



Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska



nr 1/2020



05

VARIA

- 05 Udział podmiotów z Wielkiej Brytanii w obecnej edycji programu Kreatywna Europa
- 05 Kampania #CreativeEuropeAtHome dla beneficjentów programu Kreatywna Europa
- 06 Dziedzictwo kulturowe w zagrożeniu – 7 Most Endangered
- 06 10 nowych obiektów wyróżnionych Znakem Dziedzictwa Europejskiego

07

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 07 Zapowiedź seminarium „Crowdfunding i społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) w projektach kulturalnych i społecznych”
- 08 Pierwsze tegoroczne spotkania informacyjne programu Kreatywna Europa
- 10 Obecność MEDIA na festiwalu i targach filmowych w Berlinie
- 14 Europejskie Forum Filmowe
- 16 Zapowiedź wydarzenia „Music Moves Europe i inne programy wsparcia sektora muzyki”

17

ROZMOWY

- 17 „Tworzenie filmu dokumentalnego wymaga niewyobrażalnych zasobów cierpliwości i wyrozumiałości”
– rozmowa z Małgorzatą Goliszewską i Kasią Mateją, reżyserkami filmu „Lekcja miłości”
- 20 Nie szczędzić czasu na komunikację
– rozmowa z Karoliną Giedrys-Majkut, koordynatorką programu „Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” z ramienia Centrum Edukacji Obywatelskiej
- 24 Otwarty konkurs na projekty Tłumaczeń literackich i rozmowa z Anną Bacą, koordynatorką projektu „Literackie zbliżenia” Wydawnictwa Ezop

26

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 26 Platformy europejskie w komponencie Kultura programu Kreatywna Europa
- 28 Sieci europejskie w komponencie Kultura programu Kreatywna Europa
- 31 Warsztaty Developing Your Film Festival podczas MFF Nowe Horyzonty

Szanowni Państwo,

pierwsze wydanie „Magazynu CED Polska” w 2020 roku trafia do Państwa w niepokojącym i niełatwym czasie. Pandemia koronawirusa wpływa negatywnie nie tylko na sytuację w sektorach kultury, kreatywnych i audiowizualnym, ale na wszystkie aspekty naszego życia. Creative Europe Desk Polska, zgodnie z zaleceniami, pracuje zatem w trybie zdalnym, staramy się jednak, aby ta sytuacja w jak najmniejszym stopniu wpływała na nasze działania. I tak oto, jak zawsze na wiosnę, prezentujemy Państwu nasze czasopismo.

Na łamach tej publikacji podsumowujemy działania polskiego biura programu Kreatywna Europa w pierwszych miesiącach trwającego roku. W tym krótkim okresie, w którym jeszcze wszystko zdawało się iść normalnym torem, przygotowaliśmy i poprowadziliśmy szereg spotkań informacyjnych w kilku Polskich miastach. Byliśmy również obecni na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie i Europejskich Targach Filmowych, i tę obecność przybliżamy Państwu w artykule o tym święcie kina.

Na kolejnych stronach magazynu znajdą Państwo relację z pierwszego w tym roku Europejskiego Forum Filmowego, które poświęcone było w całości potrzebie zielonej i zrównoważonej produkcji filmowej oraz działań w sektorze audiowizualnym. W Creative Europe Desk Polska staramy się wprowadzać ekologiczne rozwiązania zarówno w codziennej pracy, jak i pozostałych zajęciach oraz działaniach. Od wielu lat nasze materiały promocyjne tworzymy z myślą o dobru planety, dostarczając Państwu bezpieczne dla środowiska i wspierające ekologiczny tryb życia gadzety. Z przyjemnością informujemy zatem, że od tego roku także nasze publikacje stają się bardziej zielone. Wszystkie opublikowane broszury wykorzystują papier z recyklingu, co więcej zrezygnowaliśmy z takich szkodliwych zabiegów, jak foliowanie czy wykorzystanie lakieru UV. Również następny numer „Magazynu CED Polska” trafi do Państwa już w zmienionej, bezpieczniejszej dla środowiska formie.

W najnowszym wydaniu zapraszamy na dwa wydarzenia, które zaplanowaliśmy na kolejne miesiące – współorganizowane z Punktem Kontaktowym „Europa dla obywateli” seminarium „Crowdfunding i społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) w projektach kulturalnych i społecznych” oraz dzień informacyjny o inicjatywie Music Moves Europe i innych programach wsparcia sektora muzyki. Mamy nadzieję, że będziemy się mogli z Państwem spotkać już w niedalekiej przyszłości.

I w końcu zachęcamy do lektury trzech rozmów z pasjonującymi kobietami – Małgorzatą Coliszewską i Kasią Mateją, reżyserkami filmu dokumentalnego „Lekcja miłości”, Karoliną Giedrys-Majkut, koordynatorką dofinansowanego w komponencie MEDIA programu edukacyjnego „Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” z ramienia Centrum Edukacji Obywatelskiej oraz Anną Bacą z Wydawnictwa Ezop, które realizuje projekt „Literackie zbliżenia”, dofinansowany w ramach Tłumaczeń literackich w 2018 roku.

To oczywiście nie wszystko, co przygotowaliśmy dla Państwa na kartach tego magazynu. Zapraszamy do lektury, wierząc, że przyniesie ona Państwu trochę wytchnienia w otaczającej nas rzeczywistości.

Zespół Creative Europe Desk Polska

Udział podmiotów z Wielkiej Brytanii w obecnej edycji programu Kreatywna Europa

31 stycznia 2020 roku Wielka Brytania wystąpiła z Unii Europejskiej. Umowa o wycofaniu się tego państwa ze Wspólnoty Europejskiej przewiduje jego udział w programie Kreatywna Europa do końca obecnej edycji programu (2014–2020) tak, jakby Wielka Brytania nadal miała status kraju członkowskiego. Oznacza to, że brytyjskie organizacje i instytucje mogą kontynuować korzystanie z dofinansowania przyznanego w ramach aktualnej edycji programu i brać udział w konkursach wniosków ogłaszanych w edycji programu Kreatywna Europa 2014–2020.

Ewentualny udział Wielkiej Brytanii w programie w przyszłości – po 2020 roku – będzie zależał od wyniku negocjacji i ustaleń tego kraju z Unią Europejską.



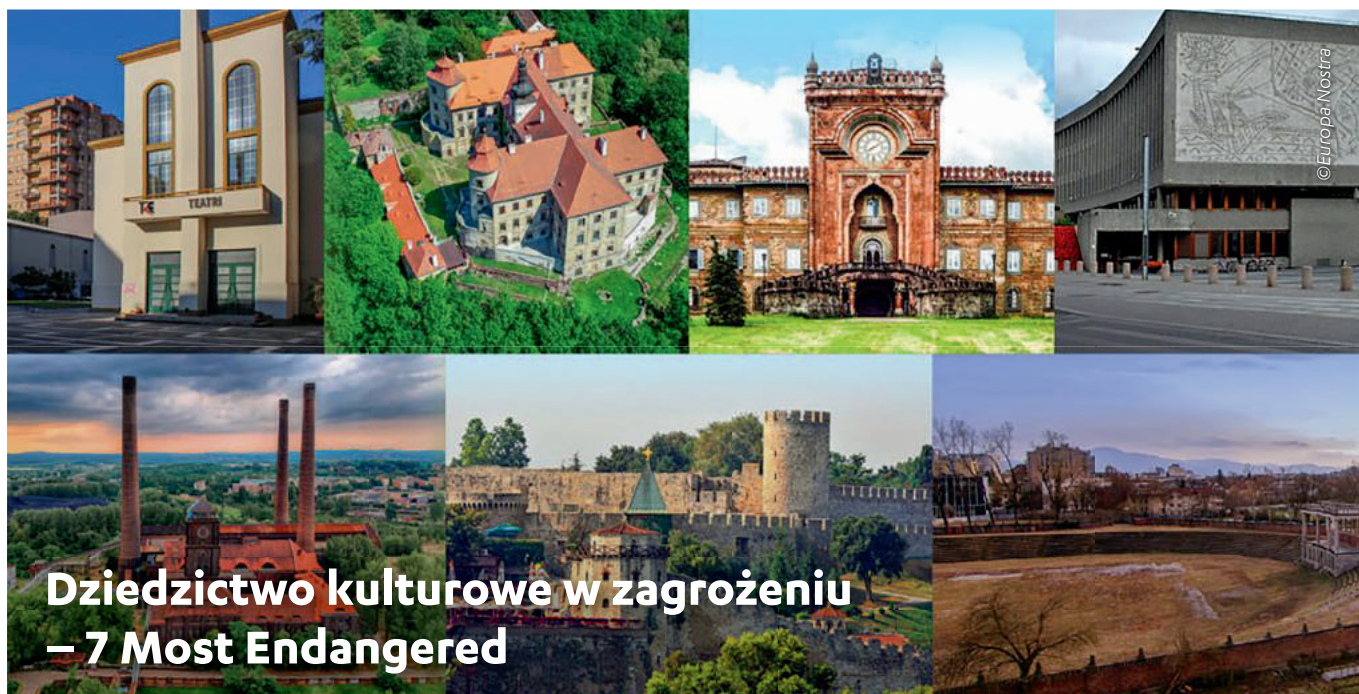
Kampania #CreativeEuropeAtHome dla beneficjentów programu Kreatywna Europa

Komisja Europejska zainicjowała kampanię #CreativeEuropeAtHome, w ramach której za pośrednictwem platform takich jak Facebook, Twitter czy Instagram będzie informować o prowadzonych w całej Europie działaniach online, realizowanych w ramach projektów dofinansowanych przez program Kreatywna Europa.

W związku z tym Komisja zwraca się z prośbą do wszystkich beneficjentów programu, którzy prowadzą ogólnodostępne

działania w sieci realizowane w ramach projektów wspartych przez program Kreatywna Europa, o informowanie o nich w mediach społecznościowych z wykorzystaniem oznaczenia #CreativeEuropeAtHome oraz oznaczeniem programu Kreatywna Europa w postach.

Oznaczone w ten sposób działania będą promowane przez Komisję Europejską za pośrednictwem kanałów komunikacyjnych programu Kreatywna Europa.



Dziedzictwo kulturowe w zagrożeniu – 7 Most Endangered

W grudniu 2019 roku Europa Nostra – europejska federacja stowarzyszeń na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego Europy – ogłosiła shortlistę 14 zabytków i obiektów dziedzictwa kulturowego najbardziej zagrożonych zniszczeniem lub likwidacją. Działania te realizowane są w ramach prowadzonego przez federację programu **7 Most Endangered**, mającego na celu zwrócenie uwagi na konieczność podjęcia przez sektor publiczny i prywatny działań zmierzających do ratowania niszczących obiektów dziedzictwa kulturowego.

24 marca 2020 roku w ramach programu 7 Most Endangered spośród 14 nominowanych obiektów siedem zostało wybranych jako najbardziej zagrożone. **Wśród wskazanych**

„obiektów w zagrożeniu” znalazła się stuletnia Elektrociepłownia Szombierki. Kompleks budynków EC Szombierki został ukończony w 1920 roku. Elektrociepłownia pracowała dla Bytomia i okolic do 2011 roku.

Obok Elektrowni Szombierki na liście najbardziej zagrożonych obiektów znalazły się:

- teatr Narodowy w Tiranie – Tirana (Albania),
- zamek Jezeří – Horní Jiřetín (Czechy),
- zamek Sammezzano – Toskania (Włochy),
- Y-block, dzielnica rządowa Oslo (Norwegia),
- twierdza w Belgradzie wraz z jej otoczeniem (Serbia),
- stadion Plečnik – Ljubljana (Słowenia).

10 nowych obiektów wyróżnionych Znakem Dziedzictwa Europejskiego

31 marca 2020 roku Komisja Europejska wyróżniła Znakem Dziedzictwa Europejskiego (*European Heritage Label*) dziesięć obiektów materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego, które odegrały znaczącą rolę w kształtowaniu historii i kultury europejskiej oraz budowaniu Wspólnoty Europejskiej. Nowe obiekty objęte Znakem Dziedzictwa Europejskiego to:

- Miejsce Pamięci Narodowej w Łambinowicach (Polska),
- obszar dziedzictwa archeologicznego Starej Ostii (Włochy),
- podwodne dziedzictwo kulturowe Azorów (Portugalia),
- Colonies of Benevolence (Belgia, Holandia),
- niematerialne dziedzictwo miasta Szentendre (Węgry),
- zamek Kynžvart (Czechy),
- wiersz „Zdravljica” (Słowenia),
- osiedla Werkbundu (Austria, Czechy, Niemcy, Polska),
- Miejsce Pamięci Chambon-sur-Lignon (Francja),
- Trzej Bracia (Łotwa).



Łącznie Znakem Dziedzictwa Europejskiego do tej pory wyróżnionych zostało 48 obiektów materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego w krajach Unii Europejskiej. Wśród nich, obok nowo uhonorowanych **Miejsca Pamięci Narodowej w Łambinowicach** oraz **osiedli architektów Werkbundu (wrocławskie Osiedle WuWa)**, znajdują się cztery obiekty związane z Polską:

- **Unia Lubelska zawarta między Polską i Litwą w 1569 roku,**
- **Konstytucja 3 maja,**
- **cmentarz wojenny nr 123 – Łużna-Pustki z okresu I wojny światowej,**
- **historyczna Stocznia Gdańska – obiekty związane z powstaniem „Solidarności”.**



ZAPOWIEDŹ WYDARZENIA

CROWDFUNDING I CSR W PROJEKTACH KULTURALNYCH I SPOŁECZNYCH



Europa
dla obywateli



Creative
Europe
Desk Polska

W nadchodzących miesiącach Creative Europe Desk Polska oraz program „Europa dla obywateli” planują zorganizować seminarium „Crowdfunding i społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) w projektach kulturalnych i społecznych”.

Społeczna odpowiedzialność biznesu (ang. *corporate social responsibility*, CSR) to odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo. Działania CSR powinny być określone w strategii przedsiębiorstwa i wpisane w kodeks etyczny danej firmy. Powinny przejawiać się poprzez inicjatywy uwzględniające zrównoważony rozwój, a także relacje z różnymi grupami interesariuszy. Crowdfunding to finansowanie społecznościowe, czyli finansowanie różnego rodzaju przedsięwzięć społecznych, kulturalnych i biznesowych przez społeczność, która jest lub zostanie wokół tych projektów zorganizowana.

Obie formy poszukiwania finansowania na realizację działań kulturalnych przynoszą o wiele więcej korzyści niż tylko zagwarantowanie realizacji działań poprzez środki pieniężne: crowdfunding pozwala jednocześnie na poszerzenie kręgu odbiorców oferty oraz pozyskanie dodatkowych środków na finansowanie nowych inicjatyw. Społeczna odpowiedzialność biznesu stanowi z kolei formę mecenatu, która uwzględnia dobro społeczne i tworzy nowe sieci powiązań na linii biznes – kultura – społeczeństwo.

Ponadto obie formy dofinansowania doskonale wpisują się w priorytety komponentu Kultura programu Kreatywna Europa, takie jak wprowadzanie innowacji i testowanie nowych modeli biznesowych w kulturze, w tym nowych modeli

przychodu. Sprzyjają również budowaniu sieci kontaktów i współpracy międzysektorowej. Ta ostatnia ma również pozytywny wpływ na budowanie i rozwój publiczności – umiejętnie przeprowadzona kampania crowdfundingowa może przyczynić się do zainteresowania ofertą kulturalną grupy dotąd z niej niekorzystające. Współpraca z biznesem daje zaś, poza nowymi odbiorcami i rezultatami finansowymi, dodatkową rozpoznawalność i efekt wizerunkowy.

Już teraz zapraszamy serdecznie na wydarzenie „Crowdfunding i społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) w projektach kulturalnych i społecznych”, które planujemy zorganizować w nadchodzących miesiącach!

Podczas planowanego wydarzenia przedstawiciele sektorów kultury i kreatywnego, a także działacze i reprezentanci organizacji i instytucji społecznych, będą mogli otrzymać informacje na temat obu form finansowania. Goście, praktycy i teoretycy crowdfundingu oraz społecznej odpowiedzialności biznesu, wskażą zarówno sposoby funkcjonowania i możliwości wykorzystania tych koncepcji, jak i przykłady najlepszych praktyk.

Szczegóły wydarzenia dostępne będą na naszej stronie internetowej: **www.kreatywna-europa.eu**.

Serdecznie zapraszamy!

Pierwsze tegoroczne spotkania informacyjne programu Kreatywna Europa

Początek 2020 roku obfitował w spotkania informacyjne dla potencjalnych wnioskodawców programu Kreatywna Europa. W związku z nadchodzącymi terminami zgłoszeń, podanymi jesienią zeszłego roku przez Agencję Wykonawczą ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego, zespół Creative Europe Desk Polska zorganizował szereg wydarzeń, skupiając się na potrzebach zainteresowanych aplikowaniem o środki unijne.

Pierwsze ze spotkań, które odbyło się 23 stycznia w Warszawie, skierowane było do wnioskodawców komponentu MEDIA. W wydarzeniu uczestniczyli producenci audiowizualni zainteresowani wsparciem na etapach rozwoju projektu oraz produkcji. Głównym tematem spotkania były trzy z 13 dostępnych obszarów grantowych: Development – projekt pojedynczy, Development – pakiet projektów oraz TV Programming. Zaprezentowane zostały wytyczne schematów, omówione zostały także zasady aplikowania oraz kryteria oceny wniosków. Podczas spotkania przedstawicielka Creative Europe Desk Polska podkreślała, jak ważne jest przygotowanie skutecznych strategii marketingowych i promocyjnych na etapie planowania wniosku, zwracała też uwagę na europejski wymiar projektu oraz potencjał budowania publiczności. W ramach wydarzenia zaprezentowane zostały również międzynarodowe fundusze koprodukcyjne ze znakiem MEDIA, w ramach których polscy producenci także mogą starać się o środki na wsparcie rozwoju projektów. Spotkanie było dobrą okazją dla uczestników do dzielenia się doświadczeniami oraz skonsultowania swoich pomysłów.

Kolejne dwa spotkania informacyjne dotyczyły zaprezentowania możliwości, jakie oferuje program Kreatywna Europa jako całość: 7 lutego odbył się regionalny dzień informacyjny Programu w EC1 Łódź – Miasto Kultury, a tydzień później – 14 lutego – w gdańskim Nadbałtyckim Centrum Kultury. Podczas obydwu spotkań przybliżono idee i cele Kreatywnej Europy, omówiono zasady działania Agencji Wykonawczej ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego oraz sieci Creative Europe Desks.

Po wprowadzeniu nastąpiła prezentacja obydwu komponentów programu: Kultura oraz MEDIA. W ramach części poświęconej komponentowi Kultura przedstawione zostały zasady i wytyczne stałych obszarów grantowych: Projekty współpracy europejskiej oraz Tłumaczenia literackie. Przedstawicielka Creative Europe Desk Polska podkreślała, że projekty międzynarodowe muszą być tworzone na zasadzie zrównoważonego partnerstwa, a kampanie promocyjne dotyczące tłumaczonych pozycji starannie przygotowane. Zaprezentowane zostały projekty pilotażowe Programu: wsparcie dla sektora

muzycznego Music Moves Europe oraz program mobilności artystów i profesjonalistów sektora kultury i-Portunus. Omówiono też zasady konkursu na Projekty współpracy z krajami regionu Bałkanów Zachodnich. W ramach spotkania zaprezentowane zostały ponadto wytyczne dotyczące naboru na projekty w obszarze łączenia kultury i treści audiowizualnych poprzez cyfryzację (*Bridging culture and audiovisual content through digital*), ogłoszonego w ramach części międzysektorowej programu Kreatywna Europa.

Kolejnym punktem były spotkania z beneficjentami Programu. W Łodzi Marta Gmosińska z firmy Lava Films zaprezentowała projekt Slate Funding 2019, na który firma otrzymała wsparcie w zeszłym roku. Pakiet projektów obejmuje rozwój pięciu filmów pełnometrażowych – są to: „Sweat” Magnusa von Horna, „Masażysta” / „Wonder Zenia” Małgorzaty Szumowskiej, „Sucha ziemia” Agnieszki Woszczyńskiej, „Lany Poniedziałek” Justyny Mytnik i „Ona/On” Anny Kazejak – oraz produkcję filmu krótkometrażowego w reżyserii Dawida Bodzaka. Marta Gmosińska podzieliła się dobrymi praktykami i podkreśliła, jak ważne jest odpowiednie zaplanowanie prac związanych z przygotowaniem wniosku.

W Gdańsku gośćmi spotkania byli Magdalena Zakrzewska-Duda z Nadbałtyckiego Centrum Kultury, która opowiedziała o projekcie „Memory of Water – Pamięć zamknięta w kropli wody”, dofinansowanym w ramach Projektów współpracy europejskiej, oraz Robert Jaszczurowski z Grupy Smacznego / GS Animation, który przedstawił projekt „Grand Banda”, dofinansowany w ramach schematu Development – projekt pojedynczy. Magdalena Zakrzewska-Duda podkreśliła wagę budowania partnerstwa w ramach projektu. W ciągu dwóch lat współpracy partnerzy z europejskich miast – Gdańsk (Polska), Govan (Szkocja), Limeryku (Irlandia), Levadii (Grecja),

Ostendy (Belgia) oraz Sztokholmu i Göteborgu (Szwecja) – organizowali rezydencje artystyczne, debaty i warsztaty w formie City Lab oraz tworzyli digitalną platformę artystycznych prezentacji i wymiany doświadczeń. W Gdańsku projekt skupił się na terenach postocziowych. W jego ramach realizowane były różne inicjatywy artystyczne pod wspólnym hasłem „Stocznia Od/Nowa”. Robert Jaszczurowski zaprezentował projekt serialu animowanego dla dzieci „Grand Banda”, który w zeszłym roku otrzymał wsparcie programu Kreatywna Europa. Podczas spotkania opowiedział, jak wiele pracy wymaga rozwój serii animowanej oraz jak ważne jest dokładne przygotowanie wniosku, rozsądne reagowanie na zalecenia Agencji Wykonawczej.

Obydwa spotkania zakończyła prezentacja komponentu MEDIA oraz możliwości, jakie oferuje sektorowi audiowizualnemu. W ramach wystąpienia przedstawicielka Creative Europe Desk Polska zaprezentowała zeszłorocznych beneficjentów Programu oraz opowiedziała o każdym z 13 schematów dofinansowania, omawiając szczegółowe wytyczne związane z aplikowaniem o dofinansowanie w komponencie, cele i priorytety poszczególnych obszarów grantowych. Duży nacisk położony został na kontekst europejski planowanych działań – budowanie i rozwój publiczności, strategie dystrybucji międzynarodowej oraz innowacje i nowe modele biznesowe. Zaznaczone zostały także kierunki zmian Programu po 2020 roku.

Poza kompleksowym zaprezentowaniem programu Kreatywna Europa oraz możliwości, jakie oferuje, ważnym punktem obydwu spotkań informacyjnych był networking – dzielenie się pomysłami, dobrymi praktykami oraz doświadczeniem z realizowanych projektów oraz nawiązywanie partnerstw na poziomie krajowym.



ECI Łódź — Miasto Kultury / ©CED Polska



Obecność MEDIA na festiwalu i targach filmowych w Berlinie

W pierwszym kwartale roku branża audiowizualna żyje zawsze jednym wydarzeniem – Berlinale. Również w tym roku 70. Międzynarodowy Festiwal Filmowy w Berlinie (20 lutego – 1 marca 2020) oraz Europejskie Targi Filmowe (20–27 lutego 2020) były tematami przewodnimi końca lutego. Pomimo pierwszych niepokojów związanych z pojawieniem się COVID-19 w Europie jubileuszowa edycja festiwalu zaprezentowała szeroki wachlarz ciekawych filmów i seriali oraz zgromadziła tłumy widzów, artystów i profesjonalistów z sektora audiowizualnego.

Na podstawie danych organizatorów stwierdzić można, że festiwal po raz kolejny cieszył się ogromnym zainteresowaniem publiczności i przedstawicieli branży. Do Berlina przybyło około 22 tysięcy specjalistów sektora audiowizualnego ze 133 krajów. Festiwal sprzedał również około 330 tysięcy biletów na pokazy filmowe.

Z polskich akcentów na festiwalu warto wspomnieć o światowych premierach trzech filmów. W ramach Berlinale Special odbył się pokaz najnowszego filmu Agnieszki Holland pod tytułem „Szarlatan”. To koprodukcja czesko-irlandzko-polsko-słowacka, za którą po polskiej stronie odpowiadają Klaudia Śmieja-Rostworowska oraz Bogna Szewczyk z firmy Madants. Światowa premiera pełnometrażowej animacji „Zabij to i wyjedź z tego miasta” Mariusza Wilczyńskiego odbyła się w ramach nowo ogłoszonego konkursu Encounters.

Producentkami filmu są Agnieszka Ścibior (Bombonierka) i Ewa Puszczyńska (Extreme Emotions), a wśród koproducentów m.in. Instytut Adama Mickiewicza. Również najnowszy film Olega Sencova „Numery”, ukraińsko-polsko-czesko-francuska koprodukcja, miał premierowy pokaz w ramach specjalnego wydarzenia z okazji 70. rocznicy powstania Berlinale. Polscy profesjonalści brali także udział w wielu wydarzeniach i inicjatywach w ramach Europejskich Targów Filmowych.

Jak co roku w stolicy Niemiec obecny był też program Kreatywna Europa. W programie festiwalu zagościły filmy z dofinansowaniem komponentu MEDIA, w ramach targów odbyły się prezentacje poświęcone wybranym schematom dofinansowania, a w holu głównym Gropius Bau jak zawsze zagościło stoisko MEDIA.

FILMY Z DOFINANSOWANIEM MEDIA W PROGRAMIE

70. MIĘDZYNARODOWEGO FESTIWALU FILMOWEGO W BERLINIE

W ramach tegorocznej edycji festiwalu w Berlinie odbyły się pokazy 16 filmów, które otrzymały wsparcie programu Kreatywna Europa – komponentu MEDIA. Zagościły one aż w dziewięciu sekcjach – od konkursu głównego po Berlinale Series.

Prezentowane tytuły otrzymały dofinansowanie programu w obszarach grantowych związanych z developmentem, produkcją telewizyjną, międzynarodowymi funduszami koprodukcyjnymi oraz dystrybucją na łączną kwotę ponad miliona euro.

W tym roku jury i publiczność festiwalu wyróżniły dwa obrazy. „Irradiés” w reżyserii Rithy’ego Panha otrzymał nagrodę dla najlepszego filmu dokumentalnego w konkursie głównym, a dramat Srdana Golubovića „Otac” doceniony został zarówno przez Jury Ekumeniczne, jak i przez publiczność, otrzymując od obu grup nagrody dla najlepszego filmu sekcji Panorama. Złotego Niedźwiedzia dla najlepszego filmu otrzymał w tym roku dokument Mohammada Rasoulofa „Sheytan vojvod Nadarad” („There is No Evil”).

LISTA FILMÓW ZE WSPARCIEM MEDIA POKAZYWANYCH NA FESTIWALU

KONKURS

- „Irradiés”, reż. Rithy Panh (Francja, Kambodża)

BERLINALE SPECIAL

- „Pinocchio”, reż. Matteo Garrone (Włochy, Francja)

PANORAMA

- „Digger”, reż. Georgis Grigorakis (Grecja, Francja)
- „Pari”, reż. Siamak Etemadi (Grecja, Francja, Holandia, Bułgaria)
- „Otac”, reż. Srdan Golubović (Serbia, Francja, Niemcy, Chorwacja, Słowenia, Bośnia i Hercegowina)
- „Semina il vento”, reż. Danilo Caputo (Włochy, Francja, Grecja)

GENERATION 14PLUS

- „The Earth is Blue as an Orange”, reż. Iryna Tsilyk (Ukraina, Litwa)
- „Yalda, la nuit du pardon”, reż. Massoud Bakhshi (Francja, Niemcy, Szwajcaria, Luxemburg, Liban, Iran)
- „Pompei”, reż. Anna Falguères, John Shank (Belgia, Francja, Kanada)

GENERATION KPLUS

- „Las niñas”, reż. Pilar Palomero (Hiszpania)
- „Mugge & vejfesten”, reż. Anders Morgenthaler, Mikael Wulff (Dania)

FORUM

- „Frem”, reż. Viera Čákanyová (Czechy, Słowacja)
- „Tipografic majuscul”, reż. Radu Jude (Rumunia)

ENCOUNTERS

- „Gunda”, reż. Victor Kossakovsky (Norwegia, USA)

PERSPEKTIVE DEUTSCHES KINO

- „Garagenvolk”, reż. Natalija Yefimkina (Niemcy)

BERLINALE SERIES

- „Freud”, reż. Marvin Kren (Austria, Niemcy, Czechy)

EUROPEJSKIE TARGI FILMOWE

Europejskie Targi Filmowe odbywające się przy Berlinale pozostają jednym z najważniejszych wydarzeń branżowych, skupiających przedstawicieli sektora audiowizualnego z całego świata. W tym roku ponownie mogły pochwalić się wysoką frekwencją. Budynek Gropius Bau odwiedziło bowiem aż 11 423 akredytowanych profesjonalistów.

Jednak targi to nie tylko miejsce spotkań na stoiskach promujących produkcje z całego świata i Europy, lecz także wiele platform i wydarzeń towarzyszących, takich jak Berlinale Series, EFM Horizon, DocSalon, Berlinale Africa Hub czy EFM Producers Hub. To okazja do wzięcia udziału w sesjach informacyjnych i panelach z udziałem międzynarodowych ekspertów, w szeregu prezentacji, dyskusji oraz stolików eksperckich na wiele ważnych i interesujących dla przedstawicieli sektora tematów.

Sz szczególnie interesujący z punktu widzenia MEDIA pozostaje EFM Horizon (21–25 lutego 2020) – cykl paneli, wykładów i prezentacji dotyczących najnowszych trendów i wykorzystania technologii w branży audiowizualnej. Platforma obejmuje wiele modułów wzbogacających program targów, mających na celu wsparcie transformacji sektora filmowego i audiowizualnego poprzez interdyscyplinarne podejście. Podczas tegorocznej edycji można było posłuchać między innymi o takich ważnych kwestiach jak związek między kreatywnością a zdrowiem psychicznym i waga dobrego samopoczucia, zrównoważona i ekologiczna produkcja filmowa, kobiety w filmie oraz innowacyjne strategie marketingowe w czasach digitalizacji.



STOISKO MEDIA

Podobnie jak w poprzednich latach na parterze Gropius Bau rozstawiło się stoisko MEDIA, na którym każdego dnia odbywały się setki spotkań niezależnych europejskich producentów, twórców, dystrybutorów i agentów sprzedaży. Na stoisku obecnych było niemal 180 europejskich profesjonalistów, w tym aż 13 z Polski, a wśród nich firmy: AMP Polska, Apple Film Production, ATM Grupa, Aura Films, Bahama Films, Bow and Axe Entertainment, FDR Studio, Icebreaker Films, IKH Pictures Promotion, Media Move, Niezależna Fundacja Filmowa, Shipsboy oraz Spectator. Stoisko to również miejsce rozmów z przedstawicielami biur programu Kreatywna Europa z całego kontynentu. Ich reprezentanci byli do dyspozycji profesjonalistów z branży audiowizualnej przez cały czas trwania targów filmowych.

W ramach obecności komponentu MEDIA w Gropius Bau odbyły się również dwie prezentacje przygotowane przez przedstawicieli Agencji Wykonawczej ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego (EACEA) dotyczące wybranych schematów dofinansowania w programie Kreatywna Europa. Oba spotkania miały miejsce w Producers Hub i cieszyły się ogromnym zainteresowaniem europejskich przedstawicieli sektora audiowizualnego, którzy zapełnili do granic przestrzeń wydarzenia. Pierwsza prezentacja oraz Q&A, poprowadzone przez Soon-Mi Peten oraz Irinę Sofleteę, poświęcone zostały nowemu działaniu „Wsparcie dla europejskich sieci festiwali” w ramach schematu dofinansowania Festiwalu filmowe. Tematem drugiej sesji informacyjnej było międzysektorowe wezwanie w obszarze „Łączenia kultury i treści audiowizualnych poprzez cyfryzację”, przedstawione przez Guida Di Fiore i Ivana Brincata.

INICJATYWY WSPARTE W MEDIA

Obok dofinansowanych filmów w selekcji festiwalowej komponent MEDIA był obecny w Berlinie również podczas spotkań, prezentacji i konferencji.

Wśród wydarzeń odbywających się ze wsparciem MEDIA w tym roku znalazły się: Europejskie Forum Filmowe [o którym więcej na kolejnych stronach magazynu – przyp. red.], Berlinale Co-Production Market, Berlinale Talents, Shooting Stars i Sino-European Forum & Pitching, a także wspólna inicjatywa Europejskich Targów Filmowych, Berlinale Co-Production Market oraz Berlinale Talents – Berlinale Series Market & Conference.

Warto wspomnieć również o zamkniętym spotkaniu poświęconym równowadze płci i różnorodności w nadchodzącej nowej edycji programu Kreatywna Europa. Wraz z zaproszonymi przedstawicielami sektora audiowizualnego podczas debaty omawiano potencjalne możliwości wdrożenia i sposoby osiągnięcia wyznaczonego celu. Zbliżony temat – równowagi wśród krytyków filmowych w Europie – porusza nowy, powstały na podstawie badań i zaprezentowany podczas Berlinale raport MEDIA i Collectif 50/50.

Berlinale Co-Production Market

17. edycja Berlinale Co-Production Market odbyła się w dniach 22–26 lutego. Targi zrzeszają niemal 600 międzynarodowych producentów, dystrybutorów, nadawców, agentów sprzedaży, reprezentantów funduszy filmowych i innych przedstawicieli branży audiowizualnej, poszukujących projektów o dużym potencjale międzynarodowym. Udział w wydarzeniu daje szansę na odkrywanie wysokiej jakości międzynarodowych projektów, poznanie nowych trendów na rynku oraz znalezienie nowych możliwości biznesowych. MEDIA wspiera targi w ramach schematu dofinansowania Dostęp do rynków (kwotą 140 000 euro).

W tym roku spośród kilkuset zgłoszeń z całego świata organizatorzy wybrali 36 projektów z 34 krajów, dla których zorganizowano ok. 1500 spotkań. Wśród nich znalazł się dofinansowany w programie Kreatywna Europa w schemacie Development – projekt pojedynczy film Katarzyny Rosłaniec pod tytułem „Jezioro Słone”. Drugim polskim przedstawicielem była amerykańsko-polska koprodukcja, film „Just” w reżyserii Jacka Turitsa, który zaprezentowany został w ramach Talent Project Market, sekcji powstałej we współpracy Berlinale Co-Production Market oraz Berlinale Talents.

Berlinale Talents

Berlinale Talents, szczyt i platforma networkingowa, zrzesza co roku 250 wybitnych twórców filmów i seriali. Program wydarzenia obejmuje master class i panele dyskusyjne z uznanymi ekspertami, laboratoria oraz szereg spotkań networkingowych. W 2020 roku Berlinale Talents odbył się pod hasłem „Zawsze razem – nigdy osobno” (org. „Together Forever – Never Apart”) i przyglądał się sprawdzonym i eksperymentalnym modelom społecznościowym z różnych dziedzin twórczych. Inicjatywa wspierana jest w programie Kreatywna Europa w schemacie Szkolenia dla profesjonalistów (w kwocie 268 000 euro).

Wśród polskich uczestników tegorocznej edycji znaleźli się Małgorzata Wabińska, producentka docenianego dokumentu „Diagnosis” w reżyserii Ewy Podgórskiej, oraz Aleksander Pietrzak, reżyser i scenarzysta m.in. komedii „Juliusz”.

Shooting Stars

Jak co roku w Berlinie miał miejsce sztandarowy program European Film Promotion (EFP) – Shooting Stars, w którym udział bierze 10 obiecujących młodych aktorów z całej Europy. Wschodzący artyści prezentowani są branży filmowej, publiczności oraz międzynarodowej prasie podczas otwierającego weekendu Berlinale. Biorą oni udział w prestiżowych wydarzeniach i spotkaniach, których kulminacyjnym elementem jest prezentacja nagród Shooting Stars w Berlinale Palast. Shooting Stars działa przy wsparciu programu Kreatywna Europa z obszaru dofinansowania Dostęp do rynków (w wysokości 84 500 euro).

Jednym z tegorocznych wyróżnionych został Bartosz Bielenia, znany szerokiej publiczności z głównej roli w nominowanym do Oscara filmie Jana Komasy „Boże ciało”. W zeszłym roku wśród laureatów znalazł się Dawid Ogrodnik.

Sino-European Forum & Pitching

Chińsko-europejskie forum i pitching to inicjatywa odbywająca się w ramach Bridging the Dragon, której celem jest zapewnienie platformy kontaktu przemysłów filmowych z Chin i Europy. Udział w wydarzeniu zapewnia europejskim producentom szeroką wiedzę o chińskim rynku filmowym, umożliwiającą jego zrozumienie. Uczestnicy mają do wyboru serię paneli dyskusyjnych oraz praktyczne warsztaty z ekspertami. Bridging the Dragon jest wspierany przez program Kreatywna Europa w schemacie Dostęp do rynków (kwotą 60 000 euro).

Berlinale Series Market

Berlinale Series Market, wspólna inicjatywa Europejskich Targów Filmowych, Berlinale Co-Production Market oraz Berlinale Talents odbyła się w dniach 24–26 lutego 2020 roku. Po raz kolejny to trzydniowe wydarzenie poświęcone wszystkim aspektom związanym z tworzeniem, produkowaniem i wyświetlaniem seriali gościło szereg profesjonalistów z całego świata. Inicjatywa łączy kluczowe elementy niezbędne do istnienia w branży audiowizualnej: możliwość nawiązywania kontaktów, panele tematyczne analizujące międzynarodowe trendy, sesje pitchingowe, pokazy marketowe oraz starannie dobrane, wysokiej jakości odcinki seriali do zakupu, przedsprzedaży czy koprodukcji. Berlinale Series Market powiązany jest z Berlinale Series, sekcją festiwalu poświęconą prezentacji światowych premier wyjątkowych seriali.



Europejskie Forum Filmowe

Pierwsze Europejskie Forum Filmowe w 2020 roku odbyło się w poniedziałek 24 lutego przy Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie. Debata „Greener Pastures: Towards a Sustainable Audiovisual Industry” poświęcona była zrównoważonej i ekologicznej produkcji filmowej. Taki temat spotkania był odpowiedzią na pogarszającą się sytuację ekologiczną na świecie oraz działania podejmowane w celu zatrzymania tego procesu.

Myślą przewodnią debaty stało się pytanie, jakie powziąć środki i wdrożyć strategie, aby złagodzić wpływ produkcji audiowizualnej, a także działań w ramach całego sektora, na środowisko. Branża filmowa i telewizyjna z jednej strony zapewnia rozwój, zatrudnienie oraz technologiczne innowacje w całej Europie, z drugiej jest jednym z głównych źródeł emisji dwutlenku węgla.

Filmowcy, producenci oraz inni profesjonaliści przykładają coraz większą uwagę do zmian klimatycznych. Tworzonych jest coraz więcej treści na ten temat, stających się narzędziem zwiększającym świadomość odbiorców. Równocześnie rośnie potrzeba działania, podjęcia kroków, aby osiągnąć wyznaczone cele – zrównoważoną produkcję i zmniejszenie ekologicznego śladu zostawianego przez sektor audiowizualny.

Samo Berlinale widzi potrzebę zmierzenia się z tymi wyzwaniami. W tym roku wystosowano manifest ekologiczny prezentujący kroki podjęte w celu zmniejszenia negatywnego oddziaływania na naszą planetę. Nie jest to zresztą jedyny ani pierwszy festiwal poruszający tę ważną kwestię.

Berlińskie forum, goszczone w tym roku przez reprezentację landu Szlezwik-Holsztyn w Berlinie, odbyło się również w kontekście porozumienia zwanego Europejskim Zielonym Ładem (ang. *European Green Deal*), w którym Komisja Europejska

proponuje, aby Unia Europejska stała się neutralna dla klimatu do 2050 roku. To ambitny pakiet środków, które mogą umożliwić europejskim obywatelom i przedsiębiorstwom czerpanie korzyści ze zrównoważonej zielonej transformacji.

Debatę otworzyła Laurence Farreng, reprezentująca Parlament Europejski, która w swojej przemowie podkreślała wagę sytuacji klimatycznej oraz zapewniała o działaniach podejmowanych przez Parlament, mających na celu nie tylko zmniejszać wpływ na środowisko, lecz także zachęcać obywateli i przedsiębiorców do ekologicznej i zrównoważonej działalności.

Więcej o manifestie, a także o tym, jak festiwal radzi sobie z kwestią ochrony klimatu, jak zmodyfikowano obecną edycję i jakie zmiany chcą wprowadzić w przyszłości, opowiedzieli Matthijs Wouter Knol, dyrektor Europejskich Targów Filmowych oraz Christine Tröstrum, jedna z przewodniczących Berlinale Talents. Prelegenci podkreślali, że nawet drobne zmiany mają znaczenie. A jednak, wycofanie jednorazowych kubeczków z budynku Gropius Bau czy ograniczenie festiwalowych busów to dopiero pierwsze kroki na drodze do osiągnięcia wyznaczonego celu.

Kolejnym gościem forum był Luc Jacquet, reżyser, scenarzysta, biolog, nagrodzony w 2006 roku Oscarem za film „Marsz

pingwinów”, najlepiej zarabiający dokument w historii. Twórca opowiedział między innymi o swojej drodze od nauki do filmu, o tym, jak postrzega medium filmowe w kontekście ochrony środowiska, oraz o nowych projektach, nad którymi pracuje. Obecnie zajmuje się dokumentami przedstawiającymi historię Claude’a Lorusa, który w latach 50. prowadził badania nad lodem arktycznym i był jednym z pierwszych naukowców zainteresowanych globalnym ociepleniem. Reżyser podzielił się również swoim podejściem do sposobu, w jaki filmy mogą oddziaływać na widzów i zwiększać ich świadomość ekologiczną. Co ciekawe, zamiast tak chętnie wykorzystywanego straszenia tym, co nas czeka, Luc Jacquet preferuje pokazywanie piękna otaczającej nas przyrody i świata, jedynie z łagodną przestrołą, iż jeśli nie zmienią się nasze przyzwyczajenia, możemy ją bardzo szybko utracić.

Z pewnością najciekawszą i najbardziej emocjonującą częścią berlińskiego forum okazał się panel dyskusyjny „Greening the Industry, taking it from there!”, moderowany przez AC Coppens, CEO i założycielkę The Creatives’ Catalysts, która gościła również w Warszawie na jednym z naszych seminariów „Emerge!”. Do udziału w panelu zaproszeni zostali Philip Gassmann (ekspert związany z zieloną produkcją filmową), Arild Kalkvik (CEO KinoNor, przewodniczący Film & Kino – norweskiego związku właścicieli kin), Alvaro Longoria (producent i reżyser, Morena Films), Lucia Milazzotto (dyrektorka Mercato Internazionale Audiovisivo, MIA), Jane Millichip (CCO, Sky Studios) oraz Tim Wagendrop (Flamandzki Fundusz Audiowizualny).

Debatę poświęcono ocenie tego, jak radzi sobie sektor audiowizualny z wyzwaniami świadomego i nieszkodzącego środowisku działania. Eksperci odpowiadali między innymi na pytania, czego możemy się od siebie nauczyć, jak dać przykład innym oraz jakie konkretne kroki podjąć, aby zmiany na lepsze były długotrwałe. Na przykładzie własnych doświadczeń goście przedstawiali najlepsze w ich mniemaniu praktyki oraz omawiali następne posunięcia.

Każdy z prelegentów może pochwalić się czynnym działaniem na rzecz zrównoważonej produkcji filmowej i sukcesami w tej dziedzinie. Philip Gassmann, dyrektor pierwszego na świecie zielonego studia, jest zaangażowany w projekty ekologiczne już od 1978 roku. Od wielu lat dzieli się swoim doświadczeniem w ramach warsztatów, wykładów i konfe-

rencji. Opracował pierwszy w Niemczech program ekspertów i konsultantów ds. ekologii dla sektora audiowizualnego, który koncentruje się na każdym aspekcie produkcji – od oświetlenia planu, przez transport, scenografię, catering, planowanie produkcji, aż po ekologiczne scenariusze i development. Trondheim Kino, którego CEO jest Arild Kalkvik, to pierwsze norweskie kino, które uzyskało certyfikat „zielonej firmy” i które realizuje cele zrównoważonego rozwoju ONZ. Od tego czasu coraz więcej norweskich kin zaczyna się ubiegać o ten krajowy certyfikat, wprowadzając do swoich obiektów chociażby tak proste rozwiązania jak napoje w butelkach nadających się do recyklingu, użycia ekranów zamiast plakatów czy korzystania z elektrycznych samochodów. Również włoskie targi MIA uzyskały certyfikat ISO 20121 – przyjmując wartości świadomości ekologicznej oraz zrównoważonego rozwoju ekonomicznego i społecznego. To jednocześnie wydarzenie całkowicie wolne od plastiku. Natomiast Sky Studio, które osiągnęło zerowe emisje dwutlenku węgla (*carbon neutral*) już w 2006 roku, w lutym 2020 ogłosiło, że za 10 lat uczyni to samo w ramach całej sieci – w całym łańcuchu dostaw oraz u swoich partnerów.

Podczas dyskusji nie zabrakło pouczeń od zaproszonych ekspertów. Z podium padły między innymi zarzuty, że wciąż robimy za mało – zarówno na poziomie instytucjonalnym, jak i praktycznym – w organizacjach, festiwalach czy firmach produkcyjnych. Na prośbę AC Coppens wystawiano oceny podejmowanych działań mających na celu ochronę środowiska. Wahały się one od A do Z w zależności od ocenianego podmiotu. W opinii uczestników panelu zdecydowanie lepiej radzą sobie jednostki, wprowadzające zmiany od podstaw, niż większe organizacje zmuszone podjąć bardziej sformalizowane działania.

Na sam koniec goście poproszeni zostali o podsumowanie w jednym zdaniu najważniejszego przesłania związanego z myślą przewodnią forum. Wypowiedzi całej szóstki można streścić w zasadzie w dwóch sformułowaniach – „Mniej dyskusji, więcej działania” oraz „Zacznij działać już dziś”.

Europejskie Forum Filmowe zamknęła Lucia Recalde, szefowa departamentu ds. przemysłu audiowizualnego i komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa w Dyrekcji Generalnej ds. Sieci Komunikacyjnych, Treści i Technologii Komisji Europejskiej.



i inne programy wsparcia sektora muzyki INFO DAY

W najbliższych miesiącach Creative Europe Desk Polska planuje zorganizować dzień informacyjny o inicjatywie Music Moves Europe i innych programach wsparcia sektora muzyki.

Music Moves Europe to pilotażowa inicjatywa Komisji Europejskiej, mająca na celu wsparcie rozwoju i wzrost konkurencyjności europejskiego sektora muzyki. Realizowana jest w czterech wymiarach: wsparcia finansowego, międzysektorowego podejścia do współpracy w obszarze sektora muzycznego, dialogu z reprezentantami branży oraz poprzez powołanie nowej nagrody Music Moves Europe Talent Awards (d. European Border Breakers Award). Działania te mają przynosić korzyści branży muzycznej i uzupełniać istniejące już możliwości finansowania w programie Kreatywna Europa komponent Kultura (Projekty współpracy europejskiej, Sieci europejskie, Platformy europejskie). Skupiają się przy tym na podkreśleniu różnorodności europejskiej muzyki i zwiększeniu dostępu do niej obywateli.

Działanie wdrażane jest ze środków programu Kreatywna Europa komponent Kultura od 2018 roku poprzez – oprócz nagrody Music Moves Europe Talent Awards – konkursy na pilotażowe projekty tematyczne oraz przetargi na badania potrzeb i zasobów sektora.

Dotychczas udało się zrealizować nabory projektów w obszarach takich jak:

- opracowanie wsparcia programowego w dziedzinie profesjonalizacji i szkoleń młodych muzyków i specjalistów w sektorze muzycznym, koncentrującego się na umiejętnościach związanych z biznesem,
- testowanie możliwości działań opracowanych w ramach strategii eksportu muzyki europejskiej w celu wspierania jej międzynarodowego sukcesu na świecie,
- promocja zrównoważonej dystrybucji muzyki na żywo poprzez współpracę małych i średniej wielkości klubów muzycznych, w celu stymulowania innowacyjnych modeli współpracy oraz zwiększenia roli i tożsamości obiektów muzycznych w społeczności lokalnej,
- wspieranie kreatywności i rozwoju talentów w sektorze muzycznym poprzez europejskie inicjatywy współtworzenia repertuaru,
- zwiększenie wiedzy na temat zagadnień dotyczących zdrowia twórców europejskiej branży muzycznej,
- promowanie innowacyjnych podejść w dziedzinie włączania społecznego i edukacji muzycznej poprzez współpracę sektorów muzycznego i edukacyjnego.

Pilotaż ma przetestować różne praktyki w celu wyboru odpowiednich i ukierunkowania unijnego systemu finansowania sektora muzycznego w ramach następnej edycji programów – po roku 2020. Sektorowe podejście na poziomie ogólnoeuropejskim ma zapewnić wsparcie promowania różnorodności, kreatywności i innowacji sektora muzycznego w dziedzinach takich jak dystrybucja offline i online, eksport europejskiej muzyki poza Stary Kontynent, budowanie publiczności, rozwój artystów i repertuarów, profesjonalizacja branży muzycznej, edukacja muzyczna, a także badanie sektora.

Już teraz zapraszamy serdecznie na wydarzenie „Music Moves Europe i inne programy wsparcia sektora muzyki”, które pragniemy zorganizować dla Państwa w nadchodzących miesiącach!

Spotkanie rozpoczniemy od wprowadzenia do programu Kreatywna Europa komponent Kultura i jego stałych obszarów grantowych, w ramach których możliwa jest realizacja międzynarodowych działań w obszarze muzyki. Część spotkania poświęconą inicjatywie Music Moves Europe poprowadzi międzynarodowy ekspert i praktyk sektora muzycznego, zaangażowany w tworzenie tej inicjatywy, odpowiedzialny za określanie obszarów tematycznych działania. Przedstawi jej założenia, osiągnięcia i przykłady najlepszych praktyk z dotychczasowych projektów Music Moves Europe. Ponadto gościć będziemy polskich beneficjentów obszaru grantowego Projekty współpracy europejskiej oraz Music Moves Europe, którzy opowiedzą o realizowanych w partnerstwie międzynarodowym projektach związanych z muzyką.

W drugiej części spotkania planujemy skoncentrować się na możliwościach wsparcia sektora muzyki w ramach działań krajowych. Nasi goście przedstawią różne możliwości wsparcia sektora muzyki, w tym profesjonalizacji i rozwoju sektora jako branży kreatywnej, a także popularyzacji polskiej muzyki za granicą i wzmacniania jej konkurencyjności na arenie międzynarodowej.

Szczegóły wydarzenia dostępne będą na naszej stronie internetowej: www.kreatywna-europa.eu.

Serdecznie zapraszamy!

„Tworzenie filmu dokumentalnego wymaga niewyobrażalnych zasobów cierpliwości i wyrozumiałości” – rozmowa z Małgorzatą Goliszewską i Kasią Mateją, reżyserkami filmu „Lekcja miłości”

„Lekcja miłości” miała premierę podczas zeszłorocznego Międzynarodowego Festiwalu Filmów Dokumentalnych IDFA w Amsterdamie, w prestiżowej sekcji konkursowej First Appearance, prezentującej filmy debiutujących twórców. Jaka była droga do jednej z najważniejszych imprez poświęconych dokumentom?

Kasia Mateja: Praca nad promocją filmu i dotarciem do festiwalu zaczęła się jeszcze na etapie developmentu, a nad całym procesem czuwała nasza producentka Anna Stylińska. Jako reżyserki brałyśmy z Anią udział w wielu międzynarodowych programach, więc w zasadzie na każdym etapie pracy nad filmem miałyśmy okazję prezentować nasz projekt selekcjonerom festiwalu czy telewizjom.

Małgorzata Goliszewska: Rozwijaliśmy nasz film między innymi na warsztatach dok.incubator w 2019 roku. Przyjeżdżali na nie różni goście z międzynarodowych festiwalu filmowych, także z festiwalu IDFA. Nasza praca zrobiła na nich bardzo dobre wrażenie i zachęcili nas do aplikowania. Dostałyśmy zaproszenie do udziału w sekcji First Appearance i z radością je przyjęłyśmy.

Co było główną inspiracją do pracy nad tym projektem?

KM: Zdecydowanie moc i życiowa energia głównej bohaterki Joli Janus. Każde z nią spotkanie było gwarancją tego, że zdarzy się coś niezwykłego, zabawnego, szalonego. Jola przyciąga niebanalnych ludzi, generuje wokół siebie nietuzinkowe zdarzenia, a gdy towarzyszą jej przyjaciółki Jagódka i Łódzia, natychmiast wytwarza się wokół niepowtarzalna aura beztroski i przygody. Siła tych kobiet dodawała mi twórczego zapału.

MG: Postać Joli jest tak hipnotyzująca i nietypowa, jej przeszłość (i teraźniejszość też) jest wręcz niewiarygodna, podobnie jej otoczenie i postacie skupione wokół – to już właściwie gotowa fabuła. Musiał powstać kiedyś o niej film i padło na nas. Już podczas jego kręcenia coraz wyraźniej widziałyśmy i rozumiałyśmy, jak ważny może się on stać dla kobiet doświadczających jakiegokolwiek formy przemocy. Potraktowałyśmy to jako możliwość opowieści o tym trudnym temacie w słodko-gorzki, lekko absurdalny, ale wciąż poważny sposób.

Punktem wyjścia prezentowanej w filmie historii jest zmiana. Jak decyzja o próbie odzyskania kontroli nad swoim życiem wpłynęła na główną bohaterkę?

KM: Jola wykazała się odwagą i determinacją, podejmując tę decyzję. Łatwo jest powiedzieć, że można zacząć życie od



nowa na każdym jego etapie, ale odcięcie się od toksycznej przeszłości wymaga wielkiej determinacji. Jest to tym trudniejsze dla osoby starszej, współzależnionej, funkcjonującej w społeczeństwie, w którym społeczne normy typu „na dobre i na złe” nadal są wyznawane i pozostają drogowskazem życia dla wielu, niezależnie od stopnia zła, które usprawiedliwiają.

Nasza bohaterka sukcesywnie podejmowała kroki prowadzące do przejęcia kontroli nad własnym życiem. Zapewne ważne w tym procesie było wsparcie, które otrzymała od przyjaciółek, Wojtka, dzieci. Poczucie bycia akceptowaną przez bliskich dodało Joli siły do zmiany schematu działania.

MG: Decyzja o ucieczce od męża zbiegła się z moim poznaniem Joli i myślę, że propozycja udziału w filmie dodała jej siły, by przy niej trwać. Uważam, że proces powstawania filmu ośmielił Jolę i Wojtkę oraz przyspieszył ich romantyczną historię. Jola dała nam z siebie bardzo dużo, ale ten film również ułatwił jej w pewnym sensie wstęp do nowego życia.

KM: Jola rozkwitła, angażuje się w wiele projektów artystycznych, śpiewa, występuje w teatrze. Przy okazji projekcji „Lekcji miłości” chętnie uczestniczy w spotkaniach z publicznością, podkreślając, że pragnie, by jej historia motywowała inne kobiety do zmiany. Utożsamiam się całkowicie z tym pragnieniem.

Pracowały Panie jako duet reżyserski. Skąd się wziął pomysł na taką współpracę, szczególnie w kontekście różnych wcześniejszych doświadczeń?

KM: Z Małgosią znamy się od wielu lat, przyjaźnimy się, miałyśmy już wcześniej okazję pracować razem. Myślę, że nasze różne doświadczenia, umiejętności, ale też wrażliwości były atutem, dzięki nim mogłyśmy uzupełniać się na różnych etapach pracy nad filmem. „Lekcja miłości” dla nas obu była pierwszym tak ważnym i wymagającym projektem. Dzięki temu, że byłyśmy dwie, mogłyśmy podzielić się odpowiedzialnością, obowiązkami, czułyśmy mniejszą presję, mniejszy stres.

MG: Jednak liczba osób głęboko zaangażowanych w film na nas się nie kończy. Cały czas bardzo blisko towarzyszyła nam nasza producentka Ania Stylińska, również współautorka scenariusza. „Lekcja miłości” powstała też dzięki ogromnemu zaangażowaniu, pracowitości i talentowi naszego

montażysty, Alana Zejera. Stanowimy zgrany zespół i wiele razem przeszliśmy przez ponad trzy lata wspólnej pracy.

Co było dla Pań największym wyzwaniem podczas realizacji filmu?

KM: Zbiorowy proces twórczy, który trwa kilka lat, jest niekończącym się ciągiem wyzwań. Bardzo długo pracowaliśmy bez pieniędzy, projekt rozwijał się jedynie dzięki determinacji, która scalała ekipę i silnemu przekonaniu, że historię Joli trzeba opowiedzieć. Dopiero gdy otrzymaliśmy wsparcie od HBO, mogliśmy odetchnąć i przestać ograniczać się na każdym kroku.

Część zdjęć realizowaliśmy we Włoszech, w malowniczej tokańskiej wiosce Vernio. Przez prawie dwa tygodnie mieszkaliśmy z ekipą, razem z bohaterami filmu, w domu diabolicznego męża Joli – Bogdana. Bycie z bohaterami 24 godziny na dobę nie było łatwe. W takiej sytuacji trzeba bardzo się pilnować, by zachować dystans i umiejętnie decydować, kiedy i po co wyciąga się kamerę.

Tworzenie filmu dokumentalnego to zajęcie, które wymaga niewyobrażalnych zasobów cierpliwości i wyrozumiałości. Na przestrzeni wielu miesięcy pracy pojawiały się w ekipie konflikty, kryzysy, małe lub wielkie pożary, które trzeba było ugasić, czasem przeczekać. Na szczęście nigdy nie zdarzyło się tak, że wszyscy na raz straciliśmy panowanie nad sobą.

Projekt był prezentowany na etapie developmentu podczas Doc Lab Start. Jakie możliwości otworzył udział w tym wydarzeniu?

MG: Właściwie, gdyby nie Doc Lab Poland, nie byłoby filmu. Tam się wszystko zaczęło, tam poznałyśmy Anię Stylińską i skierowałyśmy uwagę na życie prywatne Joli, poza dancingi.

KM: Dzięki Doc Lab Start znalazłyśmy się na pitchingu w Krakowie, gdzie zwróciłyśmy uwagę HBO. Na Doc Lab dowiedziałyśmy się o Ex Oriente i o dok.inkubator. Jest trochę tak, że jedne warsztaty uruchamiają kolejne, tworzy się łańcuszek zdarzeń, które napędzają proces ulepszania filmu.

Film był także rozwijany na wspominanych międzynarodowych warsztatach dofinansowanych w ramach programu Kreatywna Europa: dok.inkubator oraz Ex Oriente Film Workshop. Czy udział w tych wydarzeniach przełożył się na wymierne korzyści dla projektu?

KM: Udział w Ex Oriente i dok.incubator dał nam przede wszystkim możliwość skonfrontowania projektu, na różnych etapach produkcji i postprodukcji, z międzynarodowym gronem wybitnych filmowców. Pozwoliło to nam dosłownie zobaczyć i poczuć nasz film inaczej.

MG: Te warsztaty ogromnie nas rozwinęły i wymusiły wytężoną i intensywną pracę nad projektem. Otrzymałyśmy mnóstwo uwag, opinii, krytyki, niejednokrotnie przeżywałyśmy kryzysy. Kilka razy byłyśmy pewne, że film jest ukończony, co oczywiście okazywało się nieprawdą. Dzięki warsztatom nawiązałyśmy też przyjaźnie z ludźmi z branży i poznałyśmy m.in. naszą agentkę sprzedaży Salmę Abdallę z Outlook Filmsales.

KM: Na pitchingu kończącym dok.incubator w Malmö zdobyłyśmy nagrodę, która umożliwiła korekcję koloru w Espera & PTD w Luksemburgu.

Polskie filmy dokumentalne są obecne na arenie międzynarodowej, często odnoszą znaczące sukcesy. Co za tym stoi? Jak polskie projekty prezentują się na tle innych filmów z Europy Środkowo-Wschodniej?

KM: Filmy z Europy Środkowo-Wschodniej są na znakomitym poziomie. To, co jest znamienne dla produkcji z tego rejonu świata, to determinacja i motywacja twórców, by zrealizować swe dzieła jak najlepiej, często pomimo za niskich budżetów. W tych krajach, aby zrobić dobry dokument, trzeba bezkompromisowo poświęcić się pracy nad projektem. Finalizuje się filmy, za którymi stoi autentyczna wewnętrzna potrzeba twórców podzielenia się ze światem istotną dla nich opowieścią.

Czy mają już Panie pomysł na następny projekt?

MG: Pomysłów jest sporo, ale trzeba odpocząć i skupić na promocji filmu i owocach tego, co stworzyłyśmy. Na pewno zamierzamy w dalszym ciągu prowadzić warsztaty z filmu dokumentalnego i skupić się na życiu prywatnym, które u każdej z nas zostało mocno zaniedbane z powodu intensywnej pracy nad „Lekcją miłości”.

KM: Po zakończeniu „Lekcji miłości” na stałe przeprowadziłam się do Oslo, miasta, w którym wcześniej mieszkowałam trochę jedną nogą. Przez ostatnie trzy lata praca nad filmem była na tyle intensywna, że faktycznie spędzałam w Norwegii średnio raptem tydzień w miesiącu. Teraz to w Oslo rozglądam się za tematami na kolejny film. Mam już kilka tropów.



MAŁGORZATA GOLISZEWSKA – artystka wizualna i dokumentalistka, absolwentka Akademii Sztuki w Szczecinie i Szkoły Wajdy w Warszawie. Pokazywała swoje prace m.in. w Rosji, Chinach, Tajlandii, Indonezji, Włoszech, Austrii i Stanach Zjednoczonych. Zadebiutowała w 2010 roku filmem „Ubierz mnie”. Jest laureatką wielu nagród artystycznych i filmowych, stypendystką Młodej Polski, laureatką konkursu Artystyczna Podróż Hestii, rezydentką Museumsquartier w Wiedniu. Realizuje projekty z pogranicza performansu i dokumentu. Mieszka w Szczecinie.



KASIA MATEJA – dokumentalistka i fotografka, ukończyła wydział Filmu i Telewizji na Edinburgh College of Art oraz Wydział Prawa i Administracji na Uniwersytecie Szczecińskim. Realizowała filmy dokumentalne i eksperymentalne w Polsce, Szkocji, Irlandii, Argentynie, Boliwii, Peru, Mongolii. Jej debiut dokumentalny „Cicho w drodze do ludzi reniferów”, zdobył nagrody na festiwalach w Brazylii, Rumunii, Portugalii i Polsce. Od 2011 roku prowadzi warsztaty filmowe dla młodzieży defaworyzowanej, pracuje też jako instruktorka filmów dokumentalnych w ramach festiwalu We Do w Oslo i projektu Laboratorium Rejs.

Nie szczędzić czasu na komunikację – rozmowa z Karoliną Giedrys-Majkut, koordynatorką programu „Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” z ramienia Centrum Edukacji Obywatelskiej

Centrum Edukacji Obywatelskiej od wielu lat prowadzi projekty edukacyjne, także te związane z edukacją filmową. Od czego rozpoczęła się Wasza droga?

Największym projektem związanym z edukacją filmową, realizowanym w Centrum Edukacji Obywatelskiej jest „FilMOTEKA Szkolna. Akcja!”. Do udziału w nim CEO zostało zaproszone przez Polski Instytut Sztuki Filmowej w 2009 roku, czyli właściwie w momencie, kiedy program FilMOTEKA Szkolna startował. PISF potrzebował partnera, który wesprze realizację tak dużego ogólnopolskiego programu, jakim jest „FilMOTEKA Szkolna”, w kontakcie ze szkołami, promocji oraz komunikacji z nauczycielami. Ta potrzeba przełożyła się na pomysł rozszerzenia jej o „Akcję!”, czyli właśnie współpracę ze szkołami. Projekt ten prowadziliśmy do zeszłego roku, czyli przez 10 lat, we współpracy z FilMOTEką Narodową – Instytutem Audiowizualnym, dzięki wsparciu Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Sądzę, że to właśnie ogromna wiedza i doświadczenie, bazy danych i ekspertów, które dzięki temu projektowi zyskaliśmy, zachęciła nas do podjęcia kolejnych działań i rozwoju edukacji filmowej w CEO.

Jeszcze przed rozpoczęciem projektu „Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” podjęliśmy nowe aktywności i kooperacje, zarówno w naszym zespole filmowym, w dziale Kultura i Media, którego jest częścią, jak i innych programach CEO, gdzie film funkcjonuje jako dodatkowa formuła w różnych innych działaniach. Filmy powstają na przykład w ramach realizacji projektów młodzieżowych. W CEO wykorzystujemy film jako metodę pracy, budowania zespołu i osiągnięcia różnych celów edukacyjnych.

Jesteście zaangażowani także w wiele innych działań filmowych...

Rzeczywiście, realizowaliśmy szereg innych pomysłów, jak na przykład międzynarodowy projekt historyczno-filmowy „Inspirowane pamięcią”. Były też bardziej kameralne działania, na przykład „Śladami filmowej Warszawy”, w którego trakcie młodzi ludzie przygotowywali filmiki o tym, co się w stolicy kręciło, o historii różnych kin i przestrzeni. Ponadto realizujemy działania na rzecz dystrybutorów czy sieci kin – w ramach programu „Kino na temat” przygotowujemy dla Heliosa materiały wykorzystywane w działaniach edukacyjnych z filmem, współpracujemy też z Monolith Films, Mówi Serwis, Next Films, dla których opracowaliśmy wiele pakietów pomocniczych do pracy z kinowymi premierami. Wachlarz tematów, które podejmujemy, jest bardzo szeroki. Wykorzystujemy różnorodne metody i narzędzia (wirtualne quizy, pokoje zagadek, spacer edukacyjny z filmem itp.). Ostatnio, przygotowując materiały pomocnicze do filmu „Chłopca z chmur”, współpracowaliśmy z ornitologką, a wcześniej, przy opracowywaniu materiałów o Marii Skłodowskiej-Curie, z fizykiem i fizyczką. Ta paleta poruszanych tematów i różnorodność projektów, które realizujemy, to ogromna wartość.

Projekt „Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” opiera się na filmach krótkometrażowych. Skąd się wziął pomysł działań skierowanych na filmy krótkie?

Ten projekt jest składową doświadczenia CEO oraz mojego własnego. Moja macierzysta Fundacja Generator opracowała w 2015 roku narzędzie dla nauczycieli „Filmowe lekcje wychowawcze”. To była płyta z wyborem filmów krótkome-



Oswoić naturę, kadr z filmu „Miejscy kowboje”,
reż. Paweł Ziemski / mat. CEO

trażowych, która stała się niejako zapowiedzią „Shortcut”. Doszliśmy do wniosku, że potrzebne jest narzędzie, które wpisze się w przestrzeń lekcji, pozwoli na obejrzenie krótkiego filmu w jej trakcie i pozostawi czas niezbędny na rozmowę. Ważne było też dla nas, żeby poza wygodą filmy oferowały coś więcej – były ambitne, ważne oraz artystycznie interesujące i razem składały się na opowieść o problemach, z jakimi borykamy się w dzisiejszym świecie, o których pedagodzy będą mogli rozmawiać z uczniami. To rozwiązanie się sprawdziło, nauczyciele byli bardzo zadowoleni z takiego narzędzia i do dzisiaj kontaktują się z naszą fundacją z pytaniem o płyty.

„Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” jest kumulacją tych doświadczeń – pracy w szkole z platformą internetową i filmami krótkometrażowymi. Był to punkt wyjścia do dalszej pracy nad projektem. Postanowiliśmy zaplanować działania skupione na filmie, ale też wpisujące się w program szkolny, w którym wciąż brakuje edukacji filmowej. Bardzo zależało nam na rozszerzeniu działań poza cele stricte wychowawcze, dlatego – w duchu CEO – postanowiliśmy skupić się na celach związanych z wartościami europejskimi, edukacją dla równości, różnorodności, promocją tolerancji i otwartości, budowaniem postawy świadomego, otwartego, aktywnego młodego Europejczyka. Dzięki temu szerszemu ujęciu mogliśmy trafić do szerszej grupy nauczycieli, nie tylko do wychowawców.

Inicjatywa oparta jest na 10 europejskich krótkometrażowych filmach fabularnych, dokumentalnych i animacjach, realizujących różne tematy, na przykład „Popatrz na mnie”, „Idealna wspólnota?” czy „Oswoić naturę”. Są to między innymi filmy z krajów uczestniczących w projekcie – z Polski, Wielkiej Brytanii i Portugalii. Jaki był klucz ich wyboru?

Rzeczywiście założyliśmy, że w projekcie mają się znaleźć filmy europejskie oraz filmy krótkie. Rozpoczęliśmy ich selekcję od sprecyzowania ramy tematycznej, ustalaliśmy przy tym ideę projektu. Kryteriami wyboru była różnorodność form. Bardzo nam zależało, żeby w pakiecie znalazły się animacja, dokument, fabuła, filmy formalnie bardziej wymagające, wykraczające poza przyzwyczajenia młodego widza. Czasem szliśmy za filmem, jak w przypadku „Rafy”, którego temat nie był początkowo planowany, natomiast sam obraz tak nas urzekł, że postanowiliśmy zmienić wyjściową ramę tematyczną. Czasem o wyborze danego dzieła decydował problem, jaki wnosi do dyskusji. Taką niespodzianką była dla nas

„Superjednostka” – film fantastyczny, jednak nie najłatwiejszy w formie, który z początku wydawał nam się zbyt dużym wyzwaniem dla młodzieży, jednak z czasem przekonał nas swoim potencjałem tematycznym. Wspólnie zastanawialiśmy się, jak opowiedzieć o kulturze europejskiej, jak zadać pytanie o to, czy jest coś, co nas łączy. I tu z pomocą przyszedł modernizm – ruch, którego ślady znajdziemy na całym kontynencie: zarówno w Europie Zachodniej, jak i na wschodzie, gdzie miały różne formy, różne odnogi. Uznaliśmy, że film Teresy Czepiec prezentujący potężny blok mieszkalny z Katowic to świetny pretekst, by opowiedzieć o Europie poprzez architekturę, zadać parę pytań o możliwość wykreowania idealnej wspólnoty, mówiąc wprost – o to, jak nam się mieszka razem, na naszych osiedlach czy też w Unii Europejskiej. Wybierając tematy, mieliśmy zatem wiele kryteriów, co z jednej strony utrudniało, a z drugiej czasami też trochę ułatwiało pracę, bo dawało więcej możliwości.

Projekt skupia czterech partnerów z czterech różnych krajów europejskich. Wszystkie instytucje – Centrum Edukacji Obywatelskiej, czeska People in Need, portugalska Os Filhos de Lumière oraz irlandzka The Nerve Center – mają spore doświadczenie w realizacji projektów edukacyjnych. Jak szukaliście partnerów i w jaki sposób nawiązaliście z nimi współpracę?

Tak naprawdę współpraca pomiędzy tymi czterema instytucjami rozpoczęła się przy „Shortcut”. Pierwszym partnerem, który się pojawił na horyzoncie, był People in Need. Jakiś czas temu przygotowywaliśmy razem inny projekt i tamta współpraca była bardzo owocna. Kiedy zaczęłam myśleć o „Shortcut”, to wiedziałam, że prawdopodobnie będę z nimi go realizować. Wtedy też, podczas konferencji organizowanej przez Agatę Sotomską [kierowniczkę zespołu edukacji filmowej w FilMOTECE Narodowej – Instytucie Audiowizualnym – przyp. red.], poznałam Bernarda McCloskeya [kierownika edukacji w Northern Ireland Screen]. Bernard polecił mi The Nerve Center. Skontaktowałam się z nimi i bardzo szybko rozpoczęła się nasza współpraca. Natomiast Os Filhos de Lumière znalazłam, przeszukując listę poprzednich beneficjentów komponentu MEDIA. Jest to stowarzyszenie twórców o bardzo ciekawym profilu, aktywne w CinEd [program edukacji filmowej dofinansowany ze środków programu Kreatywna Europa – przyp. red.]. Wszyscy partnerzy bardzo się zaangażowali, a zespół tworzący projekt okazał się bardzo barwny. O ile wszyscy mieliśmy bogate doświadczenie



dotyczące edukacji filmowej, o tyle działania te realizowane były na bardzo różne sposoby.

Czy w każdym z krajów „Shortcut” jest realizowany na podobnych zasadach?

Są drobne różnice wynikające z tego, że edukacja filmowa ma trochę inną formę i inny przebieg w poszczególnych krajach. Na przykład w Portugalii praca ze szkołami zakłada współpracę z małymi centrami kultury, a edukacja filmowa w tym kraju prowadzona jest poprzez pokazy organizowane nie na terenie szkoły, a w kinie. Specjalnie dla Os Filhos de Lumière musieliśmy tak skonstruować umowy licencyjne, aby obejmowały także zamknięte edukacyjne pokazy kinowe. W Czechach projekt też ma trochę inną formę, dlatego że organizacja People in Need ma swoją dużą platformę One World in Schools i „Shortcut” stanowi tam część tej większej całości. Oczywiście z korzyścią dla projektu – na platformie jest 3800 nauczycieli, więc naturalnie trafiamy z zestawem filmów do bardzo dużej grupy. Wspólnym finałem działań w każdym z czterech krajów ma być platforma z filmami, którą testujemy. Wszędzie pilotaż ma formę szkolnych rezydencji filmowych.

Jak przebiega realizacja programu w Polsce?

Podobnie jak w trzech pozostałych krajach partnerskich zostały wybrane trzy szkoły, w których realizowane są programy rezydencji filmowych. Z każdą z tych placówek współpracują nasi rezydenci – filmowcy: Teresa Czepiec pracuje z młodzieżą w Mińsku Mazowieckim, Konrad Śniady realizuje projekt w szkole w Łubnianach, a Natalia Spychała była rezydentką w szkole bytomskiej. Współpraca z rezydentami rozpoczęła się od szkolenia, podczas którego wypracowaliśmy formy działania, po czym rezydenci przeszli do współpracy z młodzieżą w trakcie warsztatów. Podczas nich pracują z filmami z zestawu – omawiają je, rozmawiają. Kolejnym etapem będzie plener, w którego trakcie młodzi ludzie będą realizowali swoją odpowiedź na jeden, wybrany film i temat.

Szkół rezydencyjnych mamy w projekcie 12, po trzy w każdym kraju – tak założono w projekcie bazowym. Potem uznaliśmy, że skoro projekt działa, mamy platformę z opublikowanymi na niej materiałami, to możemy z nim dotrzeć do większej liczby nauczycieli. Gdy robiliśmy nabór do programu, ważne dla nas było, żeby szkoły czynnie mogły w nim uczestniczyć nawet bez realizacji programów rezydencyjnych. W związku

z tym wypracowaliśmy system, w którego ramach szkoły co miesiąc przesyłają nam relację z realizowanych tematów filmowych (najciekawsze z nich są nagradzane) i pomagają nam oceniać materiały edukacyjne. Obecnie z takiej formy uczestnictwa w „Shortcut” korzysta ponad 100 szkół w Polsce. Mamy jednak nadzieję, że w przyszłości program ewoluuje i wypracowane zostaną inne formy, na przykład warsztaty.

W Polsce edukacja filmowa nie jest ujęta w podstawie programowej. Projekty podejmowane przez CEO często ułatwiają działania szkołom w tym zakresie. Jak młodzież odbiera pracę z filmem i działania, które im proponujecie?

Najbardziej uczciwa odpowiedź na to pytanie brzmi: to zależy. Od filmu, od nauczyciela, od kontekstu itd. Na pewno dzięki naszym działaniom skupionym na włączaniu filmu do praktyki szkolnej standardowe lekcje są atrakcyjniejsze, a obok nich pojawiają się zajęcia poświęcone kwestiom niestety często nieobecnym w szkołach – sprawom ważnym dla młodych, takim jak ich samopoczucie i zdrowie psychiczne. Nauczyciele często nam piszą, że dzięki wzbogaceniu lekcji o element filmowy pojawia się inne zaangażowanie – uczniowie chętniej się wypowiadają, szczególnie ci, którzy nie byli wcześniej aktywni. Lekcje te mają inną energię, udaje się także podczas nich poruszyć trudniejsze tematy. Ale nie chodzi nam tylko o to, by wesprzeć nauczycieli w edukacji przedmiotowej. Najbardziej zależy nam na edukacji o filmie i do filmu. Nasza *idée fixe* to pokazywanie kamery jako narzędzia pewnego zaangażowania społecznego, obserwacji i zmiany świata. Bardzo nas cieszy, kiedy młodzież złapie bakcyła. Dowiadujemy się potem o przełomowych, wzruszających dyskusjach, jakie toczą się w klasie dzięki filmom z pakietu. Było tak na przykład po filmie „Chór”, który stał się dla wielu młodych widzów ważnym punktem odniesienia i próbą zmiany relacji w szkole. Podczas dyskusji w klasie pojawiają się postulaty bardziej sprawiedliwego traktowania, refleksja, że warto się angażować na rzecz zmiany swojej sytuacji. W wielu szkołach ten film zadziałał, wzmocnił w uczniach poczucie sprawczości. Był dla nich ważny, o czym napisali w spontanicznych recenzjach.

„Shortcut” został również włączony w jeden z naszych programów „Młodzi w akcji”, w którego ramach uczniowie realizują ścieżkę filmową, czyli robią projekty o różnym profilu. Wybraliśmy bardzo ważny temat zdrowia psychicznego. W odpowiedzi dostaliśmy filmy kręcone przez uczniów,

którzy starają się zabierać głos w tej sprawie lub przygotowują kampanie w szkołach. Te filmy rezonują, pomagają rozwijać nowe zainteresowania. Podobnie jak w przypadku innych naszych projektów to działanie jest punktem docelowym, a film służy aktywizacji młodych ludzi.

W 2018 roku „Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” otrzymał wsparcie programu Kreatywna Europa, z CEO jako liderem. Jak przebiegało przygotowanie aplikacji? Jakie możliwości otworzyła współpraca międzynarodowa?

W przypadku pierwszej edycji trudno mówić o wymianie pomysłów, to my byliśmy lokomotywą tego projektu. Więcej dzieje się w przypadku planowania działań drugiej edycji – wspólnego tworzenia koncepcji kolejnych etapów i rozwoju projektu. To bardzo twórczy i ożywczy pomysł, stymulowany przez konfrontację naszych różnych podejść. W naszym zespole spotykają się różne perspektywy – Portugalczycy wnoszą aspekty filmoznawcze, teoretyczno-filmowe, a z kolei dla People in Need film jest tylko pretekstem i ilustracją tematów, ma być prosty i komunikatywny. Staramy się jednak zawsze spotkać pośrodku, wypracować wspólną koncepcję. Nam w CEO wydawało się, że skoro mamy doświadczenie zarówno praktyczne, jak i teoretyczne, związane z edukacją poprzez film i o filmie, jesteśmy dobrze przygotowani do tych dyskusji i spotkań. Po pierwszej edycji projektu jesteśmy daleko od naszych wstępnych założeń i każdy z nas wychodzi z tego procesu zmieniony.

Współpraca z zagranicznymi partnerami może okazać się nie najłatwiejsza. O czym trzeba pamiętać podczas planowania działań partnerskich?

Jak powiedział Robert Pruszczyński, z którym realizuję projekt „Shortcut” w CEO: „Żeby coś było rozwojowe i edukacyjne, to musi być wyzwaniem, musi stawiać opór”. Tak naprawdę najciekawsze rzeczy w projekcie zdarzały się, gdy wszyscy partnerzy wychodzili ze strefy własnego komfortu. Podczas dyskusji, które prowadziliśmy, często rodziły się najlepsze pomysły. Nawet wybór pakietu 10 filmów, na których opiera się projekt „Shortcut”, nie był łatwy – każdy z partnerów miał

swoje typy, pomysły. Jednak finalny efekt okazał się bardzo fajny, a współpraca z partnerami wiele nas nauczyła. Podczas planowania projektów partnerskich trzeba pamiętać o bardzo ważnej rzeczy – nigdy nie można oszczędzać czasu na komunikację. Czasami niektóre kwestie wyjadą się nam zupełnie oczywiste, a później okazuje się, że każdy z partnerów ma zupełnie co innego na myśli, mówiąc choćby „edukacja filmowa”. Kluczem do sukcesu często jest rozmowa i doprecyzowanie pojęć, ale też otwartość na pomysły, rozwiązania proponowane przez inne podmioty. Bez tego nie można stworzyć partnerskiej relacji.

Punktem kulminacyjnym projektu będzie międzynarodowe spotkanie wszystkich europejskich uczestników programu w Warszawie.

Tak, o ile obecna sytuacja nie pokrzyżuje nam planów, podsumowanie projektu odbędzie się 7–8 czerwca w Warszawie i będzie podzielone na dwa etapy. Pierwszy to spotkanie partnerów oraz szkół biorących udział w projekcie, podczas którego będziemy dzielić doświadczeniami, pokazywać sobie filmy, w ramach festiwalu Kino w Trampkach. Organizujemy też konferencję w Służewskim Domu Kultury, podczas której odbędą się prezentacje i warsztaty. Planujemy na nią zaprosić kolejnych 50 nauczycieli, żeby zainteresować ich projektem.

Projekt „Shortcut” realizowany jest do końca tego roku szkolnego. Co na tym etapie uważasz za jego największe osiągnięcie?

Mam wrażenie, że dla wszystkich zainteresowanych stron, także adresatów końcowych, jest to naprawdę satysfakcjonujące doświadczenie. Rezydenci – zawodowi filmowcy bardzo wysoko oceniają pakiet, wybór filmów, nauczyciele mówią „to mi się sprawdziło”, uczniowie bardzo żywo reagują na pracę z filmami. Kończymy ten projekt z partnerami w poczuciu, że coś fajnego nam się udało, że to jest jakość wypracowana na dłużej. Chcemy ze sobą jeszcze współpracować, chcemy rozwijać tę platformę. Mam wrażenie, że dobra diagnoza spotkała się z właściwym rozwiązaniem, a całość udało się zrealizować, nie idąc na kompromisy.



KAROLINA GIEDRYS-MAJKUT – absolwentka Instytutu Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Warszawskiego i kulturoznawstwa w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie, studentka ostatniego roku psychologii. Tłumaczka, koordynatorka projektów edukacji filmowej, fundraiserka, autorka programów edukacji filmowej, szkoleń dla nauczycieli oraz tekstów eksperckich z zakresu psychoedukacji poprzez film. Na co dzień koordynatorka programu „Shortcut – małe historie, wielkie sprawy” prowadzonego przez Centrum Edukacji Obywatelskiej. W przeszłości inicjatorka i główna koordynatorka projektu „Kinoterapia” prowadzonego przez Fundację Generator.

Otwarty konkurs na realizację projektów Tłumaczeń literackich w ramach komponentu Kultura

Agencja Wykonawcza ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego otworzyła ostatni w tej edycji programu Kreatywna Europa konkurs o dofinansowanie projektów Tłumaczeń literackich.

Tłumaczenia literackie to obszar grantowy wspierający przekłady i promocję europejskiej literatury pięknej. Do głównych założeń obszaru należą:

- wspieranie i promowanie różnorodności kulturowej i językowej w Unii Europejskiej i krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa komponent Kultura,
- promowanie międzynarodowego obiegu oraz upowszechnianie wysokiej jakości utworów literackich,
- zwiększanie dostępności wysokiej jakości europejskiej literatury w Unii Europejskiej i poza nią,
- dotarcie do nowych odbiorców przetłumaczonych książek.

Ponadto istotnym aspektem projektów jest wykorzystywanie technologii cyfrowych w dystrybucji i promocji przekładanych tytułów oraz wzmacnianie pozycji i uznawalności pracy oraz wkładu tłumaczy w tworzenie wysokiej jakości literatury europejskiej.

Konkurs przeznaczony jest dla wydawnictw zarejestrowanych w krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa, komponent Kultura, posiadających osobowość prawną i aktywnie działających na rynku wydawniczym od minimum dwóch lat w dniu złożenia wniosku.

Wydawcy mogą ubiegać się o środki na projekty zakładające tłumaczenie pakietu od 3 do 10 utworów będących fikcją literacką. Mogą to być: powieści, opowiadania, nowele, komiksy lub powieści graficzne, sztuki teatralne, poezja, literatura dziecięca i młodzieżowa. Otrzymane środki należy przeznaczyć nie tylko na samo tłumaczenie, lecz także na publikację i dystrybucję oraz marketing i promocję przełożonych dzieł, ich autorów i tłumaczy – również z wykorzystaniem nowych technologii.

W konkursach w obszarze grantowym Tłumaczenia literackie ogłaszanych w latach 2014–2019 dofinansowano dotąd 320 pakietów przekładów literackich z całej Europy, obejmujących blisko 3000 tytułów.

Wśród 320 pakietów przekładów polskie wydawnictwa otrzymały dofinansowanie na realizację łącznie 11 projektów:

- Wydawnictwo Format, „Wydanie i promocja książek dla dzieci i dorosłych, o wysokich walorach literackich i artystycznych, w tym tłumaczonych z języków rzadziej używanych na bardziej powszechne” (2019)

- Wydawnictwo Widnokrąg, „Near-Far Neighbourhood” (2019)
- Biuro Literackie, „European Literary Heritage” (2019)
- Wydawnictwo RM, „Read, Meet, Explore: Becoming European for Beginners” (2019)
- Wydawnictwo Ezop, „Literackie zbliżenia” (2018)
- Książkowe Klimaty, „The Vineyard Series” (2017)
- Wydawnictwo Format, „Tłumaczenie, wydanie i promocja artystycznych książek dla dzieci i dorosłych” (2016)
- Uniwersytet Jagielloński, „European Identities After the Crisis” (2015)
- Biuro Literackie, „Classics from Europe and Prose from Europe” (2015)
- Kolegium Europy Wschodniej im. Jana Nowaka-Jeziorańskiego, „Shared Experiences in Literature” (2014)
- Książkowe Klimaty, „Due South – translation of four books to Polish” (2014).

Zapraszamy do lektury rozmowy z panią Anną Bacą z Wydawnictwa Ezop, które realizuje projekt „Literackie zbliżenia”, dofinansowany w ramach Tłumaczeń literackich w 2018 roku.

Jak zrodził się pomysł na projekt pakietu przekładów „Literackie zbliżenia” w ramach Tłumaczeń literackich?

Od dawna chcieliśmy wejść na rynek literatury dla dorosłych, ale dla takiego wydawnictwa jak Ezop, którego marka kojarzy się przede wszystkim z literaturą dla młodszych dzieci, to bardzo trudne zadanie. Mamy wiele zaprzyjaźnionych wydawnictw z krajów takich jak Słowenia, Litwa, Estonia czy Łotwa i zawsze dziwiłyśmy się, że literatura z tych zakątków Europy zupełnie do nas nie dociera. Najtrudniej było zacząć. Projekt był takim wytrychem, który pomógł nam w tych pierwszych krokach organizacyjnie i finansowo. Przymierzałyśmy się do niego już dwa lata temu, wtedy niestety nie dostałyśmy wystarczającej liczby punktów, by otrzymać dofinansowanie, ale pomogło nam to w ponownym złożeniu aplikacji.

Wcześniej z sukcesem zrealizowały Panie dwie edycje projektu „Our Little Library” w ramach obszaru grantowego Projekty współpracy europejskiej.

Tak, i to też pomogło nam śmiało patrzeć na samodzielne składanie aplikacji o dofinansowanie projektu „Literackie zbliżenia” z programu Kreatywna Europa. Projekt „Our Little Library” był oparty na współpracy wielu wydawnictw z całej

Europy pod przewodnictwem słoweńskiego KUD Sodobnost International. To oni byli liderami projektu i to na nich spoczywał obowiązek rozliczenia się z programem Kreatywna Europa i koordynowania całego przedsięwzięcia. Podczas tych dwóch edycji bardzo się rozwinęliśmy jako wydawnictwo oraz wiele nauczyliśmy. Projekt, oprócz swojego głównego celu – promocji czytelnictwa wśród dzieci, był też niesamowitą platformą do wymiany pomysłów, sposobów zarządzania oraz informacji na temat różnych form dofinansowania, które w naszej branży są często kluczowe dla zaistnienia na rynku. Przy składaniu aplikacji o grant tłumaczeniowy mogliśmy liczyć na wsparcie merytoryczne przy przygotowaniu aplikacji naszych kolegów i koleżanek ze Słowenii, oraz na pomoc wszystkich naszych partnerów w znalezieniu dobrych i ważnych utworów literackich z ich krajów.

Według jakiego klucza wybrano tytuły do projektu „Literackie zbliżenia”?

Przede wszystkim staraliśmy się wybrać książki wartościowe literacko i na wysokim poziomie. Poza tym, jak już wspomniałam, obszar poszukiwań ograniczyliśmy do literatury spoza literackiego mainstreamu, mniej znanych i wciąż czekających na odkrycie tytułów. Ten etap przygotowywania aplikacji zajął nam chyba najwięcej czasu. Zdecydowałyśmy, że jednym z kryteriów, wedle których dokonamy selekcji, będą nagrody literackie. Starannie wybrałyśmy trzy książki dla dzieci i pięć dla dorosłych, w tym cztery uznane i uhonorowane Nagrodą Literacką Unii Europejskiej. Wybrałyśmy również dwie nagrodzone i uznane książki dla dzieci autorstwa Anny Onichimowskiej, które zaprezentujemy słoweńskim czytelnikom we współpracy z KUD Sodobnost International. Przy selekcji tytułów konsultowałyśmy się również z zaprzyjaźnionymi tłumaczami, na przykład z Marleną Grudą, którą prosiłyśmy o rekomendacje z zakresu literatury słoweńskiej. Wydaje nam się, że w wypadku tak mało znanej w Polsce literatury tłumacz ma najlepszy wgląd w to, co na danym rynku książki jest najbardziej interesujące.

Jak promują Panie wydawane w ramach pakietu tytuły? W jaki sposób docierają do czytelników, nie tylko polskich, ale i słoweńskich? Czy jest jakaś różnica pomiędzy Polską a Słowenią w odbiorze literatury i oczekiwaniach czytelników?

W ramach projektu do tej pory wydałyśmy trzy tytuły: dla dzieci ukazała się „Strasznówka i dzika zima” Jany Bauer (Słowenia) i „Sekretna kocia piekarnia” Helen Läks (Estonia) oraz dla czytelników dorosłych „Wyspa Krach” Iny Wyłczanowej (Bułgaria). Oprócz standardowej promocji w sieci na naszych portalach społecznościowych oraz w mediach realizujemy spotkania autorskie oraz warsztaty ilustratorskie dla dzieci w Polsce i Słowenii. W naszym projekcie chcemy również promować pracę tłumaczy jako pośredników między różnymi kulturami. Dlatego zdecydowałyśmy się na organizację dwóch paneli, podczas których będą oni rozmawiać o tajnikach swojej pracy i literaturze, którą tłumaczą. Jeden taki panel dotyczący literatury dla dzieci już się odbył w czasie zeszłorocznych Warszawskich Targów Książki. Jeżeli chodzi o promocję polskiej literatury w Słowenii, zaufałyśmy wydawnictwu Sodobnost, które świetnie zna rynek książki i związane z nim krajowe realia. Z wielu naszych rozmów wynika, że jest to zupełnie inny rynek niż polski. Książki dla dzieci są tam dużo droższe, więc mniej dostępne dla kupujących, na-

tomiaś bardzo dobrze rozwinięte są sieci bibliotek lokalnych i szkolnych, gdzie trafiają prawie wszystkie wydane w Słowenii publikacje. To na bibliotekach i szkołach spoczywa główne zadanie promocji czytelnictwa wśród młodych czytelników.

Co jest największym wyzwaniem w realizacji projektu?

Projekt trwa już od roku, jesteśmy mniej więcej na półmetku. Niestety tegoroczne plany wydawnicze pokrzyżowała nam epidemia, w związku z sytuacją musimy przełożyć nie tylko premiery książek, ale przede wszystkim spotkania autorskie i warsztaty. Jednak, patrząc na całość przedsięwzięcia, największym wyzwaniem było chyba przygotowanie i wymyślenie projektu. Proces przygotowywania aplikacji i obmyślenia jest fascynujący i twórczy, ale kreuje dużo wyzwań związanych chociażby z tym, że trzeba w nim myśleć przyszłościowo i czasem spekulować, co wydarzy się za trzy lata. Jakie będą ceny danych usług, czy odbędą się planowane targi książki lub czy będziemy w stanie zaprosić wszystkich autorów do Polski? Po przejściu tego etapu wdrażanie projektu jest już relatywnie łatwiejszym zadaniem.

Co przynosi Paniom największą satysfakcję w tym projekcie?

Chyba największą satysfakcją jest wydawanie ciekawych i wartościowych książek, które bez tego dofinansowania być może nigdy nie trafiłyby do polskich czytelników. I, oczywiście, możliwość zaproszenia wielu ciekawych twórców, pisarzy i ilustratorów, którzy dzięki nam będą mogli się spotkać z polskimi czytelnikami.

Co doradziłyby Pani wydawnictwom zaczynającym przygodę w obszarze grantowym Tłumaczenia literackie?

Przede wszystkim nie taki diabeł straszny, jak go malują. Nas od początku zniechęcała i przytłaczała cała biurokracja związana z przygotowaniem aplikacji, szczególnie, że jesteśmy w wydawnictwie tylko cztery, ale okazało się, że wszystko jest dość jasno opisane i wcale tak dużo dokumentów wypełniać nie trzeba. Przede wszystkim warto aplikację zacząć przygotowywać dużo wcześniej, żeby zdążyć dopiąć wszystko na ostatni guzik. Dobrze napisana aplikacja to jest połowa sukcesu, bo gdy już dostaniemy dofinansowanie, projekt mamy bardzo dokładnie rozpisany i wiemy, co kiedy trzeba robić i ile wydać. Nam projekty z programu Kreatywna Europa dały możliwość rozwoju, zdobycia wielu nowych kontaktów z zagranicznymi wydawnictwami, ułatwiły dostęp do mediów, które były bardzo zainteresowane prowadzonymi przez nas wydarzeniami. I umożliwiły wydanie wielu książek, których inaczej prawdopodobnie nie udało by nam się wydać.

LITERACKIE ZBLIŻENIA

Głównym celem projektu jest prezentacja i promocja wśród polskich czytelników najciekawszej i najbardziej rozpoznawalnej literatury dla dorosłych i dzieci z sześciu krajów europejskich: Słowenii, Bułgarii, Estonii, Litwy, Grecji i Portugalii. Projekt promuje nie tylko literaturę tych krajów, lecz także ich kulturę i tradycję, i ma na celu zwiększenie zainteresowania tymi regionami Europy. Zakłada też publikację dwóch polskich tytułów dla dzieci w Słowenii, we współpracy z partnerską organizacją KUD Sodobnost International, oraz promocję polskiej kultury za granicą.



Platformy europejskie w komponencie Kultura programu Kreatywna Europa

Platformy europejskie to obszar grantowy w komponencie Kultura oferujący dofinansowanie na działania w sektorach kultury i kreatywnym. Wsparcie programu przeznaczone jest na promowanie artystów i twórców, szczególnie nowych talentów, a także sieciowanie i rozwój współpracy międzynarodowej oraz upowszechnianie dzieł i zwiększanie dostępu do kultury i sztuki.

W obecnej edycji programu Kreatywna Europa (2014–2020) obszar grantowy jest przeznaczony dla europejskich platform sektora kultury składających się z co najmniej 11 podmiotów. Powyższe organizacje muszą mieć siedzibę w co najmniej 10 różnych krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa komponent Kultura.

Podejmowane w ramach projektów działania mają służyć promocji i rozwojowi kariery nowych, wschodzących artystów, a także przyczyniać się do budowania publiczności i docierania do nowych odbiorców kultury i sztuki. Powinny być realizowane różnorodnymi metodami i mogą polegać m.in. na organizowaniu mobilności i międzynarodowej współpracy twórców, działań edukacyjnych, promujących różnorodność kulturową. Istotnym aspektem projektów jest również tworzenie i testowanie nowych modeli biznesowych, w tym innowacyjnych modeli dystrybucji, a także wykorzystanie

nowych technologii w docieraniu do szerszej, międzynarodowej publiczności oraz popularyzowaniu kultury i sztuki.

Dzięki współdziałaniu organizacje mogą skutecznie realizować działania promocyjne i upowszechniać dokonania w wybranych dziedzinach sektora kultury. Ponadto dzięki współpracy międzynarodowej, wykorzystaniu nowych technologii i kanałów komunikacji platformy mogą skutecznie zwiększać widoczność i rozpoznawalność artystów na arenie międzynarodowej i upowszechniać ich twórczość.

Prezentujemy listę aktualnie realizowanych projektów Platform europejskich oraz przegląd wybranych projektów, prezentujący różnorodność dziedzin kultury i sztuki oraz zasięg i skalę działania platform. Zachęcamy do przyłączenia się do jednej z nich – organizacje i instytucje kultury mogą to zrobić w dowolnym momencie!

Liveurope

Liveurope to inicjatywa zrzeszająca 14 uznanych obiektów i klubów muzycznych z 14 krajów. Jej głównym celem jest wsparcie współpracy europejskich klubów muzycznych w zakresie mobilności artystów i organizacji występów na żywo, a także wzajemnej promocji wschodzących twórców z ich krajów. Dzięki Liveurope młodzi muzycy mogą zaprezentować na żywo przed zagraniczną publicznością własny materiał.

Versopolis

Europejska platforma promująca wschodzących poetów i twórczość poetycką. Zrzesza kilkanaście festiwali poetyckich i literackich, a zasięgiem objęła dotychczas ponad 200 poetek i poetów z całej Europy. Platforma wspiera udział wschodzących twórców w wydarzeniach literackich, mentoring młodych poetów, a także przekłady i publikację utworów w różnych językach europejskich, aby mogły dotrzeć do szerszej publiczności.

Distributed Design Market Platform

Platforma mająca na celu wsparcie pozycji i twórczości wschodzących projektantów i rzemieślników na zglobalizowanym i zdominowanym przez rozbudowane łańcuchy produkcji i dystrybucji towarów rynku. Sprzyja rozwijaniu kompetencji oraz mobilności twórców i obiegowi ich dzieł, promuje i wspiera ich pracę twórczą jako kreatywną i zrównoważoną – osadzoną w społeczności lokalnej i opartą na lokalnej dystrybucji materiałów i towarów, będącą w kontrze do masowej produkcji i nadmiernej konsumpcji, mających negatywny wpływ na środowisko.

European Media Art Platform

Europejska Platforma Sztuki Mediów to miejsce wymiany artystycznej i pobyty rezydencyjne europejskich artystów, działających w dziedzinie mediów cyfrowych, w tym twórców internetowych, filmowców oraz autorów pracujących z wideo, dźwiękiem lub performansem. Platforma wspiera realizację i produkcję ich prac, prezentacji, warsztatów oraz wystaw zbiorowych powstałych w ramach sieciowania artystów, europejskich organizacji, festiwali, galerii, kuratorów i firm produkcyjnych.

Future Architecture Platform

Paneuropejska platforma współpracy zrzeszająca muzea architektury oraz festiwale, wydawców, producentów i artystów zajmujących się badaniem i promocją współczesnej architektury oraz jej relacjami z innymi dziedzinami kultury i sztuki. Prezentuje dokonania we współczesnej architekturze, a także organizuje szereg wydarzeń i inicjatyw mających na celu prezentację i rozwój umiejętności młodych architektów.

Aerowaves

Platforma skupiająca 45 partnerów z dziedziny tańca pochodzących z 33 różnych krajów europejskich. Głównym celem platformy jest wsparcie międzynarodowej wymiany wschodzących choreografów, promowanie sztuki tańca oraz docieranie do szerokiej publiczności – m.in. poprzez coroczny festiwal Aerowaves Spring Forward czy magazyn „Springback” poświęcony tańcowi współczesnemu.

Fedora Platform

Platforma promująca współczesną sztukę operową i baletową oraz jej wschodzących artystów. Ponadto wspiera wprowadzanie innowacji w tych dziedzinach, m.in. nowych modeli biznesowych i współpracy międzysektorowej, a także wykorzystanie nowych technologii, służących tworzeniu wysokiej jakości produkcji i docieraniu do szerokiej publiczności.

Pełna lista Platform europejskich działających aktualnie w sektorze kultury ze wsparciem programu Kreatywna Europa

PLATFORMA EUROPEJSKA

Aerowaves www.aerowaves.org

CircusNext www.circusnext.eu

Classical Futures Europe www.classicalfutures.eu

Distributed Design Market Platform www.distributeddesign.eu

European Media Art Platform www.emare.eu

European Talent Exchange Programme www.etep.nl

EuroStrings www.eurostrings.eu

Fedora Platform www.fedora-platform.com

Future Architecture Platform www.futurearchitectureplatform.org

Futures www.futures-photography.com

Liveurope www.liveurope.eu

Magic Carpets www.magiccarpets.eu

Parallel – European Photo Based Platform www.parallelplatform.org

SHAPE – Sound, Heterogeneous Art and Performance in Europe www.shapeplatform.eu

Versopolis www.versopolis-poetry.com

Sieci europejskie w komponencie Kultura programu Kreatywna Europa

Sieci europejskie to obszar grantowy w komponencie Kultura oferujący dofinansowanie sektorom kultury i kreatywnemu. Wsparcie programu jest przeznaczone na sieciowanie, rozwój współpracy międzynarodowej, wzrost potencjału i budowanie pozycji podmiotów działających na rzecz poszczególnych dziedzin tych sektorów.

W obecnej edycji programu Kreatywna Europa (2014–2020) obszar grantowy jest przeznaczony dla europejskich sieci sektora kultury składających się z co najmniej 15 organizacji członkowskich. Muszą one mieć siedzibę w co najmniej 10 różnych krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa.

Projekty współpracy w sieci mają służyć łączeniu, transferowi wiedzy i umiejętności, wypracowywaniu i testowaniu nowych, lepszych rozwiązań dla sektora kultury, a także popularyzowaniu kultury i sztuki, zwiększaniu i ułatwianiu dostępu do nich. Działania sieci powinny być prowadzone różnorodnymi metodami i mogą polegać m.in. na organizowaniu wydarzeń służących wzajemnemu uczeniu się profesjonalistów sektora, wypracowywaniu dobrych praktyk i narzędzi w zakresie budowania publiczności,

nowych modeli biznesowych, a także prowadzeniu badań.

Dzięki współdziałaniu w sieci organizacje kultury tworzą razem podmioty mające silną pozycję, doświadczenie i dogłębną znajomość wybranej dziedziny sektora, co pozwala im występować w charakterze reprezentantów często rozproszonego sektora i być partnerem w dialogu z decydentami, a także opracowywać i proponować strategiczne rozwiązania dla europejskiej kultury.

Prezentujemy listę aktualnie działających Sieci europejskich oraz wybrane przykłady ilustrujące różnorodność dziedzin kultury i sztuki oraz zasięg i skalę działania sieci. Zachęcamy do dołączenia do jednej z nich – organizacje i instytucje kultury mogą stać się jej członkiem w dowolnym momencie realizacji projektu!

Europa Nostra

Została założona w 1963 roku w celu ochrony, promocji i działań na rzecz dziedzictwa kulturowego, w tym ratowania zagrożonych obiektów. Od tego czasu rozrosła się i obecnie zrzesza blisko 250 podmiotów działających w obszarze ochrony dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a także ponad 100 organizacji stowarzyszonych. Dzięki temu Europa Nostra reprezentuje cały sektor, działający w tym obszarze i jest organizacją opiniotwórczą i doradcą, będącą silnym partnerem w rozmowach z decydentami. Nie można również nie wspomnieć o nagrodach Europa Nostra – federacja przyznaje je corocznie za najwybitniejsze osiągnięcia i najlepsze praktyki w obszarze dziedzictwa kulturowego.

EU National Institutes for Culture

To sieć narodowych instytucji kultury oraz innych instytucji narodowych państw Wspólnoty zaangażowanych w działalność z zakresu dyplomacji publicznej i kulturalnej. Ma zasięg globalny i pełni funkcję partnera Unii Europejskiej w określaniu i realizowaniu europejskiej polityki kulturalnej w ramach Wspólnoty Europejskiej i poza nią. Celem sieci EUNIC jest promocja dialogu i różnorodności międzykulturowej, a także tworzenie partnerstw i sieci współpracy na rzecz wzmacniania dialogu międzynarodowego i współpracy z państwami spoza Europy.

European Music Council

Europejska Rada Muzyki wyodrębniła się w 1972 roku jako część działającej od 1949 roku Międzynarodowej Rady Muzyki. Sieć działa na rzecz wsparcia promocji muzyki w kontekście m.in. edukacji muzycznej i dostępu do niej, tworzenia, koncertowania, mobilności muzyków, produkcji i nowych technologii, a także dziedzictwa kulturowego w obszarze muzyki. Obecnie zrzesza blisko 80 podmiotów. W ostatnich latach zainicjowała i w procesie konsultacji ze środowiskiem muzycznym przygotowała „Europejską agendę dla muzyki”, wyznaczając kierunki i cele działań w tym sektorze.

European Route of Industrial Heritage

Europejski Szlak Dziedzictwa Przemysłowego to sieć informacji turystycznej łącząca obiekty dziedzictwa przemysłowego. Sieć zrzesza ponad 300 organizacji członkowskich. Opracowuje szlaki tematyczne dziedzictwa przemysłowego na terenie całej Europy, mające na celu zwrócenie uwagi na wspólne europejskie dziedzictwo przemysłowe oraz promocję turystyczną miejsc i regionów związanych z historią przemysłu.

Culture Action Europe

To paneuropejska sieć organizacji i instytucji kultury działająca na rzecz promocji kultury jako niezbędnego warunku zrównoważonego rozwoju zarówno na poziomie lokalnym, jak i europejskim. Sieć ma charakter przekrojowy i międzysektorowy – zrzesza podmioty ze wszystkich dziedzin kultury i sztuki. Dzięki temu Culture Action Europe reprezentuje cały sektor w działaniach na rzecz zwiększania dostępu do sztuki i uczestnictwa w kulturze jako podstawowych praw każdego obywatela, w tym działaniach zmierzających do zmian w polityce kulturalnej i zwiększania nakładów publicznych na kulturę i sztukę.

Eurozine

Europejska sieć zrzeszająca ponad 90 czasopism kulturalnych z całej Europy, wydawanych w formie tradycyjnej i elektronicznej. Działa ponadto online jako magazyn kulturalny „Eurozine”, prezentujący wybrane artykuły ze zrzeszonych pism w przekładzie na najbardziej powszechne języki europejskie. Dzięki temu najciekawsze teksty z prasy kulturalnej mogą przekroczyć granice językowe i dotrzeć do europejskiej publiczności.

Live DMA

Sieć mająca na celu wsparcie i promocję europejskiego sektora muzyki wykonywanej na żywo. Zrzesza 20 organizacji członkowskich z 16 krajów, reprezentujących ponad 3000 klubów i obiektów muzycznych oraz festiwale z całej Europy. Głównym zadaniem sieci jest wsparcie i rozwój obiektów muzycznych oraz lokalnych i regionalnych stowarzyszeń na rzecz wykonywania muzyki na żywo, m.in. w kontekście dostosowania do zmian zachodzących w sektorze muzyki, roli społecznej i kulturotwórczej w społecznościach lokalnych, wsparcia dla odkrywania talentów.

IETM Informal European Theatre Meeting

Sieć działająca na rzecz sektora współczesnych sztuk performatywnych. Ma charakter przekrojowy i międzysektorowy – zrzesza podmioty ze wszystkich dziedzin sztuk performatywnych, łącznie ponad 450 organizacji i indywidualnych członków. Jej głównym celem jest wsparcie rozwoju sektora sztuk performatywnych, w tym m.in. umiejętności twórców i organizacji, różnorodności działań, równego dostępu dla twórców, budowania sieci współpracy i publiczności oraz integracji poprzez kulturę i sztukę.

Federation for European Storytelling

Federacja na rzecz Europejskiej Sztuki Opowiadania Historii zrzesza 75 organizacji członkowskich z 24 krajów, działających w obszarze storytellingu. Celem działania sieci jest m.in. rozwój umiejętności w tym zakresie, wymiana dobrych praktyk, wsparcie uznawalności storytellingu jako profesjonalnej sztuki performansu, budowanie publiczności oraz wsparcie mobilności opowiadaczy historii.

European Dancehouse Network

Europejska Sieć Domów Tańca działa na rzecz promocji i prezentacji sztuki oraz twórców i wykonawców tańca współczesnego, a także jego profesjonalizacji i rozwoju jako formy sztuki oraz ulepszania infrastruktury w sektorze tańca. Ponadto angażuje się m.in. w działania służące budowaniu publiczności, rozwojowi kompetencji społecznych, włączaniu społecznemu i integracji międzypokoleniowej poprzez taniec.

European Theatre Convention

Europejska sieć teatrów publicznych zrzesza 40 instytucji z ponad 20 krajów. Promuje europejski teatr jako przestrzeń dialogu, interakcji, refleksji oraz angażowania publiczności w działania. Jej głównym celem jest wzmocnienie roli teatru jako nośnika społecznego, językowego i kulturowego dziedzictwa Europy oraz budowanie partnerstw na rzecz rozwoju teatru poprzez realizację przedsięwzięć teatralnych, wymianę dobrych praktyk i współpracę środowiska twórców teatru. Sieć działa również na rzecz dostosowania teatru do zmiany cyfrowej i wykorzystania technologii cyfrowych w budowaniu publiczności.

Pełna lista Sieci europejskich działających aktualnie w sektorze kultury ze wsparciem programu Kreatywna Europa

SIEĆ EUROPEJSKA

**Amateo – The European Network for Active Participation
in Cultural Activities** www.amateo.org

Artcena www.artcena.fr

**Association Européenne des Conservatoires,
Académies de Musique et Musikhochschulen** www.aec-music.eu

Club de Directores de Arte de Europa (Arts Director Club of Europe) www.adceurope.org

Conseil des Architectes d'Europe www.ace-cae.eu

Culture Action Europe www.cultureactioneurope.org

Deutscher Museumsbund www.museumsbund.de

EUNIC EU National Institutes for Culture www.eunicglobal.eu

Europa Nostra www.europanostra.org

Europe Jazz Network www.europejazz.net

European Choral Association – Europa Cantat www.europeanchoralassociation.org

European Composer & Songwriter Alliance www.composeralliance.org

European Dancehouse Network www.ednetwork.eu

European Festivals Association www.efa-aef.eu

European Music Council www.emc-imc.org

European Network of Cultural Administration Training Centres www.encatc.org

European Route of Industrial Heritage www.erih.net

European Network of Cultural Centres www.encc.eu

European Theatre Convention www.europeantheatre.eu

Eurozine www.eurozine.com

Federation for European Storytelling www.fest-network.eu

Future for Religious Heritage www.frh-europe.org

IMZ – International Music + Media Centre www.imz.at

Informal European Theatre Meeting www.ietm.org

Live DMA www.live-dma.eu

Réseau Européen de Musique Ancienne www.rema-eemn.net

Secretariat de Jeunesses Musicales International www.jmi.net

Trans Europe Halles www.teh.net

Warsztaty Developing Your Film Festival podczas MFF Nowe Horyzonty

Developing Your Film Festival to wyjątkowy kurs dla organizatorów festiwali filmowych i profesjonalistów związanych z tą częścią sektora audiowizualnego. W tym roku szkolenie już pod raz drugi odbędzie się podczas Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Nowe Horyzonty we Wrocławiu.

Organizowane przez Independent Cinema Office międzynarodowe warsztaty to intensywny, sześciodniowy program przeznaczony dla profesjonalistów, podczas którego wybrani światowi eksperci dzielą się wiedzą na temat rozwoju festiwali filmowych. Dziesiąta, jubileuszowa edycja Developing Your Film Festival skupi się na wyszukiwaniu i podkreślaniu dobrych praktyk w działalności tych wydarzeń. Będzie też dobrą okazją dla ekspertów i uczestników do dzielenia się doświadczeniami. Jednym z ważniejszych zagadnień poruszanych w trakcie szkolenia będą strategie budowania publiczności w kontekście programu festiwalu, zarówno wyboru filmów, jak i działań dodatkowych, inicjatyw edukacyjnych skierowanych do młodej publiczności oraz towarzyszących wydarzeń branżowych. Warsztaty dadzą możliwość pracy nad międzynarodową promocją wydarzeń, a także rozwojem umiejętności biznesowych, prowadzących do zwiększenia przychodów oraz zainteresowania potencjalnych sponsorów. Duży nacisk kładziony będzie także na skuteczne docieranie do odpowiednich mediów, zarówno branżowych, jak i na poziomie lokalnym.

Organizowane od 2010 roku szkolenie co roku przyciąga przedstawicieli światowych festiwali, pracujących nad rozwojem własnych wydarzeń, w związku z tym jest dobrą okazją do nawiązania nowych kontaktów branżowych. Developing Your Film Festival skierowany jest w pierwszej kolejności do przedstawicieli europejskich festiwali, bez względu na ich rodzaj czy charakter – otwarty jest zarówno dla wydarzeń prezentujących filmy fabularne, jak i dokumentalne – jednak w jego poprzednich edycjach udział wzięli także profesjonaliści z Japonii, Peru, Stanów Zjednoczonych oraz Meksyku.

W szkoleniu do tej pory uczestniczyli przedstawiciele ponad 190 festiwali filmowych z całego świata. Corocznie podczas warsztatów posłuchać można specjalistów współpracujących z Independent Cinema Office oraz przedstawicieli czołowych wydarzeń filmowych. Wśród ekspertów poprzednich edycji znaleźli się między innymi reprezentanci Berlinale, Hot Docs, festiwali w Rotterdamie oraz Toronto.

Tegoroczny Developing Your Film Festival odbędzie się w dniach 20–26 lipca. Wydarzenie będzie miało miejsce w Polsce już po raz drugi, ponownie we współpracy z Międzynarodowym Festiwalem Filmowym Nowe Horyzonty we Wrocławiu.

Organizator szkolenia, Independent Cinema Office, to narodowa brytyjska instytucja, której głównym celem jest wsparcie rozwoju otwartego, wymagającego i dobrze prosperującego sektora filmowego oraz niezależnego kina. Wieloletnie doświadczenie w tej dziedzinie zbudowała poprzez programowanie repertuaru ponad 20 kin oraz festiwali, organizowanie warsztatów i szkoleń, oferowanie konsultacji oraz inne aktywności podnoszące kwalifikacje profesjonalistów branży filmowej.

Warsztaty Developing Your Film Festival są współfinansowane z środków Programu Kreatywna Europa – komponentu MEDIA.

Szczegółowe informacje dotyczące warsztatów Developing Your Film Festival dostępne są na stronie organizatora: www.independentcinemaoffice.org.uk.



Kreatywna
Europa

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu