Świątujemy także 10-lecie Nagrody Filmowej LUX zapewniającej opracowanie napisów do finałowych filmów we wszystkich oficjalnych językach Unii Europejskiej, jak również audiodeskrypcji i wersji dla osób głuchoniemych. Rok 2016 zapowiada się pełen wrażeń.

Ponadto w ramach Europejskiej Stolicy Kultury miasto Wrocław organizuje wiele interesujących wystaw, koncertów i wydarzeń kulturalnych. Będzie także gościć 29. ceremonię rozdania Europejskich Nagród Filmowych. Więcej na ten temat możecie przeczytać w wywiadzie z Marion Döring, dyrektorem EFA.

Już w kwietniu odbędzie się organizowane przez nas seminarium „Story Matters” poświęcone pracy nad scenariuszem i współpracy między scenarzystą, reżyserem i producentem. Dodatkowo wiosną ruszy druga edycja DOC LAB POLAND – największego programu szkoleniowego dla profesjonalnych filmowców dokumentalistów. Na przełomie kwietnia i maja zapraszamy przedstawicieli sektorów audiowizualnego, kultury i kreatywnego do Gdańska oraz Krakowa, gdzie poprowadzimy spotkania informacyjne na temat programu Kreatywna Europa. Późną wiosną rozpocznie się także kolejna edycja „Akademii Doskonałego Projektu”, czyli cyklu warsztatów kompetencyjnych stworzonych dla przedstawicieli organizacji kulturalnych i kreatywnych, którzy chcą zwiększyć swoją wiedzę w zakresie realizacji projektów międzynarodowych.

W tym numerze chcemy Państwu przybliżyć warsztaty poświęcone nowym modelom biznesowym, finansowaniu i zarządzaniu firmą, raport Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego na temat egzekwowania prawa autorskiego w internecie oraz badania dotyczące frekwencji widzów w europejskich kinach. W sekcji poświęconej dofinansowanym projektom pragniemy Państwu przedstawić m.in. dokument realizowany przez Arkana Studio – „Łowcy Miodu” – opowiadający o odrodzeniu tradycyjnego bartnictwa, tajnikach miejskiego pszczelarstwa i fascynującym życiu pszczół oraz film animowany rozwijany przez studio Badi Badi – „Latający Miś i Spółka”, w którym bohaterowie dawnych legend i baśni muszą stoczyć walkę o pozostanie w dziecięcej pamięci. Zachęcamy także do lektury rozmów z koordynatorkami projektów realizowanych dzięki dofinansowaniu z komponentu Kultura – Agnieszka Zdunek „AKTYWATOR – kultura dla przestrzeni, przestrzeń dla kultury” oraz Aneta Dalbiak „Translocal: Museum as Toolbox” opowiedziały nam o kulisach prowadzonych projektów i ich celach oraz udzieliły kilku cennych rad dotyczących międzynarodowej współpracy. Mamy nadzieję, że będą one dla Państwa inspiracją.

Zapraszamy do lektury,
Zespół Creative Europe Desk Polska

Wyszukiwarka partnerów – narzędzie dostępne na nowej stronie Creative Europe Desk Polska

Projekty Współpracy Europejskiej i Platformy Europejskiej (komponent Kultura) oraz Rozwój Widowni i Edukacji Filmowej (komponent MEDIA) są obszarami dofinansowań, które wymagają zawiązania międzynarodowego partnerstwa. Znalezienie partnerów do projektu często jest główną przeszkodą na drodze do realizacji działania, które organizacja chciałaby przeprowadzić dzięki wsparciu programu Kreatywna Europa. Chcąc ułatwić Państwu ten proces, stworzyliśmy wyszukiwarkę, która pozwala w prosty sposób znaleźć informacje na temat zagranicznych instytucji planujących realizować projekt w oparciu o współpracę międzynarodową.

Wyszukiwarkę odnajdą Państwo na naszej stronie internetowej **www.kreatywna-europa.eu** zarówno w zakładce Kultura, jak i MEDIA. Możliwe jest wyszukiwanie pod kątem 3 kategorii: obszaru grantowego, kraju oraz dziedzin, których przedsięwzięcie dotyczy. Wybierając interesujące zgłoszenie, otrzymają Państwo informacje o charakterze projektu, profilu organizacji oraz dane kontaktowe.

Istnieje też możliwość samodzielnego dodania swojego zgłoszenia do naszej bazy, zarówno w sytuacji, gdy Państwa instytucja planuje być liderem projektu, jak i w przypadku chęci dołączenia do innego projektu jako partner – wystarczy wypełnić (w języku angielskim) formularz zgłoszeniowy dostępny na dole strony.

Zachęcamy do korzystania z wyszukiwarki – mamy nadzieję, że okaże się ona pomocnym i efektywnym narzędziem poszukiwania odpowiednich partnerów.

www.kreatywna-europa.eu/partnerzy

3.25

Markets & Networks: katalog on-line

Szukasz targów filmowych i wydarzeń networkingowych, na których mógłbyś pozyskać partnerów do projektu, nawiązać współpracę lub rozszerzyć sieć kontaktów branżowych? A może chciałbyś wypromować swój film i podpisać umowę z agentem sprzedaży lub dystrybutorem? Wszystkie informacje na temat terminów zgłoszeń, dat, miejsc oraz profili targów i wydarzeń branżowych współfinansowanych przez program Kreatywna Europa – komponent MEDIA można teraz przeglądać on-line. Strona wyposażona jest w rozbudowane filtry wyszukiwania, dzięki czemu łatwo odnajdziesz inicjatywę, które mogą cię zainteresować.

www.creative-europe-media.eu/markets/markets





Znamy już tytuły, które zostały najwyżej ocenione przez uczestników projektu Scope100 w 5 krajach! Dzięki zaangażowaniu miłośników dobrego kina na europejskie ekrany trafią następujące tytuły: „Frenzy” – reż. Emin Alper (polski wybór), „Sparrows” – reż. Rúnar Rúnarsson (wejdzie do kin norweskich i węgierskich), „Intruz” – reż. Magnus von Horn (najlepiej oceniony w Belgii) oraz „In the Crosswind” – reż. Martti Helde (decyzja kinomanów w Austrii).

Scope100 to projekt on-line stworzony przez Gutek Film z myślą o widzach, dla których kino jest życiową pasją, przeznaczony dla ludzi w różnym wieku i o różnym wykształceniu. Projekt jest realizowany we współpracy z Festival Scope i europejskimi dystrybutorami: Aerofilms (Czechy), Stadtkino (Austria), Imagine (Belgia), Arthaus (Norwegia) i Cinefil Co (Węgry). Scope100 jest współfinansowany przez program Kreatywna Europa – komponent MEDIA w ramach schematu Rozwój widowni i edukacji filmowej.

Nagroda Europa Nostra – kolejna edycja nagród Unii Europejskiej w dziedzinie dziedzictwa kulturowego

Do tegorocznej edycji nagrody Unii Europejskiej w dziedzinie dziedzictwa kulturowego Europa Nostra spłynęło 187 zgłoszeń z 36 krajów europejskich. Najwięcej kandydatur wskazały Włochy (30), za którymi w rankingu uplasowały się Hiszpania (19), Wielka Brytania (14), Portugalia (13) i Belgia (10). Wiele zgłoszeń pochodziło także z krajów Europy Wschodniej: Bułgarii, Chorwacji, Polski, Słowenii i Czech.

Kapituła składająca się z międzynarodowych ekspertów oceniła zgłoszenia w 4 kategoriach:

- ochrona dziedzictwa kulturowego,
- badania naukowe,
- aktywna działalność na rzecz dziedzictwa kulturowego,
- edukacja, szkolenia i podnoszenie świadomości.

Obrady odbywały się w lutym 2016 r. w Brukseli oraz Hadze na czterech odrębnych spotkaniach. 30 laureatów poznamy na początku kwietnia. Spośród wyróżnionych projektów 7 otrzyma Grand Prix i nagrodę pieniężną w wysokości

10 tys. euro. Uroczysta ceremonia wręczenia nagród odbędzie się 24 maja w Madrycie w zabytkowym budynku Teatro de la Zarzuela.

Dotychczasowymi zwycięzcami z Polski byli m. in.:

- Muzeum Archeologiczne w Gdańsku nagrodzone za prace ratownicze i konserwatorskie w zabytkowym spichlerzu „Błękitny Baranek” w Gdańsku przy ul. Chmielnej 53 oraz adaptację budynku Centrum Edukacji Archeologicznej „Błękitny Lew” (kategoria: Konserwacja),
- dr hab. inż. arch. Bartosz M. Walczak z Instytutu Architektury i Urbanistyki Politechniki Łódzkiej za rozprawę habilitacyjną „Zespoły fabryczne w europejskim przemyśle włókienniczym w latach 1771-1914” (kategoria: Badania naukowe),
- Szymon Modrzejewski za konserwację porzuconych i zaniedbanych cmentarzy w Bieszczadach i Beskidzie Niskim (kategoria: Aktywna działalność na rzecz dziedzictwa kulturowego – GRAND PRIX).



© Europa Nostra



© Europa Nostra

Europa Cinemas Label 2015

Powołana w 2003 roku nagroda Europa Cinemas Label ma na celu promocję, sprzyjanie obiegowi oraz polepszanie notowań box office nagrodzonych filmów. Dzięki niej wybrane tytuły pokazywane są na całym kontynencie w kinach zrzeszonych w sieci Europa Cinemas. Dodatkowo zwycięskie produkcje otrzymują wsparcie w zakresie promocji oraz komunikacji w mediach branżowych, a możliwość użycia loga Europa Cinemas Label w materiałach reklamujących film podnosi jego prestiż i podkreśla walory artystyczne.

Nagroda przyznawana jest przez jury, które wybiera laureatów spośród autorskich filmów prezentowanych podczas prestiżowych wydarzeń filmowych w Europie takich jak: Berlinale (sekcja Panorama), Festiwal Filmowy w Cannes (La Quinzaine des réalisateurs), MFF w Karłowych Warach (sekcje East of the West oraz konkursowa), Festiwal Filmowy w Locarno (Konkurs Główny oraz kategoria Cineasti del presente) i Festiwal Filmowy w Wenecji (Giornate Degli Autori).

W 2015 roku zostały wyróżnione następujące tytuły: „Mot naturen” – reż. Ole Giæver i Marte Vold (Norwegia), „Mustang” – reż. Deniz Gamze Ergüven (Francja, Turcja, Niemcy, Katar), „Babai” – reż. Visar Morina (Niemcy, Macedonia, Francja, Kosowo), „Keeper” – reż. Guillaume Senez (Belgia) oraz „À peine j'ouvre les yeux” – reż. Leyla Bouzid (Francja, Belgia, Tunezja). Podczas tegorocznego MFF w Berlinie nagrodzono francusko-belgijską produkcję „Les Premiers, les Derniers” w reż. Bouliego Lannersa.



Nabór wniosków w obszarze Tłumaczenia Literackie

Otwarcie naboru wniosków w ramach obszaru *Tłumaczenia Literackie* zostało wyjątkowo przesunięte z listopada 2015 roku na luty 2016 roku, co wiąże się również z przesunięciem terminu składania aplikacji o dofinansowanie na kwiecień 2016.

Tłumaczenia Literackie to obszar wspierający projekty tłumaczeń z jednego języka europejskiego na inny oraz promocję książek, ich autorów i tłumaczy. Jego celami są:

- wspieranie różnorodności kulturowej i językowej Unii Europejskiej,
- promowanie międzynarodowego obiegu wysokiej jakości utworów literackich, a także ułatwienie dostępu do tych dzieł w Unii i poza nią oraz dotarcie do nowych odbiorców.

O dofinansowanie mogą ubiegać się wydawcy zarejestrowani w krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa i posiadający osobowość prawną od co najmniej 2 lat w dniu terminu składania wniosku.

Dotychczasowymi polskimi beneficjentami są: Dolnyslask.com – Agencja Internetowa Tomasz Zaród, Kolegium Europy Wschodniej im. Jana Nowaka-Jeziorańskiego we Wrocławiu, Uniwersytet Jagielloński oraz Artur Burszta Biuro Literackie.

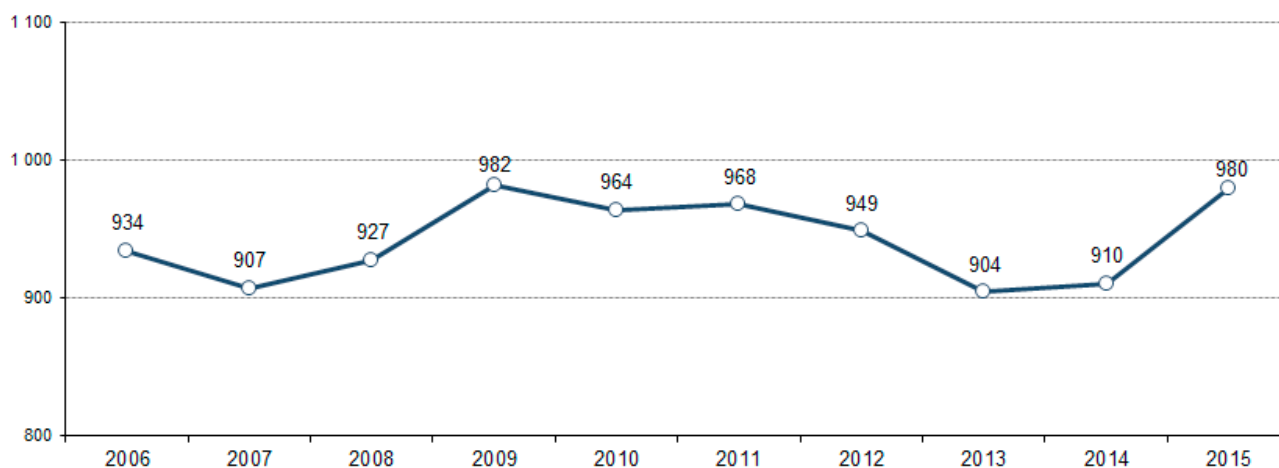
Znakomity rok dla europejskich kin

Z badań Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego wynika, że w 2015 roku osiągnięto drugi najwyższy wynik ostatniej dekady pod względem liczby widzów w europejskich kinach. Całkowita sprzedaż biletów wzrosła o 7,6% w porównaniu z 2014 rokiem. Oznacza to o 69 mln wejść do kin więcej. W perspektywie ostatnich 10 lat jedynie w 2009 r. osiągnięto wyższy wynik, co było spowodowane sukcesem „Avatara” i cieszącymi się wówczas dużym powodzeniem produkcjami 3D.

Zazwyczaj wzrost na jednym rynku wiąże się ze spadkiem na innym... ale nie tym razem! Co znamienne, w 2015 roku odnotowano tendencję wzrostową w 25 z 26 badanych krajów Unii Europejskiej. Wyniki te świadczą o jednolitej tendencji

Mimo, że jest jeszcze za wcześnie na przedstawienie liczby sprzedanych biletów na filmy według krajów produkcji, to wydaje się, że wzrost liczby widzów w europejskich kinach był głównie napędzany przez dystrybucję amerykańskich tytułów – w 2015 roku na ekrany weszły m.in. „Gwiezdne Wojny: Przebudzenie Mocy”, „Minionki”, „Jurassic World”, „Pięćdziesiąt twarzy Greya” oraz „Szybcy i wściekli 7”. Mimo to europejskie produkcje także przyciągały szeroką publiczność. Filmy powstałe przy wkładzie brytyjskich producentów osiągnęły aż 44,5% udziału w wynikach sprzedaży w brytyjskich kinach, co sprawiło, że Wielka Brytania stała się państwem o największym udziale rodzimych produkcji na rynku krajowym w 2015 roku. Z kolei niezależne brytyjskie produk-

LICZBA SPRZEDANYCH BILETÓW (W MLN) DO EUROPEJSKICH KIN W LATACH 2006-2015:



wzrostowej we wszystkich uwzględnionych obszarach w ostatniej dekadzie. Jedynie we Francji odnotowano spadek liczby sprzedanych biletów w porównaniu z niezwykle wysokimi notowaniami rok wcześniej. Wzrost liczby widzów można było zaobserwować zwłaszcza w Niemczech (+14,4%), Wielkiej Brytanii (+9,2%), Hiszpanii (+8,2%) i Polsce (+10,5%). Warto podkreślić, że w Polsce zarejestrowano najlepszy wynik od 25 lat.

Poza krajami Unii Europejskiej największym rynkiem pod względem oglądalności europejskich produkcji jest Rosja – w 2015 roku sprzedano tam na nie 175,5 mln biletów. Na szóstej pozycji utrzymuje się Turcja, choć w ostatnich latach jej pozycja słabnie.

Udział francuskich produkcji na rynku krajowym spadł do 32,5%, co stanowi załamanie po udanym roku 2014 (44,5%). Wysokie notowania produkcje krajowe miały także w Danii (29,7%), Finlandii (29%) i Niemczech (27,5%). Udział rodzimych produkcji na rynku polskim wyniósł 18,7%, co stanowi spadek o 8,8% w porównaniu z rokiem wcześniejszym.

Informacja została opracowana na podstawie raportu Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego.

Zasady i mechanizmy egzekwowania prawa autorskiego w internecie

Piraci są w pewien sposób owiani heroiczną legendą – „praedo” (łac.) to żeglarz, korsarz, rabuś morski, a także, zgodnie z greckim źródłosłowem, ten, kto atakuje, próbuje i ryzykuje. Wraz z rozwojem internetu i mnogością treści dostępnych on-line piratami stali się ci, którzy bez skrupułów i ponoszenia jakichkolwiek konsekwencji sięgają po cudze dzieła, nie dając nic w zamian. Dlatego konieczne jest, by wprowadzić rozwiązania, które będą zapobiegać nielegalnemu korzystaniu z treści.

W ostatnich latach w wyniku popularyzacji wirtualnych modeli rozpowszechniania dochody z fizycznej dystrybucji dzieł (sprzedaż DVD i Blu-ray) gwałtownie spadły – z 8,7 mld euro w 2009 roku do 6,2 mld euro w 2013 roku. Oznacza to spadek o 2,5 mld euro w przeciągu 5 lat. W tym samym okresie przychody z cyfrowych sposobów dystrybucji (OTT i TV VOD) wzrosły z 461 mln euro w 2009 roku do 1,8 mld euro w 2013 roku, co oznacza wzrost o 291%. Nie rekompensuje to jednak strat poniesionych przez dystrybutorów DVD i Blue-ray (-12,7%), a co za tym idzie, również strat posiadaczy praw autorskich do rozpowszechnianych dzieł.

Jeszcze 15 lat temu wrogiem numer jeden branży kreatywnej był Napster. Ten serwis muzyczny stworzył podwaliny pod wiele innych platform – nie tylko tych legalnych – za pomocą których można uzyskać dostęp do utworów audiowizualnych. To właśnie w ten sposób został wdrożony model dystrybucji w sieci zapewniający wszystkim hostom te same uprawnienia (*peer-to-peer*). Przedstawiciele sektora kreatywnego rozpoczęli walkę o odbiorców, która szybko okazała się nierówna i mało skuteczna. Zaufali nowym technologiom i systemom zabezpieczającym oraz zrewidowali przepisy prawa autorskiego, próbując je dostosować do zmian zachodzących na rynku w erze cyfryzacji. Niestety rozwój technologii okazał się szybszy, a kolejne aktualizacje prawa wciąż nie miały zastosowania do nowych rozwiązań sieciowych.

1,5 mln nielegalnych ściągnięć w 8 godzin to rekord ustanowiony przez 5. sezon serialu „Gra o tron”. Są dwie przyczyny tego niebywałego „sukcesu” – zainteresowanie, jakim cieszy się produkcja HBO, oraz łatwość uzyskiwania bezpłatnego dostępu do treści. Pytanie, co jest ważniejsze dla widza – powszechny dostęp czy fakt, że treść jest za darmo? Niektórzy twierdzą, że piractwo jest w większości przypadków spowodowane problemem z dostępnością dzieł, a nie z ceną, jaką należałoby za nie zapłacić, by móc z nich korzystać legalnie.

Internet, kwestionując istniejące modele biznesowe i strukturę rynku, wprowadził nowe zasady, a europejscy przedstawiciele sektora filmowego zostali jeszcze dobitniej skonfron-

towani z rosnącą konkurencją na międzynarodowym rynku. Najpopularniejsze modele biznesowe oparte na naruszaniu praw autorskich to te polegające na czerpaniu zysków z reklam, dzięki czemu same utwory są udostępniane nieodpłatnie. Duża część pirackich serwisów korzysta także z modelu subskrypcji oraz opłat członkowskich lub abonamentów.

Ochrona praw autorskich i praw pokrewnych przyczynia się do promocji, wzbogacenia i rozpowszechniania narodowego dziedzictwa kulturowego, a także stanowi istotną część całego procesu rozwojowego kraju. Dzięki ochronie praw autorskich i praw pokrewnych twórcy mogą korzystać z komercyjnej wartości swoich utworów oraz otrzymać uczciwy zwrot za swoją „inwestycję”.

W ostatnich dwóch dekadach wprowadzono szereg rozwiązań prawnych mających zapewnić skuteczną ochronę dzieł przed piractwem, m.in. Konwencję Rady Europy o cyberprzestępczości (wprowadzoną w 2004 roku w 47 krajach) czy opublikowaną w 2001 roku Dyrektywę InfoSoc oraz Dyrektywę w sprawie egzekwowania praw własności intelektualnej (2004). Zaproponowana ustawa ACTA została finalnie odrzucona z powodu przeciwstawienia ochrony praw autorskich ochronie prywatności i wolności osobistej.

Jak wykazały badania Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego, w krajach europejskich stosowane są różne rozwiązania i sposoby walki z piractwem. Nieustanne rewidowanie i nanoszenie poprawek do istniejących przepisów czy strategii nie wystarcza, by nadążyć za tempem rozwoju nowych technologii i systemów nielegalnego kopiowania oraz rozpowszechniania utworów. Dlatego też niezwykle istotne jest przejęcie przez europejski sektor audiowizualny innowacyjnych modeli rozpowszechniania treści kreatywnych.

Nowe technologie i usługi cyfrowe zwiększają możliwości rozpowszechniania utworów na całym świecie. Równocześnie zwiększa to możliwości nielegalnego kopiowania i rozpowszechniania dzieł chronionych prawem autorskim. Egzekwowanie praw autorskich w internecie wymaga pokonania wielu przeszkód oraz odpowiedzi na często niełatwe pytania. Można jednak wiele zrobić, aby użytkownicy treści w internecie zdecydowali się na świadome korzystanie z legalnych źródeł.

Wszystkie informacje pochodzą z „Copyright enforcement online: policies and mechanisms” (IRIS Plus 2015-3). Raport opracowany przez Europejskie Obserwatorium Audiowizualne jest bezpłatnie i legalnie dostępny na stronie internetowej Obserwatorium.

Dostosowanie unijnych przepisów

W ramach strategii Jednolitego Rynku Cyfrowego (*Digital Single Market, DSM*) Komisja Europejska przedstawiła wnioski w sprawie umożliwienia Europejczykom korzystania z wykupionych treści internetowych w podróży oraz plan unowocześnienia unijnych przepisów prawa autorskiego.

Technologie cyfrowe radykalnie zmieniły sposób uzyskiwania dostępu do treści kreatywnych oraz metody ich tworzenia i rozpowszechniania. 49% internautów w UE używa internetu do słuchania muzyki, oglądania filmów i grania w gry on-line. Wielu z nich, zwłaszcza tych najmłodszych, oczekuje, że będzie mogło robić to samo podczas podróży po UE. Tendencje te będą najprawdopodobniej się nasilać, gdyż od 2017 roku, wraz ze zniesieniem opłat roamingowych, Europejczycy będą mniej płacić za dostęp do internetu z urządzeń mobilnych w innych państwach członkowskich. Obecnie Europejczycy podróżujący po UE bywają pozbawieni dostępu do niektórych serwisów, mimo że wykupili go w swoim kraju. Celem zaproponowanego rozporządzenia w sprawie zapewnienia transgranicznej możliwości przenoszenia internetowych usług w zakresie treści jest umożliwienie mieszkańcom UE podróżowania z treściami cyfrowymi, które zakupili lub zaczęli subskrybować w swoim państwie zamieszkania. Przewiduje się, że nowe unijne prawo zacznie obowiązywać w 2017 roku. Po przyjęciu rozporządzenia będzie ono stosowane we wszystkich 28 państwach członkowskich.

Ponadto Komisja zaprezentowała wizję nowoczesnego prawa autorskiego UE. Większość unijnych przepisów prawa autorskiego pochodzi z 2001 roku, stąd nie wszystkie jego aspekty są dostosowane do potrzeb Jednolitego Rynku Cyfrowego w obrębie UE. Wnioski ustawodawcze i inicjatywy polityczne, które zostaną przedstawione w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, będą uwzględniać zarówno tę potrzebę, jak i wyniki konsultacji społecznych. Komisja pragnie zapewnić Europejczykom dostęp do legalnych treści, a jednocześnie zagwarantować autorom i innym posiadaczom praw lepszą ochronę oraz godziwe wynagrodzenie. Plan działania Komisji oparty jest na 4 uzupełniających się filarach o równorzędny znaczeniu oraz określa długoterminową wizję prawa autorskiego w UE.

1. ZWIĘKSZENIE DOSTĘPU DO TREŚCI W CAŁEJ UE

Zaproponowane przepisy dotyczące możliwości przenoszenia treści są pierwszym krokiem w stronę poprawy

dostępu do twórczości kulturalnej. Podróżując po UE, użytkownicy będą mieli dostęp do muzyki, filmów i gier tak samo, jakby przebywali w swoim rodzinnym kraju. Więcej propozycji zostanie przedstawionych wiosną przyszłego roku. Do priorytetów należą umożliwienie lepszego obiegu treści, zapewnienie Europejczykom szerszego wyboru, mocniejsze zaakcentowanie różnorodności kulturowej i stworzenie większych możliwości rozwoju sektora kreatywnego. Komisja pragnie usprawnić transgraniczną dystrybucję programów telewizyjnych i radiowych on-line (dokonując w tym celu przeglądu dyrektywy dotyczącej transmisji satelitarnej i kablowej) oraz ułatwić udzielanie licencji na transgraniczny dostęp do treści.

Dzięki programowi Kreatywna Europa Komisja nadal będzie dążyła do tego, aby kino europejskie docierało do jak najszerzej grupy odbiorców. Plan działania przewiduje rozwój innowacyjnych narzędzi takich jak europejski agregator portali służących do wyszukiwania treści internetowych czy centra licencjonowania, które sprzyjałyby dystrybucji filmów dostępnych tylko w niektórych państwach członkowskich.

2. WYJĄTKI W DZIEDZINIE PRAW AUTORSKICH W INNOWACYJNYM I INTEGRACYJNYM SPOŁECZEŃSTWIE

Wyjątki te będą zezwalały na wykorzystanie w określonych przypadkach utworów objętych prawem autorskim bez wcześniejszego uzyskania zgody posiadaczy praw autorskich. Komisja dokona przeglądu przepisów UE w celu ułatwienia naukowcom stosowania technologii eksploracji tekstów i danych pozwalającej na analizowanie dużych zbiorów danych.

3. TWORZENIE UCZCIWSZEJ KONKURENCJI

Komisja oceni, czy korzystanie w internecie z utworów objętych prawem autorskim będące rezultatem inwestycji twórców i sektora kreatywnego odbywa się za należytych upoważnień i przy godziwym wynagrodzeniu w ramach licencji. Innymi słowy: określi, czy korzyści z użytkowania tych utworów są sprawiedliwie dzielone. Komisja zbada również, czy istnieje potrzeba rozwiązań na poziomie UE zwiększających pewność prawa, przejrzystość i równowagę w systemie, który reguluje kwestię wynagradzania autorów i wykonawców w UE, biorąc pod uwagę kompetencje na szczeblu UE i na szczeblu krajowym.

prawa autorskiego do ery cyfrowej

4. WALKA Z PIRACTWEM

Szerszy dostęp do treści pomoże walczyć z piractwem, zważywszy, że 22% Europejczyków uważa nielegalne pobieranie treści za dopuszczalne, jeżeli w danym państwie nie ma legalnych alternatyw. Komisja zamierza pójść jeszcze dalej i zapewnić należyte egzekwowanie prawa autorskiego w całej UE w ramach kompleksowego planu poprawy egzekwowania wszelkich rodzajów praw własności intelektualnej.

W 2016 r. będziemy pracować nad europejskimi zasadami podążania śladem pieniędzy (*follow-the-money*) i ograniczania przepływów finansowych przedsiębiorstw, które zarabiają na piractwie. Zaangażujemy w to wszystkich najważniejszych partnerów (podmioty prawa autorskiego, dostawców usług reklamowych i płatniczych, organizacje konsumenckie itp.). Celem jest osiągnięcie porozumienia do wiosny 2016 r.

Komisja zamierza ulepszyć unijne przepisy w zakresie egzekwowania prawa własności intelektualnej i uczyniła pierwszy krok w tym kierunku, rozpoczynając konsultacje publiczne dotyczące oceny i modernizacji obecnych ram prawnych. Komisja zastanowi się również nad sposobem usprawnienia procesu usuwania nielegalnych treści.

DŁUGOTERMINOWA WIZJA PRAWA AUTORSKIEGO

W przyszłości skuteczne i jednolite stosowanie przepisów prawa autorskiego w całej UE przez krajowych ustawodawców i sądy będzie równie ważne jak przepisy same w sobie. Mimo że na razie nie spełniono jeszcze wszystkich warunków pozwalających rozważyć pełne ujednolicenie przepisów prawa autorskiego w UE w formie jednolitego kodeksu i jednolitego tytułu uprawniającego do korzystania z praw autorskich, powinno to pozostać naszym celem na przyszłość.

DAŻENIE DO STWORZENIA JEDNOLITEGO RYNKU CYFROWEGO

Zaproponowane nowe przepisy prawa autorskiego i umów cyfrowych to pierwsze wnioski ustawodawcze, które mają być przedstawione jako część strategii Jednolitego Rynku Cyfrowego. W sumie do końca przyszłego roku zostanie przedstawionych 16 inicjatyw. Propozycje te stanowią uzupełnienie ostatnich, znacznych postępów w tworzeniu jednolitego rynku cyfrowego: porozumień w sprawie zniesienia opłat roamingowych do czerwca 2017 r., uwzględnienia kwestii

neutralności internetu w prawie unijnym i zwiększenia bezpieczeństwa cybernetycznego w UE. Komisja dokłada także wszelkich starań, aby do końca tego roku osiągnąć porozumienie w sprawie zaostrzenia przepisów o ochronie danych.

KONTEKST

Technologie cyfrowe radykalnie zmieniły sposób uzyskiwania dostępu do treści kreatywnych oraz metody ich tworzenia i rozpowszechniania. 49% internautów w UE używa internetu do słuchania muzyki, oglądania filmów i grania w gry on-line. Wielu z nich, zwłaszcza tych najmłodszych, oczekuje, że będą mogli robić to samo podczas zagranicznych podróży. Tendencje te będą najprawdopodobniej nasilać się, gdyż od 2017, wraz ze zniesieniem opłat roamingowych, Europejczycy będą płacić mniej za dostęp do internetu z urządzeń mobilnych w innych państwach członkowskich.

Europejskie szkoły i uniwersytety chętnie angażują się w e-edukację, naukowcy pragną korzystać z zaawansowanych technik eksplorowania treści, a instytucjom zajmującym się dziedzictwem kulturowym zależy na cyfryzacji swoich zbiorów. Branże intensywnie korzystające z prawa autorskiego (w tym media, wydawcy książek, wytwórnie fonograficzne, nadawcy telewizyjni) zatrudniają ponad 7 mln osób w Unii Europejskiej. Ważne jest, aby osoby te mogły pracować w środowisku gotowym do sprostania nowym wyzwaniom. Tymczasem większość przepisów dotyczących prawa autorskiego pochodzi z 2001, stąd nie wszystkie ich aspekty są dostosowane do potrzeb tworzenia Jednolitego Rynku Cyfrowego w obrębie państw członkowskich.

Źródło informacji: Komisja Europejska.





STORY MATTERS

5 KWIETNIA 2016 CENTRUM PRASOWE FOKSAL
WARSZAWA

Creative Europe Desk Polska zaprasza producentów, reżyserów i scenarzystów na seminarium poświęcone pracy wokół scenariusza oraz znaczeniu treści filmu w całym procesie jego rozwoju. Wydarzenie odbędzie się 5 kwietnia 2016 w godzinach 9:30-16:00 w Warszawie.

Polskie produkcje coraz częściej zapraszane są na międzynarodowe festiwale, zdobywają najważniejsze nagrody oraz wchodzi do regularnej dystrybucji – nie tylko w Europie. Coraz więcej filmów jest realizowanych w oparciu o międzynarodowe koprodukcje, a Polska jest często brana pod uwagę jako potencjalny partner do projektu. Młodzi producenci podejmują się coraz ambitniejszych przedsięwzięć i świetnie sobie radzą z dopełnieniem budżetu produkcji.

Na etapie developmentu projektu niezwykle istotna jest praca producenta ze scenarzystą i reżyserem nad kolejnymi wersjami treatmentu, scenariusza, a także streszczenia. Najważniejsze, aby podczas etapów przepisywania, konsultowania, castingowania, wnioskowania i poszukiwania finansowania nie zgubić historii, którą chce się opowiedzieć na ekranie, ponieważ *story matters!*

Do udziału w seminarium zaprosiliśmy europejskich ekspertów i doświadczonych profesjonalistów, którzy bazując na swoim doświadczeniu zawodowym, poruszą tematy związane z developmentem scenariusza i pracą nad tekstami. Moderatorką spotkania będzie producentka Joanna Szymańska (SHIPsBOY).

Seminarium rozpocznie Marietta von Hausswolff von Baumgarten – scenarzystka, konsultantka scenariuszowa, reżyserka oraz producentka ze Szwecji. Marietta jest m.in. autorką scenariusza oraz koproducentką filmu „Call Girl”, który został nagrodzony przez FIPRESCI na festiwalu w Toronto. Współpracuje jako tutor z takimi programami jak: TorinoFilmLab, Venice Biennale College Microbudget labs, Binger Film Labs, Tiff Studio Toronto, Baltic International Film Academy czy Talent Campus Berlin. Podczas seminarium Marietta skupi się na scenariuszu oraz jego elementach, a także poruszy kwestie związane z konsultingiem i kreatywną współpracą pomiędzy producentem a scenarzystą.

O tym, jak kreatywnie wykorzystywać synergii w projektach, a także o pracy z wybitnymi, aczkolwiek trudnymi talentami, opowie Vinca Wiedemann – rektor Duńskiej Szkoły Filmowej. Vinca pracowała również jako ekspert w Duńskim Instytucie Filmowym oraz opiekowała się dofinansowanymi projektami. Jako konsultantka scenariuszowa w Zentropa współpracowała z takimi twórcami jak: Susanne Bier, Pernilla August, Thomas Vinterberg, Jan Troell, a także Lars von Trier.

Seminarium zakończymy spotkaniem z uznaną producentką Ewą Puszczyską oraz scenarzystą i reżyserem Jackiem Faberem, którzy opowiedzą o swojej współpracy nad projektem „AA”. Projekt ten był rozwijany w ramach programów szkoleniowych EKRAN+ 2015 oraz TorinoFilmLab – FrameWorks, gdzie na pitchingu wieńczącym program zdobył dwie nagrody: publiczności oraz jury.

PROGRAM SEMINARIUM:

- 9:30 – 10:00 - rejestracja & powitalna kawa
- 10:00 – 12:00 - The Creative Script Process – Marietta Von Hausswolff Von Baumgarten
- 12:00 – 12:30 - przerwa kawowa
- 12:30 – 14:00 - The Synergy Between Producer, Director and Scriptwriter - Vinca Wiedmann
- 14:00 – 15:00 - lunch
- 15:00 – 16:30 - Case study projektu „AA” - Ewa Puszczyska & Jack Faber



W maju rusza trzecia edycja warsztatów „Akademia Doskonałego Projektu”. Jest to seria spotkań skierowanych do osób bezpośrednio zaangażowanych w realizację międzynarodowych projektów kulturalnych i kreatywnych, a także do tych, którzy chcieliby pogłębić swoją wiedzę na temat praktycznych aspektów prowadzenia działań o zasięgu ponadnarodowym. W tym roku odwiedzimy 6 miast. Będą to: Bydgoszcz, Olsztyn, Poznań, Rzeszów, Warszawa i Wrocław.

Zachęcamy do uczestnictwa szczególnie tych, którzy planują w najbliższym czasie aplikować o dofinansowanie z programu Kreatywna Europa, gdyż tematyka warsztatów jest ściśle powiązana z rozwojem kompetencji niezbędnych do pomyślnego złożenia aplikacji. Dodatkowo po warsztatach będzie także możliwość skonsultowania swojego wniosku lub pomysłu na projekt z reprezentantką Creative Europe Desk Polska.

Udział w warsztatach jest bezpłatny, lecz z uwagi na limit miejsc obowiązują zapisy. Tematyka spotkań oraz dokładne terminy zostaną podane w najbliższym czasie na stronie internetowej: www.akademiaprojektu.eu.

Nowa edycja „Akademii Doskonałego Projektu”



Kreatywna
Europa

26 kwietnia 2016 – Gdańsk
5 maja 2016 – Kraków

SPOTKANIE INFORMACYJNE

programu Kreatywna Europa

Creative Europe Desk Polska zaprasza na spotkania informacyjne, które odbędą się na przełomie kwietnia i maja w Gdańsku oraz Krakowie. Będą one przeznaczone dla reprezentantów sektorów audiowizualnego, kulturalnego oraz kreatywnego, którzy chcieliby poznać założenia programu Kreatywna Europa. Podczas spotkań przedstawione zostaną cele i priorytety programu, aktualne wytyczne komponentów MEDIA oraz Kultura, a także warunki i proces składania wniosku. Ponadto zaprezentowane zostaną przykłady projektów, które otrzymały dofinansowanie, a których liderami lub partnerami są polskie organizacje i instytucje.

Dla tych z Państwa, którzy planują złożyć aplikację o dofinansowanie w ramach programu Kreatywna Europa w najbliższym czasie, odbędą się także konsultacje indywidualne, podczas których będzie można skorzystać ze wsparcia pracowników Creative Europe Desk Polska.

Udział w wydarzeniu jest bezpłatny. Ze względu na ograniczoną liczbę miejsc wymagana jest rejestracja przez formularz zgłoszeniowy, który będzie udostępniony na stronie internetowej CED Polska:

www.kreatywna-europa.eu.



Europejskie Nagrody Filmowe

Najbardziej prestiżowa w Europie i jedna z najsłynniejszych na świecie ceremonia rozdania nagród filmowych odbędzie się w tym roku we Wrocławiu. Jednocześnie będzie to najważniejsze wydarzenie filmowe zorganizowane w ramach Europejskiej Stolicy Kultury. O jakiej ceremonii mowa? Oczywiście chodzi o Europejskie Nagrody Filmowe przyznawane przez Europejską Akademię Filmową. O gali, Polsce, filmach i niezapomnianych momentach rozmawiamy z Marion Döring, dyrektorem nagród EFA.

Gala rozdania Europejskich Nagród Filmowych stanowi kluczowe wydarzenie programu Europejskiej Stolicy Kultury. Dlaczego wybraliście akurat Wrocław na miasto goszczące w tym roku ceremonię?

Decyzja to w zasadzie efekt starań prezydenta Wrocławia, Rafała Dutkiewicza, który już trzy lata temu zaproponował nam takie rozwiązanie. Kiedy odwiedziliśmy Wrocław z członkami Europejskiej Akademii Filmowej, odkryliśmy miasto o prawdziwie europejskim charakterze – nie tylko ze względu na jego historię, lecz także z powodu młodych mieszkańców o otwartych umysłach. Od razu poczuliśmy, że w tym miejscu bije serce dla Europy, że tu łączą się pasja i miłość do kina. Dlatego uznaliśmy, że będzie to właściwe miejsce do realizowania naszej misji – promocji europejskiej kinematografii oraz stania na straży tolerancji i wolności wypowiedzi.

Ceremonia Europejskich Nagród Filmowych w swojej niemal 30-letniej historii odbędzie się w Polsce już po raz drugi – w 2006 wydarzenie zostało gościnnie zorganizowane w Warszawie. Jak wspominasz tamtą galę?

Organizacja ceremonii Europejskich Nagród Filmowych w Warszawie była wspaniałym doświadczeniem. Szczególnie wspominam doskonałą współpracę z Polskim Instytutem Sztuki Filmowej, który wówczas był jeszcze bardzo młodą instytucją. Nasza przyjaźń trwa do dzisiaj i z radością obserwuję, że zarówno podczas kadencji Agnieszki Odorowicz, jak i pod kierownictwem nowego dyrektora – Magdaleny Sroki, PISF nieodmiennie podziela naszą pasję do wielkiej kultury filmowej i wydarzeń branżowych.

Od tamtego czasu minęło 10 lat, a Polska stała się jednym z najmocniejszych krajów, jeśli chodzi o reprezentację



fol. EFA/Christian Schulz



– rozmowa z Marion Döring

w Europejskiej Akademii Filmowej. Nadal oczekujemy jeszcze większej liczby polskich profesjonalistów w naszych szeregach.

Do tej pory polskim reżyserom dwukrotnie została przyznana nagroda w kategorii Najlepszy Film. Włoskie produkcje zdobyły aż 6 statuetek w tej kategorii. Gdzie twoim zdaniem powstają obecnie najciekawsze filmy?

W Europie! Od lat rumuńskie kino ma bardzo mocną pozycję, to samo można powiedzieć o filmach polskich, włoskich, francuskich czy duńskich. Z roku na rok może się to jednak zmieniać. Najistotniejsze jest, że cały czas odkrywamy filmy, które mają potencjał dotarcia do szerokiej widowni poza granicami kraju produkcji. Film jest jak ambasador podróżujący po różnych państwach.

Skądinąd polskie tytuły są jednymi z najbardziej zauważanych i docenianych przez Europejską Akademię Filmową. Wraz z duńskimi zajmują szóste miejsce pod względem liczby zdobytych statuetek EFA! W sumie 19 nagród zostało przyznanych polskim filmom oraz profesjonalistom z Polski.

Czy nagrodzenie jakiegoś tytułu statuetką EFA dało Ci szczególną satysfakcję? Czy którąś z ceremonii wspominasz w wyjątkowy sposób?

Każdej ceremonii towarzyszą cudowne momenty, których nie zapomnę do końca życia. Taką szczególną chwilą był dla mnie moment, gdy Krzysztof Kieślowski zdobył pierwszą w historii Europejską Nagrodę Filmową w 1988 roku. Pamiętam, że od-

bierając statuetkę, powiedział: „Mam nadzieję, że Polska także jest częścią Europy” – a były to czasy, kiedy Europa wciąż była podzielona. Zaledwie rok później, gdy świętowaliśmy drugą edycję Europejskich Nagród Filmowych w Paryżu, marzenie to zaczęło się niespodziewanie spełniać. Mur Berliński runął, a filmowcy z Europy Wschodniej byli pełni nadziei, że właśnie nadchodzi nowa, demokratyczna Europa – bez granic. Wyjątkowo wspominam także 28. ceremonię, która odbyła się w ubiegłym roku w Berlinie. Gala była jednocześnie manifestacją polityczną – wszyscy moglibyśmy poczuć, że nas łączy solidarność, a idea zjednoczonej Europy, przynajmniej w naszej branży, nadal ma sens.

Nominacje zostaną ogłoszone dopiero w listopadzie podczas Europejskiego Festiwalu Filmowego w Seville. Czy już teraz, po Berlinale, masz swoje typy, które twoim zdaniem mogą się znaleźć wśród nominowanych tytułów?

Jest jeszcze za wcześnie, żeby cokolwiek na ten temat powiedzieć. Przed nami wiele festiwali, w tym Cannes, które z pewnością sprawią, że światło jupiterów padnie na nowe, interesujące filmy. To, czego nam życzę, to żebyśmy mogli zobaczyć jeszcze więcej filmów, które nas zbliżą do aktualnych problemów i ludzkich tragedii. Jest to niezwykle istotne w naszych czasach, ponieważ musimy odważyć się zabrać głos i pozwolić naszym filmom mówić. Jeśli tego nie uczynimy, pewnego dnia obudzimy się na ogromnej stercie fragmentów już nieistniejącego, dawnego porządku całości.



MARION DÖRING – członkini Europejskiej Akademii Filmowej oraz dyrektor Europejskich Nagród Filmowych. W latach 1972-1975 studiowała języki francuski i portugalski na Uniwersytecie w Mainz. Następnie w latach 1976-1979 pracowała jako stażystka, a później redaktorka dla dziennika „Fuldaer Zeitung” oraz „Hessisch/Niedersächsische Allgemeine”. Między 1980 a 1985 w Berlinie zajmowała się dziennikarstwem jako freelancer. Od 1985 do 1988 pełniła rolę rzecznika prasowego wydań „750 Years Anniversary Berlin 1987” i „Berlin – European Capital of Culture 1988”. Od samego początku istnienia Europejskiej Akademii Filmowej była z nią związana – początkowo jako menadżer PR Europejskich Nagród Filmowych (1988), następnie jako menedżer projektów rozwijanych w ramach działalności i publikacji Akademii, a od 1996 jako dyrektor nagrody EFA. Od 2004 zajmuje się dodatkowo produkcją ceremonii, a od 2006 pełni także obowiązki dyrektora zarządzającego EFA Productions gGmbH – firmy zajmującej się produkcją wydarzenia wspólnie z Europejską Akademią Filmową. Od 2012 Marion Döring jest także producentką nagrody EFA Young Audience Award.

Europejska Stolica Kultury Wrocław 2016

Na początku stycznia we Wrocławiu odbyła się oficjalna ceremonia otwarcia obchodów Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Podczas trzech weekendowych dni stolicą Dolnego Śląska zawładnęły wydarzenia artystyczne, a ich kulminacją było „Przebudzenie” – spektakularny pochód angażujący artystów oraz mieszkańców Wrocławia rozpoczynający się w czterech różnych punktach miasta, a kończący na Rynku Głównym.

Wrocław wraz z hiszpańskim San Sebastián przez cały rok będą kulturalnymi centrami Europy, co wiąże się z organizacją licznych koncertów, wystaw, warsztatów, działań w przestrzeni miejskiej i innych wydarzeń muzycznych, teatralnych, filmowych i literackich. Wśród najciekawszych przedsięwzięć warto wymienić wystawę „Marilyn Monroe na fotografiach”, spotkanie ze skandynawskim pisarzem Jo Nesbø, koncert Davida Gilmoura w towarzystwie Leszka Możdżera i Zbigniewa Preisnera, a także rozdanie nagród Europejskich Nagród Filmowych.





„AKTYWATOR – kultura dla przestrzeni, przestrzeń dla kultury”, czyli jak zrealizować projekt międzynarodowy?

W listopadzie 2015 roku zakończył się projekt „AKTYWATOR – kultura dla przestrzeni, przestrzeń dla kultury”, który prowadzony był w międzynarodowym partnerstwie organizacji z Polski, Słowacji i Niemiec. Agnieszka Zdunek – koordynatorka projektu z polskiej strony – opowiedziała nam o kulisach przedsięwzięcia i jego założeniach, a także udzieliła kilku wskazówek tym, którzy myślą o realizacji międzynarodowego projektu w ramach programu Kreatywna Europa.

Projekt „AKTYWATOR – kultura dla przestrzeni, przestrzeń dla kultury” jest pierwszym projektem dofinansowanym przez program Kreatywna Europa, którego liderem jest polska organizacja. Jakie były założenia i cele projektu?

Protoplastą Aktywatora był KontenerArt w Poznaniu stworzony przez Zbigniewa i Ewę Łowżyków ponad 8 lat temu. Było to miejsce inicjatyw kulturalnych działające w przestrzeni miejskiej, a więc wspólne dla wszystkich, niezależnie od zasobności portfela, niepełnosprawności czy pochodzenia.

Z naszymi partnerami z Niemiec i Słowacji, którzy prowadzą podobne inicjatywy, stworzyliśmy Aktywator(y) jako sieć miejsc w Europie, w której następować miała wymiana artystów, poglądów, idei społecznych oraz przede wszystkim doświadczeń w zakresie działań kulturalnych.

Założenia projektu, zgodnie z priorytetami określonymi przez Kreatywną Europę, zakładały wspieranie działań zapewniających artystom i podmiotom działającym w sferze kultury zdobycie umiejętności, kompetencji i know-how przyczyniających się do wzmocnienia sektora kultury oraz organizację działań kulturalnych – w naszym przypadku warsztatów i koncertów.

Co chcieli Państwo zmienić w swoim najbliższym otoczeniu?

Poprzez działania Aktywatora(ów) chcieliśmy pokazać samorządom, że inicjatywy oddolne mogą zmieniać przestrzeń publiczną. Poprzez cykl wizyt studyjnych, m.in. z urzędnikami odpowiedzialnymi za kulturę i zagospodarowanie przestrzeni, chcieliśmy uświadomić, iż działania kulturalne nie ograniczają się do przyznawania grantów, że ważne są ciągła współpraca w procesie zagospodarowywania przestrzeni oraz wielostronny dialog, w którym instytucje kultury, samorządy, organizacje pozarządowe, aktywiści i wreszcie mieszkańcy mają równoważny głos.

Oczywiście projekt miał mieć również bezpośredni wpływ na artystów. Chcieliśmy, aby ze swoimi warsztatami, sztuką i muzyką zaczęli działać w przestrzeni międzynarodowej. Projekt miał równocześnie zachęcić mieszkańców do „wzię-

cia miasta w swoje ręce”. Chcieliśmy, żeby zrozumieli, że działając wspólnie, mogą zmieniać przestrzeń dookoła siebie.

Jakiego rodzaju działania w Polsce i za granicą przewidywał projekt?

Projekt składał się z 4 równoległych części – warsztatów artystycznych, koncertów młodych, debiutujących muzyków, wizyt studyjnych oraz promocji projektu i upowszechniania jego rezultatów.

Przeprowadziliśmy cykl 9 warsztatów z różnych dziedzin takich jak malarstwo, fotografia czy dziennikarstwo społeczne, a także tworzenie z mieszkańcami ich miejsca w mieście poprzez budowę ogrodów społecznych czy adaptowanie przestrzeni przedmiotami, które miały zostać wyrzucone. Warsztaty prowadzili artyści z Polski, Niemiec i Słowacji we wszystkich krajach partnerskich. Łącznie odbyło się 108 dni warsztatowych, w których uczestniczyło ponad 550 osób. Początkowo zakładaliśmy, że każdy partner zapewni po 3 zespoły artystów. W toku projektu okazało się, że strona słowacka może zorganizować tylko 2 zespoły, więc wzięliśmy na siebie dodatkowy warsztat.

Część projektu dotycząca koncertów zakładała otwarty konkurs dla debiutujących muzyków. Zgłosiło się ponad 50 osób i kapel, z których wybraliśmy 15 najlepszych – po 5 z każdego kraju. Artyści ci, podobnie jak artyści warsztatowi, występowali w Polsce, Niemczech i na Słowacji. Z uwagi na to, że my, strona polska, otrzymaliśmy dodatkowe pieniądze z budżetu miasta Poznania, w Polsce wystąpiło ponadto 5 innych zespołów w ramach podprojektu Demostacja.

Wizyty studyjne były niewątpliwie elementem, który wymagał od nas najwięcej przygotowań. Doświadczenia zbierane przez lata musieliśmy ubrać w odpowiednie słowa i zachęcić do aktywnego udziału w spotkaniach nie tylko artystów, lecz także urzędników, na czym nam najbardziej zależało. Przeprowadziliśmy 8 spotkań ponadnarodowych – 3 w Polsce oraz po 2 w Niemczech i na Słowacji. Początkowo wizyt u naszych partnerów miało być po 3, ale udało nam się, za zgodą Agencji Wykonawczej, zamie-



nić 2 spotkania na 1 u naszego nieformalnego partnera z Rumunii – organizacji Casa de Cultura Permanenta. Każda wizyta trwała 2 dni. Pierwszy poświęcony był sprawom wewnętrznym – dzieleniu się doświadczeniami przez partnerów i omawianiu bieżących spraw w projekcie. Drugi natomiast był zawsze dniem otwartym, podczas którego organizowane były spotkania z mieszkańcami, artystami, lokalnymi organizacjami oraz urzędnikami.

Podsumowaniem projektu była wizyta ewaluacyjna w Polsce, w trakcie której omawialiśmy jeszcze raz założenia projektu oraz porównywaliśmy je z osiągniętymi rezultatami. Co ważne, nie było to omawianie samych liczb i wskaźników, lecz merytoryczna analiza.

Naszym założeniem była także promocja zarówno samego projektu, jak i organizacji partnerskich, a przede wszystkim upowszechnianie idei obecności kultury w przestrzeni. Wydaliśmy broszury informacyjne oraz programy, a także opracowaliśmy publikację podsumowującą projekt, która zawierała DVD z dokumentacją fotograficzną i filmową. Oczywiście naszym głównym kanałem informacyjnym były strony internetowe partnerów oraz, przede wszystkim, portale społecznościowe. To właśnie dzięki nim, a także rozmowom z uczestnikami spotkań, zrodził się pomysł na dalszy rozwój w postaci projektu czy szeregu działań projektowych związanych z rzeką i jej wykorzystaniem w działaniach kulturalnych.

Czym kierowali się Państwo przy wyborze partnerów?

W projekcie mieliśmy 2 partnerów ponadnarodowych – Slubfurt z Frankfurtu nad Odrą w Niemczech, którego przedstawicielem jest Michael Kurzweily, oraz Triptich z Nitry na Słowacji założony przez Marka Hattasa.

Michael Kurzweily oraz Zbigniew Łowżył znają się od wielu lat, natomiast Marek Hattas dowiedział się o KontenerArt z Facebooka i kilka lat temu, w czasie wakacji, przyjechał do Polski zobaczyć, jak w praktyce wygląda organizacja takiego przedsięwzięcia.

Slubfurt i Triptich prowadzą działania podobne do KontenerArt w Poznaniu, każde na swój sposób, dostosowując je do potrzeb mieszkańców oraz zewnętrznych ograniczeń.

Kiedy dowiedzieliśmy się o możliwości sfinansowania naszych działań przez Komisję Europejską w ramach Kreatywnej Europy, wybór partnerów był bardzo prosty. W ciągu 6 miesięcy powstał projekt Aktywator, który zawierał elementy działań w przestrzeni, wymiany artystów, a przede wszystkim wymiany doświadczeń międzynarodowych.

Slubfurt to organizacja działająca na pograniczu dwóch państw, Polski i Niemiec, której celem jest integracja Polaków i Niemców. Zresztą sama jej nazwa wywodzi się od skrótu nazw miejscowości Słubice i Frankfurt. Organizacja utworzyła nowe państwo na mapie Europy – Nową Amerykę, której stolicą jest właśnie Slubfurt, a mieszkańcy tego państwa mają własny parlament oraz paszporty. Prowadząc działania o charakterze zabawy, Michael pracuje na rzecz integracji Polaków i Niemców, a także – integracji uchodźców ze społecznością niemiecką.

Triptich prowadzi miejsce o nazwie Hidepark. Tak jak w przypadku Polski, to miejsce czy też inicjatywa społeczna jest bardziej rozpoznawalna niż organizacja, która za nimi stoi. Hidepark został założony przez grupę młodych ludzi, którzy nie mieli swojego miejsca na spotkania i realizację działań artystycznych. Znaleźli więc opuszczoną łąkę, porozumieci się z jej prywatnym właścicielem i za przysłówowe 1 euro rocznie prowadzili początkowo ogród społeczny, a następnie również skate park. Z roku na rok realizowanych działań przybywało i konieczne stało się powołanie organizacji, która mogłaby formalnie zarządzać tym miejscem.

Co z perspektywy ponadrocznej współpracy jest według Pani kluczem do udanego partnerstwa?

Komunikacja, komunikacja i jeszcze raz komunikacja. Upewnienie się, czy partnerzy na pewno znają projekt, jego założenia i szczegółowy budżet oraz wiedzą, w jaki sposób krok po kroku projekt ma być realizowany. W projektach współfinansowanych z programu Kreatywna Europa to lider jest odpowiedzialny za całościową realizację inicjatywy, dlatego tak ważne jest dobranie właściwych partnerów, którzy oprócz tego, że mają wiedzę merytoryczną, potrafią np. rozliczyć finanse.

Istotne jest także, aby partnerzy brali udział w pracach już na etapie przygotowywania projektu, gdyż znacznie ułatwi to jego realizację.

Ważne jest również dobre przygotowanie umowy partnerskiej – w ramach obszaru Projekty Współpracy Europejskiej taka umowa jest wymagana, ale Agencja nie określa jej szczegółów. Z mojego doświadczenia wynika, że lepiej poświęcić kilka dni pracy więcej, by przygotować umowę, w której dokładnie opisane będą obowiązki i prawa każdego z partnerów.

Częstym wyzwaniem w realizacji międzynarodowego projektu jest komunikacja z partnerami. Jak Państwo radzili sobie z tą kwestią?

Na pewno nie mieliśmy problemów językowych – Michael mieszkał wiele lat w Polsce i mówi biegle w naszym języku, a słowacki i polski są na tyle podobne, że czasami nie musieliśmy nawet korzystać z pośrednictwa języka angielskiego. Nie mieliśmy też kłopotów z komunikacją wynikającą z różnic kulturowych – nasze kraje leżą na tyle blisko siebie, że mamy bardzo podobną mentalność. Komunikację ułatwiało również to, że w czasie wizyt studyjnych po prostu się zaprzyjaźniliśmy, a poza tym mieliśmy wspólne cele i nie baliśmy się rozmów. Jako lider projektu przygotowaliśmy jednolite wzory dokumentów, tj. umów, sprawozdań, baz danych itp., a także używaliśmy wspólnego kalendarza Google, więc dobrze wiedzieliśmy, jakie dokumenty ma partner i na jakim etapie projektu się aktualnie znajduje.

Poza wizytami studyjnymi bardzo często rozmawialiśmy na Skype'ie, a komunikacja mailowa była na porządku dziennym. Szczerze mówiąc, nie wyobrażam sobie współpracy z partnerem, z którym nie ma kontaktu przez cały projekt. Jeżeli mogę coś doradzić przyszłemu beneficjentom, to: nawet jeżeli nie ma tego we wniosku projektowym – zorganizujcie spotkanie zapoznawcze, ustalcie na nim zasady komunikacji (wszystkie, które wam przyjdą do głowy), omówcie możliwe zagrożenia i ustalcie plan B, a przede wszystkim poznajcie się jako ludzie – będzie wam znacznie łatwiej pracować z osobą, którą znacie osobiście i z którą macie dobre kontakty, niż z kimś, z kim po kilku miesiącach projektu nadal jesteście na pan i pani.

Projekt dobiegł końca w listopadzie ubiegłego roku. Jakie według Pani są jego efekty? Jak wpłynęli Państwo na lokalną społeczność, na swoje najbliższe otoczenie?

Uważamy, że projekt zakończył się sukcesem, ale nie „wskaźnikowym” czy „projektowym” (choć takim również), tylko sukcesem społecznym. Dopiero teraz miasto zaczęło uczyć się, jak funkcjonować z takimi inicjatywami. Urzędnicy i radni widzą, że projektów wchodzących w przestrzeń publiczną jest i będzie coraz więcej. Wiedzą również, że do pokojowego współistnienia różnych inicjatyw w przestrzeni publicznej potrzebny jest dialog. Napięcia, które mogą się pojawić, trzeba na samym początku cierpliwie, wspólnie przepracowywać. Była i nadal jest wyczuwalna energia i chęć do współdziałania. Zarówno samorządy, jak i np. instytucje kultury czy teatry zaczynają dbać o dobre sąsiedzkie kontakty. Nastawiają się na lokalność. Dzieje się tak od niedawna i wciąż jest to nowość w postrzeganiu przestrzeni miasta.

Aktywator pomógł nam rozwiązać wiele problemów. Z projektu lokalnego przekształcił się w międzynarodową sieć, zdobył uznanie samorządów, które zobaczyły, że są też inne miejsca na świecie funkcjonujące w podobny sposób. Realizacja Aktywatora pomogła w promowaniu działań każ-

dego z partnerów. Spotkania studyjne oraz wymiany artystyczne, podróże, również wyjazd do Rumunii, były bardzo istotne. Mogliśmy się wiele nauczyć i zobaczyć inne metody działania oraz inne formy adaptacji przestrzeni

Jakich rad udzieliłaby Pani osobom, które myślą o realizacji projektu w ramach Kreatywnej Europy? Na co powinni zwrócić szczególną uwagę – zarówno w aspekcie formalnym, jak i realizacyjnym czy merytorycznym?

Na pewno należy uważnie czytać regulaminy, wytyczne i umowę, a w razie jakichkolwiek wątpliwości pytać w Creative Europe Desk Polska w Warszawie bądź bezpośrednio w Agencji Wykonawczej w Brukseli. Formularze wniosku aplikacyjnego i formularze rozliczeniowe nie są skomplikowane. Mimo to, moim zdaniem, nie da się przygotować projektu do Kreatywnej Europy w tydzień – sam proces rejestracji w EACS (gdzie uzyskuje się konieczny numer PIC) oraz przygotowanie dobrej umowy partnerskiej zajmują sporo czasu. Przy pierwszym projekcie dobrze być partnerem – oznacza to znacznie mniej stresu, a pozwala zdobyć praktyczną wiedzę na temat zarządzania tego typu działaniami oraz rozliczania ich. Jeżeli zdecydujemy się zostać liderem, do czego zresztą zachęcam, warto zaangażować partnerów już w fazie przygotowania wniosku.

Dobrym rozwiązaniem jest również zaangażowanie w projekt osoby, która będzie odpowiedzialna za obsługę kwestii formalnych w projekcie zgodnie z wytycznymi Agencji, a jednocześnie będzie głównym punktem kontaktowym pomiędzy Agencją i liderem oraz liderem i partnerami. Jeżeli w projekcie występuje konieczność audytowania (jak w naszym przypadku), warto audytora zaangażować już na początku działań i wspólnie z nim opracować harmonogram działań audytorskich.

Czy planują Państwo kontynuację działań lub dalszą współpracę z partnerami?

W roku 2016 planujemy kontynuację Aktywatora, ale tylko na szczeblu lokalnym – polskim. Złożyliśmy już projekty do Urzędu Miasta Poznania, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego oraz Narodowego Centrum Kultury. Liczymy na pozytywny odzew. Wiemy, że inicjatywy takie jak nasza przyczyniają się do zmiany w środowiskach lokalnych i ponadlokalnych, wzmacniają samoświadomość mieszkańców miast oraz edukują ich kulturalnie.

W 2016 każdy z partnerów będzie zajmował się własnymi projektami. Myślę jednak, że w przyszłym ponownie podejmiemy wspólne działania. Tu nadmienię, iż wszystkie trzy miejsca, KontenerArt, Slubfurt i Hidepark położone są nad rzeką (odpowiednio - na nadbrzeżu Warty, nad Odrą i nad Nitrą) i z tego powodu chcielibyśmy nasze wspólne akcje połączyć tematycznie właśnie z rzeką.



AGNIESZKA ZDUNEK – ekspertka z ponad 10-letnim doświadczeniem w zarządzaniu projektami finansowanymi ze środków europejskich. Specjalizuje się w działaniach kulturalnych i społecznych. Menedżer 23 projektów społecznych o łącznej wartości ponad 10 mln euro. Współpracowała z takimi organizacjami jak Fundacja Vox Artis, Inbox, Polska Akcja Humanitarna, Ingeus, Media Regionalne, Przedszkole Stoneczko i Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej. Założycielka i prezes fundacji Inspirator. Prywatnie mama 8-letniej Zosi i pasjonatka wędrówek po górach. W wolnych chwilach prowadzi bloga Convaliove.pl oraz warsztaty z tworzenia naturalnych kosmetyków.



„Translocal: Museum as Toolbox” – rozmowa z Anetą Dalbiak

W 2015 roku inicjatywy 17 polskich organizacji i instytucji znalazły się na liście przedsięwzięć, które otrzymały dofinansowanie w ramach obszaru Projekty Współpracy Europejskiej komponentu Kultura. Jedną z nich jest Muzeum Sztuki w Łodzi, partner projektu „Translocal: Museum as Toolbox”, o którym opowiedziała nam jego koordynatorka – Aneta Dalbiak.

„Translocal: Museum as Toolbox” – czy mogłaby Pani wyjaśnić znaczenie nazwy projektu i tego, czym jest tytułowy „toolbox”?

Muzeum traktowane jako „skrzynka na narzędzia”, w rozumieniu przestrzeni zarówno fizycznej, jak i konceptualnej, staje się swojego rodzaju laboratorium dla otaczającej rzeczywistości. W tym sensie hermetyczność muzeum, postrzegana niejednokrotnie pejoratywnie, zwłaszcza w kontekście sztuki nowoczesnej, można potraktować jako pewną właściwość przestrzeni. Sztucznie (*artificial*) wytworzone warunki pozwalają nam eksperymentować z rzeczywistością, obserwować, co się z nią dzieje, kiedy ją kondensujemy bądź rozcieńczamy, poddajemy różnym przekształceniom i reakcjom, oglądamy przez rozmaite filtry. Sztuka, zgodnie ze swoją grecką etymologią potraktowana jako rzemiosło, staje się właśnie zbiorem narzędzi, ale i umiejętności korzystania z nich. W ramach projektu chcemy pokazać muzeum jako „skrzynkę z narzędziami” – czyli coś, co można zabrać z sobą z tej przestrzeni, co nie ogranicza się do murów, budynków czy czasowej ekspozycji, a daje narzędzia do „rozmontowania” naszej percepcji, innego patrzenia na świat i działania w nim. Chcielibyśmy, aby właśnie w ten sposób traktowali nas nasi odbiorcy, aby sięgali po te narzędzia również w bardzo praktycznych, doraźnych i niejednokrotnie lokalnie specyficznych kontekstach.

Jednym z pierwszych i podstawowych narzędzi, poprzez które chcemy pracować w programie, jest dla nas „komunikacja” rozumiana nie tylko jako komunikaty wystosowywane do naszej publiczności, komunikowanie inicjatyw Muzeum na zewnątrz, lecz dialog, rozmowa z publicznością zakładająca zaangażowanie obu stron. Komunikacja rozumiana jest tu również jako dialog z przestrzenią, dialog instytucji z lokalnym środowiskiem. Program „Museum as Toolbox” ma pokazać rozumienie muzeum jako miejsca relacji, miejsca współpracy, miejsca, które wyrasta z tkanki miasta i lokalnej społeczności.

Projekt eksploruje dwa obszary: pracy z publicznością i współpracy z lokalnymi inicjatywami. Z jakiego powodu zdecydowali się Państwo skupić na tych dwóch tematach?

W ramach projektu wszystkie współpracujące instytucje – 5 muzeów z różnych miast Europy (Graz, Zagrzeb, Bolzano, Tallin, Łódź) – skonfrontuje się z dwoma obszarami: pracy z publicznością „młodych dorosłych” (w wieku 15-25 lat – identyfikowaną jako trudna do aktywizowania) oraz współpracy przy realizacji inicjatyw lokalnych. W każdym przypadku kontekst i specyfika lokalna są różne, ale problemy okazują się podobne, dlatego naszym zdaniem wymiana doświadczeń i różnych strategii pracy z odbiorcą i lokalną społecznością może być odświeżającym i owocnym doświadczeniem.

Zdecydowaliśmy się uczestniczyć w tej inicjatywie ponieważ, pomimo bogatego programu wystaw i wydarzeń towarzyszących skierowanego między innymi do studentów wyższych szkół artystycznych i kierunków humanistycznych, cały czas mamy poczucie, że jest to grupa, o którą warto zaważać, by wykształcić kompetentnych odbiorców kultury.

Łódź mieści między innymi Uniwersytet, Akademię Sztuk Pięknych, Akademię Muzyczną i słynną, prestiżową Szkołę Filmową. Chcielibyśmy, by ta szczególna grupa odbiorców nie tylko gościła w Muzeum, lecz także byli studenci aktywnie włączali się we współpracę z Muzeum: by nie tyle widzami i słuchaczami, ile współtwórcami instytucji, jej współpracownikami w działalności wystawienniczej, badawczej, twórczej. Jest to wyjątkowa grupa, która na uczelniach nabywa kompetencje do odbioru, analizy i tworzenia dzieł kultury. Grupa ta – zwłaszcza jej najbardziej zaangażowani przedstawiciele: członkowie kół naukowych, z którymi chcemy współpracować – może zarazem stać się naszym przewodnikiem i mediatorem ułatwiającym dostęp do świata nie tylko innych studentów, lecz także pozostałych grup młodych. Studia humanistyczne lub artystyczne przygotowują ich bowiem do



pracy między innymi w instytucjach kultury i mediach, a zatem z różnymi grupami i publicznościami.

Dość duże znaczenie ma również kontekst lokalny i położenie muzeum na mapie miasta podzielonej na strefy wpływów kibiców dwóch łódzkich klubów: ŁKS-u i Widzewa. Zasięg tych stref to przedmiot symbolicznej walki o terytorium odbywającej się za pomocą środków wizualnych (napisów na murach, graffiti, symboli, obrazów, haseł). W związku z tym, że zorganizowane grupy piłkarskich kibiców stanowią, zwłaszcza dla swoich młodszych członków (w wieku gimnazjalnym i licealnym, 15-19 lat), ważne, często kluczowe źródła auto-identyfikacji, chcielibyśmy podjąć interakcję na płaszczyźnie „identyfikacji wizualnej” w otaczającej nas przestrzeni i wejść w dialog ze społecznością lokalną za pomocą interwencji artystycznej. W tym wypadku musimy i chcemy postawić sobie niełatwe pytanie o to, czy pomiędzy kibicami a Muzeum mogą w ogóle występować pozytywne relacje.

Jakie działania w ramach projektu realizowane będą przez Muzeum Sztuki w Łodzi?

Działania w ramach projektu mają odbywać się w trzech etapach. Pierwszy krok, podejmowany przez każdą placówkę osobno, to przyjrzenie się na podstawie własnych metod ewaluacyjnych strategiom rozwoju publiczności (*audience development*) i ich skuteczności, skupiając się przede wszystkim na dwóch wspomnianych grupach docelowych („młodych dorosłych” oraz lokalnej społeczności). Następnie podzielimy się tymi wynikami z naszymi partnerami i przeprowadzimy analizę porównawczą. Drugi etap to stworzenie na podstawie tej analizy wspólnego kwestionariusza jako narzędzia do diagnozy stanu komunikacji i partycypacji, który ma nam pomóc lepiej zrozumieć dynamikę publiczności ze szczególnym uwzględnieniem docelowych grup i lokalnych kontekstów we wszystkich pięciu krajach (Austria, Chorwacja, Estonia, Włochy i Polska). Ważne będą dla nas takie pytania jak: Kim są odwiedzający muzea i kto potencjalnie może stać się naszym odbiorcą? Jak odnaleźć/ gdzie spotkać nowe środowiska odbiorców i jak się z nimi komunikować? Czemu odwiedzają bądź nie odwiedzają oni Muzeum? Skąd docierają do nich informacje o działalności Muzeum? Jakich narzędzi komunikacyjnych używają na co dzień?

Jednocześnie chcemy poznać i porównać narzędzia komu-

nikacyjne stosowane dotychczas przez wszystkie muzea uczestniczące w projekcie i podzielić się tzw. „dobrymi praktykami” – projektami i przedsięwzięciami, które spotkały się z dużym zainteresowaniem docelowych grup odbiorczych. Ostatni, trzeci etap jest etapem praktycznym angażującym do współpracy zespoły kuratorów i artystów, a także kadry edukatorów każdego z ośrodków na zasadzie spotkań, warsztatów, rezydencji i projektów gościnnych. Celem tego etapu jest zorganizowanie „artystycznej interwencji” (performansu, warsztatów) skoncentrowanej na lokalnym środowisku w każdym z miast przez artystę zaproszonego z innego kraju podczas jego rezydencji. Rezultatem spotkania artysty z lokalną publicznością ma być również dzieło/instalacja nawiązująca do wybranego elementu czy aspektu ekspozycji stałej muzeum. Wszystkie wyprodukowane w trakcie tych interwencji dzieła staną się następnie częścią wystawy stworzonej wspólnie przez kuratorów ze wszystkich muzeów uczestniczących w sieci. Wystawa kończąca ten etap projektu ma być dopiero początkiem długofalowej współpracy. To pierwszy krok do wypracowania nowych narzędzi komunikowania się instytucji muzealnej z młodymi ludźmi.

Wstępnie okres rezydencji artysty w Łodzi planowany jest na maj 2016, a sama wystawa na wiosnę 2017 roku. Informacje na ten temat będziemy na bieżąco podawać na naszej stronie internetowej.

W jaki sposób Muzeum Sztuki w Łodzi stało się partnerem przedsięwzięcia? Czy współpracowali Państwo wcześniej z pozostałymi muzeami biorącymi udział w projekcie?

Program „Museum as Toolbox” jest jedną z pierwszym zainicjowanych na tak szeroką skalę inicjatyw wciąż nieformalnej sieci Translocal utworzonej z inicjatywy Petera Pakescha z Universalmuseum Joanneum GmbH w Graz oraz Jarosława Suchana z Muzeum Sztuki w Łodzi. Translocal zrzesza europejskie muzea sztuki nowoczesnej ułożone głównie poza stolicami krajów, o podobnej charakterystyce (lokalizacji, kolekcji, wielkości, programie edukacyjnym) i stojących przed podobnymi wyzwaniami. Celem sieci jest tworzenie wspólnych projektów badawczych i wystawienniczych w oparciu o rozpoznanie lokalnych kontekstów i historii, w jakich osadzone są poszczególne instytucje. To napięcie między tym, co lokalne i globalne stoi w centrum zainteresowania Translocal. W projekt zaangażowane są następujące muzea:

Universalmuseum Joanneum GmbH w Graz w Austrii, Art Museum of Estonia w Tallinie w Estonii, Museum of Contemporary Art Zagreb w Zagrzebiu w Chorwacji, Museion w Bolzano we Włoszech oraz polskie Muzeum Sztuki w Łodzi. Jeśli projekt się powiedzie i przyniesie wymierne rezultaty, chcielibyśmy wzmacniać i rozszerzać projekt Translocal.

Projekt rozpoczął się pod koniec zeszłego roku i powoli wchodzi w fazę realizacji. Co będzie dla Państwa największym wyzwaniem?

Muzeum Sztuki ze swoimi trzema siedzibami, z których jedna

mieści się w budynku dawnej tkalni, umiejscowione jest w sercu przemysłowego miasta o długich tradycjach robotniczych. Codzienne problemy tego miasta – konieczność zrewitalizowania dużych jego obszarów, znalezienie odpowiedzi na dziedziczone od lat bezrobocie i ubóstwo, alkoholizm, brak perspektyw awansu społecznego – wpływają również na funkcjonowanie Muzeum, jako że dotyczą jego potencjalnych, lokalnych publiczności. Muzeum prowadzi programy edukacyjne i świetlice dla dzieci, lecz wciąż chcemy poszukiwać nowych sposobów budowania relacji z młodzieżą z centralnych dzielnic Łodzi. Nawiązanie ściślejszych i szerszych relacji oraz znalezienie narzędzi komunikacji z tym środowiskiem z pewnością będzie dla nas największym wyzwaniem.



ANETA DALBIAK – absolwentka filologii polskiej na Uniwersytecie Łódzkim oraz dziennikarstwa na Uniwersytecie Warszawskim. Trenerka Narodowego Centrum Kultury w zakresie pozyskiwania środków na działalność kulturalną, a także szkoleniowiec, wykładowca akademicki, inicjatorka i realizatorka licznych projektów finansowanych ze środków publicznych, unijnych i grantów. Od 2006 roku związana zawodowo z Muzeum Sztuki w Łodzi.



foto: A. Taraska-Pietrzak / Muzeum Sztuki w Łodzi

„Łowcy miodu” – reż. Krystian Matysek

Film „Łowcy miodu” w reżyserii Krystiana Matyska opowiada o odrodzeniu tradycyjnego bartnictwa, tajnikach miejskiego pszczelarstwa oraz fascynującym życiu pszczół. O dokumencie zrealizowanym przy dofinansowaniu komponentu MEDIA opowiadają twórcy filmu.

„Łowcy miodu” to film z życia pszczół i ludzi. Rój, aby żyć, musi być stale w ruchu. Aby zgłębić i ukazać widzowi tajemnice życia pszczół, kamera wchodzi do wnętrza współczesnego ula i tradycyjnej barci wyciosanej – „wydzianej” – w pniu wiekowego drzewa, wędruje po polach, dzikich lasach, górach i... wielkich miastach Europy i Azji.

Każdy rój to miniaturowy kosmos, który rządzi się odwiecznymi prawami. Widz wreszcie na własne oczy zobaczy, jak pszczoła przychodzi na świat, jak robotnice dbają o matkę roju, jak bronią ula przed intruzami, walcząc często na śmierć i życie. Przekona się, jak wygląda świat natury i ludzi oglądany oczami jednej pszczoły harującej od świtu do zmierzchu oraz tysiący pszczół, które zrobią wszystko, aby ich rój przetrwał.

Tradycję oraz tajniki zawodu bartnika pragnie poznać Magdalena Popławska, aktorka awangardowego teatru, która interesuje się zdrowym trybem życia oraz ekologią. Wspólnie z Magdą wyruszamy w podróż do Augustowa, Baszkirii oraz Nepalu. Uczymy się bartnictwa i poznajemy niezwykle relacje między pszczołami i ludźmi.

Wraz z Kamilem Bajem, przedstawicielem miejskiego ruchu pszczelarskiego w Warszawie, podążamy natomiast do Francji, gdzie dowiemy się o paryskich ulach zainstalowanych na dachach w prawie każdej dzielnicy.

Od wielu milionów lat pszczoły pracowicie budują środowisko naturalne naszej planety. Dziś giną w niespotykanej dotąd skali. Jednym ze sposobów na ratunek wydaje się właśnie pszczelarstwo miejskie oraz przywracanie tradycji bartnictwa – hodowli dzikich pszczół w lasach. Może sięgając do przeszłości, w pierwotnym środowisku i modelu współżycia pszczół i ludzi, czyli w bartnictwie, można znaleźć receptę na uniknięcie katastrofy? Film stara się znaleźć odpowiedź na to pytanie. Tradycyjni bartnicy i pszczelarze umieją się porozumieć mimo bariery języków, epok i kultur – bo są świadomi mądrości pszczół i umieją się od nich uczyć.

Film wejdzie do polskich kin 22 kwietnia 2016.

Reżyseria: Krystian Matysek
Scenariusz: Sergey Krivosudov, Krystian Matysek
Zdjęcia: Krystian Matysek
Producent: Dorota Roszkowska
Koproducent: Gennady Kofman, Vlad Ketkovich





**Nowa produkcja Badi Badi,
czyli „Latający Miś i Spółka”
w reż. Tomka Niedźwiedzia
i Waldemara Mordarskiego**

Polskie studio Badi Badi zajmuje się m.in. postprodukcją reklam, wideoklipów i filmów, animacją 3D oraz produkcją niezależnych filmów animowanych. Znane z pewnością wśród najmłodszych dzięki wielkiemu sukcesowi „Agi Bagi” – serialu animowanego dla dzieci w wieku 2-5 lat – studio Badi Badi pracuje obecnie nad filmem przygodowym „Latający Miś i Spółka”. Development filmu jest realizowany przy wsparciu finansowym programu Kreatywna Europa – komponent MEDIA. Animacja będzie skierowana do widzów powyżej 6. roku życia. Informacjami o najnowszej produkcji dzielą się z nami twórcy projektu.

„Latający Miś i Spółka” to w założeniu ciekawy i pouczający film przygodowy o wartkiej akcji. W istocie film – oprócz pełnienia oczywistej funkcji rozrywkowej – ma zachęcić dzieci do zainteresowania się europejskimi legendami, baśniami i mitami, różnorodnością postaci i bogactwem opowieści, które funkcjonują w europejskiej kulturze. Dzieci z Danii nie znają legendy o Smoku Wawelskim, a dzieci z Polski mają niewielkie wyobrażenie na temat tego, kim były trolle. Odkrywanie zapomnianych legend i poznawanie legendarnych stworzeń pozwala przybliżyć młodym widzom historię, które mimo upływu czasu pozostają zaskakująco aktualne.

Twórcy projektu postanowili zestawić w filmie postaci z zapomnianych lub nieznanych w innych częściach Europy legend oraz bohaterów klasycznych gier komputerowych, aby zyskać zainteresowanie małych widzów. W ten sposób – za pomocą Księgi Legend – zostaną przedstawione lub przypomniane wybrane legendy, baśnie i mity.

Legendy zostaną przedstawione skrótkowo – raczej jako inspiracja do dalszych poszukiwań, do których, mam nadzieję, spróbowujemy rodziców i dzieci. Inspirowanie dzieci do poznawania legend innych krajów wydaje mi się wartością samą w sobie i gdyby się to udało, naprawdę bardzo by mnie to ucieszyło – mówi Tomek Niedźwiedź, pomysłodawca filmu.

Głównym wątkiem opowieści przedstawionej w filmie jest ocalenie świata legend. Wśród bohaterów mamy więc „ratowników”, którym przewodzi strażnik, tytułowy Miś, oraz „niszczycieli” – próżnych średniowiecznych rycerzy oamionych żądzą posiadania trofeów. Tymi ostatnimi kieruje złowrogi Cyberus, którego „wcieleniem” w naszej rzeczywistości jest Cyber. Ten z kolei buntuje się przeciw swojemu „przodkowi” i modyfikuje nieco swoją misję. Zamiast niszczyć legendy, postanawia je przenieść do swojego świata, zdigitalizować i wykorzystać do stworzenia potężnej cyfrowej armii. Konflikt między Cyberusem a Cyberem okaże się jedyną szansą na uratowanie Księgi Legend. Wartka akcja pozwoli nam również poznać dwójkę pozostałych bohaterów – Malwinę i Gucia. To nieco zwariowane rodzeństwo, mimo dzielących je

różnic i trudnych początkowo relacji, wobec zagrożenia trzyma się razem. Pojawienie się Misia oraz kolejne wspólne misje zbliżają do siebie Malwinę i Gucia, którzy z czasem stworzą zgraną drużynę.

SPOSÓB PROWADZENIA NARRACJI

Fabula opiera się na wykonywaniu kolejnych misji, podczas których następuje przemiana głównego bohatera. Akcja często przenosi się między rzeczywistością „realną”, „cyfrową” i „magiczną”. Pierwsza część filmu stanowi wprowadzenie i dokładne przedstawienie pierwszoplanowych bohaterów oraz relacji między nimi. Tempo przyspiesza dopiero po zrozumieniu znaczenia Księgi Legend, kiedy widz już dobrze zna głównych bohaterów.

Połączenie w filmie trzech rzeczywistości stwarza możliwość wykorzystania różnych sposobów opowiadania charakterystycznych dla każdego z przedstawionych światów. Miś jako „legendarny strażnik” używa dziwnego, starożytnego języka. Malwina mówi szkolnym slangiem, ale zdradza sporą wiedzę na temat komputerów, natomiast Gucio posługuje się prostymi, bezpośrednimi zwrotami okraszonymi dużą dawką onomatopei. Z kolei Cyber – jako bohater przebiegły i wybitnie inteligentny – zdradza jednocześnie charyzmę, jak i targające nim wątpliwości.

ANIMACJA I WARSTWA GRAFICZNA

Warstwa plastyczna filmu ma duże znaczenie. Rozróżnienie 3 stylizacji plastycznych pomaga uporządkować przebieg akcji i pozwala widzowi zorientować się, w której rzeczywistości się akurat rozgrywa historia – ma to kluczowe znaczenie dla 6-8-latków, do których skierowany jest film.

Myślę, że znaleźliśmy formę plastyczną, która jest połączeniem klasycznej ilustracji tworzonej ręcznie oraz animacji 3D. Początkowo obawialiśmy się, że użycie renderingu 3D pogorszy jakość plastyczną oryginalnych projektów, ale opracowaliśmy metodę produkcji, w której na każdym etapie najwięcej do powiedzenia mają projektanci wykonujący dziesiątki projektów do każdej sceny. Dzięki temu mamy pewność, że to, co „wyjdzie z komputera”, jest tak naprawdę uruchomionym rysunkiem, a nie „plastikowym” odzwierciedleniem projektu, jak to się często dzieje w wypadku animacji 3D. Sztuczny efekt pozostawiamy wyłącznie w momencie przeniesienia akcji do świata komputerowego, wzmacniając jeszcze to wrażenie poprzez „pikselizację” – wyjaśniają twórcy filmu.

Animacja będzie różna ze względu na podział świata przedstawionego na trzy rzeczywistości. Główna arena zmagania bohaterów – „rzeczywistość” – zostanie przedstawiona w 3D. „Świat Cybera” to z kolei wykorzystanie technik podobnych do tych używanych przy produkcji gier komputerowych. W filmie zostanie wykorzystane połączenie technik animacji pozwalające jednocześnie na nawiązanie do konwencji starych gier i umożliwiający postaciom, zwłaszcza Cyberowi, na użycie środków wrażliwych do rozwijania akcji. „Świat średniowieczny” (świat legend) zostanie skonstruowany z kolei w oparciu o ryciny. Przenoszenie akcji między światami za każdym razem będzie powodować zmianę charakteru animacji.

Projekt znajduje się na etapie developmentu.



Warsztaty dla profesjonalistów sektora audiowizualnego: nowe modele biznesowe, finansowanie i zarządzanie firmą

W wyniku cyfryzacji i upowszechniania zasad rządzących sektorem audiowizualnym europejski rynek filmowy ulega gwałtownym zmianom. Dlatego tak ważne jest, by potraktować nowe reguły jako szansę i wykorzystać rozwój technologiczny do stworzenia odmiennych modeli biznesowych, planu finansowania projektów, a także strategii zarządzania firmą. Poniżej przedstawiamy warsztaty organizacyjne przy wsparciu komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa, które poruszają tę tematykę. Zachęcamy do aktywnego udziału!

Inside Pictures to program szkoleniowy odbywający się w Londynie i Los Angeles skierowany przede wszystkim do doświadczonych producentów, a także agentów sprzedaży, dystrybutorów, profesjonalistów zajmujących się aspektami prawnymi oraz opracowaniem modeli biznesowych. Podczas warsztatów uczestnicy zdobędą wiedzę na temat funkcjonowania w międzynarodowej branży audiowizualnej z uwzględnieniem zachodzących w niej przemian, poznają innowacyjne modele biznesowe oraz nawiążą cenne kontakty z doświadczonymi producentami i profesjonalistami międzynarodowego sektora filmowego. Program szkolenia obejmu-

je również strategię zarządzania firmą i zespołem oraz rozwija kwalifikacje kierownicze.

Organizator: National Film and Television School

Koszt uczestnictwa: 6 000 €

Stypendia: tak

Czas trwania: 3 intensywne sesje warsztatowe po 5 dni każda oraz dwudniowa prezentacja projektów i podsumowanie warsztatów

www.inside-pictures.com

Screen Leaders to program szkoleniowy skierowany do liderów firm sektora audiowizualnego, którego celem jest rozwój firm poprzez wdrożenie innowacyjnych rozwiązań i dobrych praktyk adekwatnych do profilu działalności. Uczestnictwo w Screen Leaders uczy podejmowania świadomych decyzji strategicznych wspierających przyszły rozwój firmy – program warsztatów koncentruje się na realizacji i wdrażaniu nowych strategii biznesowych.

Podczas warsztatów uczestnicy pracują nad zdefiniowaniem oczekiwań biznesowych, rozwojem umiejętności planowania strategicznego i efektywnej komunikacji, a także dowiadują się, jak wprowadzać innowacyjne rozwiązania w firmie, nawiązywać korzystną współpracę z innymi przedsiębiorstwami

i pracować nad rozwojem swoich umiejętności jako lidera oraz rozwojem samej firmy (w tym jej struktury organizacyjnej).

Organizator: Screen Training Ireland i Irish Film Board

Koszt uczestnictwa: 5 000 € (cena pokrywa koszt uczestnictwa 2 przedstawicieli zgłaszanej firmy)

Stypendia: tak

Czas trwania: 3 moduły oraz spotkania z ekspertami i coaching skupiony na rozwijaniu umiejętności leaderskich

www.screentrainingireland.ie

EAVE+ to czterodniowe, intensywne warsztaty, które są skierowane do niezależnych producentów posiadających duże doświadczenie w produkcji i chcących podbić międzynarodowy rynek dzięki wprowadzeniu innowacyjnych rozwiązań i wzmocnieniu umiejętności zarządzania projektem. Uczestnikami EAVE+ mogą być także dystrybutorzy i agenci sprzedaży. W ramach dyskusji z producentami poruszone zostaną

tematy zrównoważonego rozwoju firm produkcyjnych, nowych modeli biznesowych (w tym planowanie budżetu i sposobów finansowania), nowych strategii produkcji i dystrybucji z uwzględnieniem możliwości stwarzanych przez cyfryzację rynku audiowizualnego. Podczas warsztatów uczestnicy poznają najlepsze praktyki mające zastosowanie na międzynarodowym rynku.



Organizator: European Audiovisual Entrepreneurs (EAVE)
Koszt uczestnictwa: 1 800 € (dla nowych uczestników)
 / 1 500 € (dla absolwentów innych warsztatów
 organizowanych przez EAVE)

Stypendia: tak
Czas trwania: 1 intensywna sesja trwająca 4 dni

www.eave.org

ENTER Europe – Training Financiers on Interim Finance for the Creative Industries – warsztaty dla finansistów i specjalistów działających w sektorze finansowym branży audiowizualnej, które pomagają w określeniu możliwości finansowych i inwestycyjnych firmy oraz umiejętnej ocenie ryzyka (i jego łagodzeniu) związanego z inwestycjami w europejskim sektorze audiowizualnym. Program warsztatów został stworzony z myślą o organach finansujących (m.in. platformach crowdfundingowych) i udzielających pożyczek (pośrednikach finansowych) oraz inwestorach z krajów uczestniczących w komponencie MEDIA. Uczestnictwo w ENTER Europe zapewnia pogłębienie wiedzy na temat możliwości kredytowych oraz potrzeb finansowania europejskich sektorów kreatywnych. Podczas spotkania w ramach London Film Production Finance

Market następuję wymiana dobrych praktyk i doświadczeń pomiędzy specjalistami finansowymi z różnych części Europy. Jest to także świetna okazja do poszerzenia kontaktów branżowych.

Organizator: Peaceful Fish Productions Ltd.
Koszt uczestnictwa: 1 000 €
Stypendia: -
Czas trwania: 1 sesja stacjonarna (oddzielna dla 2 grup uczestników), sześciotygodniowa sesja on-line oraz spotkanie networkingowe w ramach London Film Production Finance Market

www.enter-training.net/eu

The Art of Negotiating Agreements for the Media Industry – warsztaty pozwolą zrozumieć strukturę i mechanizm dokumentów prawnych oraz dowiedzieć się jak odpowiednio sformułować ich treść, by najlepiej chronić swój projekt. Odpowiednio przygotowane umowy mają zasadnicze znaczenie przy realizacji projektów audiowizualnych, a program warsztatów pomaga w opanowaniu zasad ich redakcji i negocjacji. Uczestnicy poznają psychologię oraz techniki prowadzenia negocjacji (w tym przydatne triki) oraz sposoby rozwiązywania nieporozumień wynikłych w trakcie pertraktacji.

Do udziału w warsztatach zaproszeni są producenci, finansisci, przedstawiciele funduszy i instytucji finansujących, redaktorzy zamawiający oraz prawnicy związani z sektorem audiowizualnym.

Organizator: Erich Pommer Institute
Koszt uczestnictwa: 1 290 € (za uczestnika)
 / 990 € (za każdą dodatkową osobę ze zgłoszonej firmy)
Stypendia: tak
Czas trwania: 1 intensywna sesja stacjonarna trwająca 5 dni

www.epi-media.eu

Digital Strategies – Financing, Marketing and Distributing 2.0 to warsztaty skierowane do producentów filmowych i telewizyjnych oraz dystrybutorów i agentów sprzedaży chcących wykorzystać cyfryzację rynku audiowizualnego do wprowadzenia nowych strategii dystrybucji i rozwoju widowni. Uczestnicy dowiedzą się o możliwościach pozyskania funduszy m.in. poprzez platformy crowdfundingowe oraz sposobach optymalizacji dochodów z wielopłatowej dystrybucji filmu. Program warsztatów jest regularnie dostosowywany do zmian zachodzących na europejskim i międzynarodowym

rynku audiowizualnym, rozwoju technologicznego i innowacyjnych rozwiązań, które odniosły sukces.

Organizator: Erich Pommer Institute
Koszt uczestnictwa: 1 290 € (za uczestnika)
 / 990 € (za każdą dodatkową osobę ze zgłoszonej firmy)
Stypendia: tak
Czas trwania: 1 intensywna sesja stacjonarna trwająca 5 dni

www.epi-media.eu



Kreatywna
Europa
MEDIA



Kreatywna
Europa

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu