



Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska



30

YEARS
OF
MEDIA

nr 1/2021

KREATYWNA
EUROPA
MEDIA



04

VARIA

- 04 20 realizacji z Polski wśród projektów nominowanych do Nagrody im. Mies van der Rohego 2022
- 05 Europejskie Stolice Kultury 2021 – zmiany w kalendarzu
- 05 Rok 2021 Europejskim Rokiem Kolei #EUYearofRail
- 06 Przedłużono termin głosowania na laureata nagrody LUX
- 06 Nowa strona Agencji Wykonawczej EACEA
- 06 Perfom Europe – pilotażowy schemat wsparcia dystrybucji sztuk performatywnych
- 07 Nowy europejski Bauhaus – ruch na rzecz zrównoważonego projektowania
- 14 30-lecie komponentu MEDIA

08

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 08 Jak europejskie muzea i teatry rozpoczęły nową epokę w kulturze? – relacja z seminarium „Art is Better with You”
- 12 Komponent MEDIA na Europejskich Targach Filmowych
- 15 Program Kreatywna Europa – podsumowanie edycji 2014–2020
- 18 Nowa edycja programu Kreatywna Europa 2021–2027

21

ROZMOWY

- 21 „Kluczem jest edukacja” – rozmowa z Tamarą Kamińską, dyrektor biura Music Export Poland
- 24 Rozmowa z Helene Skikos – kierowniczką programu mobilności artystów i-Portunus
- 28 „Nie idziemy na kompromisy” – rozmowa z Arturem Liebhartem, dyrektorem Festiwalu Millennium Docs Against Gravity

26

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 26 Porozmawiajmy o szkoleniach: Art Cinema = Action + Management
- 31 Kino Dzieci Industry Talks

Szanowni Państwo,

przygotowując dla Państwa ten numer, jesteśmy na przełomie dwóch edycji programu Kreatywna Europa – zakończyła się ta na lata 2014–2020, rozpoczyna na lata 2021–2027. Dlatego w pierwszym numerze naszego magazynu w tym roku zarówno podsumowujemy ostatnie lata i miesiące starego programu, jak i mówimy o tym, co nowe i w planach.

W tym wydaniu magazynu spoglądamy wstecz na siedem lat Kreatywnej Europy, a także przypominamy sobie grudniową konferencję poświęconą cyfryzacji i wykorzystaniu nowych technologii w sektorach kultury i kreatywnych. Podsumowujemy również obecność komponentu MEDIA na Europejskich Targach Filmowych, po raz pierwszy w całości w formule online. W niedaleką przyszłość patrzymy, przedstawiając Państwu, co zaplanowała Komisja Europejska na najbliższe lata w programie i jego trzech komponentach.

Jak zawsze zachęcamy do lektury rozmów z przedstawicielami sektora kultury i branży audiowizualnej. W tym numerze o rozwoju festiwalu dokumentalnego opowiada dyrektor Millennium Docs Against Gravity Artur Liebhart, a działania dla europejskiego sektora muzyki przedstawia Tamara Kamińska z Music Export Poland. Po niemal dwóch latach ponownie rozmawiamy z Helene Skikos, kierowniczką programu mobilności twórców i profesjonalistów sektora kultury i-Portunus, o tym, co zmieniło się przez ten czas w programie. Krótkim wywiadem z Sonią Le Pape, polską uczestniczką Art Cinema = Action + Management, rozpoczynamy cykl poświęcony europejskim warsztatom dofinansowanym przez MEDIA.

Na łamach „Magazynu CED Polska” 1/2021 znajdą Państwo jak zawsze garść wiadomości z obszarów europejskiej kultury i filmu, informacje o dostępnych możliwościach dofinansowania oraz opis projektów prowadzonych przez polskich beneficjentów.

Życzymy przyjemnej lektury.

Zespół Creative Europe Desk Polska



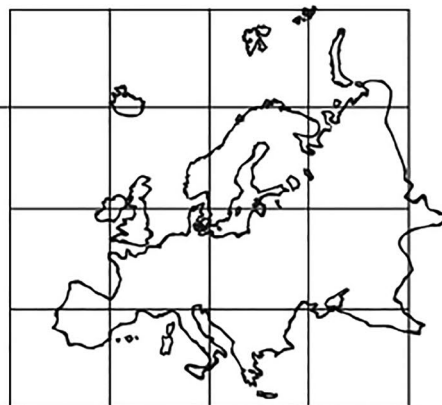
EU

mies

award

EUROPEAN UNION
PRIZE FOR
CONTEMPORARY
ARCHITECTURE

MIES VAN DER ROHE
AWARD



20 realizacji z Polski wśród projektów nominowanych do Nagrody im. Mies van der Rohego 2022

Na początku lutego Komisja Europejska oraz Fundacja Mies van der Rohe ogłosiły listę nominowanych do Nagrody Unii Europejskiej im. Mies van der Rohego 2022 w dziedzinie architektury współczesnej.

W związku z pandemią COVID-19 plebiscyt został przesunięty o rok, co sprawiło, że nominacje zostały podzielone na dwie fazy. Pierwsza obejmuje obiekty ukończone od października 2018 roku do października 2020 roku, druga – od listopada 2020 roku do kwietnia 2021 roku. Najnowsze realizacje uzupełnią ostateczną listę nominowanych i podane zostaną do publicznej wiadomości we wrześniu tego roku.

Spośród projektów zrealizowanych w pierwszej fazie, zgłoszonych przez lokalnych ekspertów i stowarzyszenia zawodowe, nominacje otrzymało 449 obiektów architektonicznych z 279 miast z 41 państw, w tym po raz pierwszy z Armenii, Mołdawii i Tunezji. Na liście wyróżnionych znajduje się aż **20 realizacji z Polski**, są to:

- klasztor Prowincji Polskiego Zgromadzenia Sióstr Pielęgniarek Trzeciego Zakonu Regularnego św. Franciszka w Dobrzemiu Wielkim
- stacje metra na warszawskiej Woli
- osiedle Nowy Nikiszowiec w Katowicach
- biblioteka w Głuchołazach
- Dom dla Bezdomnych we wsi Jankowice
- przebudowa Dworca PKS w Kielcach
- przebudowa Elektrowni Powiśle
- Park Pamięci Wielkiej Synagogi w Oświęcimiu
- osiedle Nowe Żerniki we Wrocławiu
- osiedle Riverview w Gdańsku
- Centrum Aktywności Lokalnych w Rybniku
- Strefa Aktywności w Chorzowie
- budynek mieszkalny Nowy Werdon w Rudzie Śląskiej
- kompleks P4 z hotelem Vienna House Mokotów Warsaw
- Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku

- Zodiak – Warszawski Pawilon Architektury
- enklawa Bobrowisko w Starym Sączu
- Centrum Aktywności Lokalnej we Wrocławiu
- przedszkole Żółty Słonik w Suwałkach
- rewitalizacja Przedmieścia Oławskiego we Wrocławiu.

Nominowane realizacje to obiekty w małej i dużej skali, zbudowane w wielkich, średnich i małych miejscowościach. Dominują wśród nich inwestycje publiczne, niewiele jest komercyjnych.

W styczniu 2022 roku zostanie ogłoszona krótka lista nominowanych, czyli ścisłych finalistów, a ostatecznych zwycięzców poznamy dopiero w kwietniu 2022 roku.

Więcej informacji na temat Nagrody im. Mies van der Rohego, wraz z pełną listą nominowanych projektów i ich opisami, znajduje się na stronie **www.miesarch.com**.

Nagroda Unii Europejskiej w dziedzinie architektury współczesnej im. Mies van der Rohego została zainicjowana w 1987 roku w wyniku porozumienia pomiędzy Parlamentem Europejskim a radą miasta Barcelona, a od 2001 roku jest współorganizowana przez Fundację Mies van der Rohe i Komisję Europejską. Przyznawana jest co dwa lata pracom ukończonym w ciągu poprzednich dwóch lat. Głównymi jej celami są: osiągnięcie dogłębnego zrozumienia zmian zachodzących w środowisku budowlanym Europy, wyróżnienie i pochwalenie doskonałości oraz innowacji w dziedzinie architektury, a także zwrócenie uwagi na ważny wkład europejskich profesjonalistów w rozwijanie nowych pomysłów przy niezaprzeczalnym wsparciu ze strony klientów i zaangażowaniu osób, które będą końcowymi użytkownikami tych obiektów.

Europejskie Stolice Kultury 2021 – zmiany w kalendarzu

Ubiegły rok minął w cieniu pandemii COVID-19, co niestety wymusiło zmiany w kalendarzu Europejskiej Stolicy Kultury. Wprowadzone obostrzenia spowodowały odwołanie większości z zaplanowanych koncertów, spektakli, wystaw oraz innych wydarzeń, a ograniczenia w podróżowaniu w znacznym stopniu ograniczyły liczbę turystów. Tym samym programy kulturalno-społeczne przygotowane przez Europejskie Stolice Kultury 2020 – irlandzkie Galway i chorwacką Rijekę – nie zostały w pełni zrealizowane.

Dlatego, aby oba miasta miały dodatkową okazję na prezentację i realizację przygotowanych przedsięwzięć, decyzją Parlamentu Europejskiego na wniosek Komisji Europejskiej postanowiono wprowadzić zmiany w kalendarzu ESK i wyjątkowo przedłużyć okres, w jakim Rijece i Galway przysługuje miano Europejskiej Stolicy Kultury. Tym samym będą one pełnić tę funkcję do końca kwietnia 2021 roku. Rotacje w kalendarzu wymusiły także zmiany na najbliższe lata. Ze względu na przedłużenie panowania Galway i Rijeky w tym roku dodatkowo Europejską Stolicą Kultury zostanie tylko serbskie miasto Nowy Sad, a Timișoara w Rumunii i Eleusis w Grecji tytuł ESK otrzymają dopiero w 2023 roku, razem z węgierskim Veszprém.

F R A I H R B
R N S B O W R
E O A F P O I
E V D N E W D
D I 2 0 2 1 G
O C U L T U E
M R E A R T S

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



W grudniu 2020 roku Parlament Europejski zatwierdził wniosek Komisji Europejskiej w sprawie ustanowienia roku 2021 Europejskim Rokiem Kolei. Tym samym przyjęta została decyzja Rady dotycząca działań podejmowanych przez Unię Europejską na rzecz promowania przyjaznych dla środowiska środków transportu w ramach Europejskiego Zielonego Ładu. Promowanie kluczowej roli kolei w międzynarodowym transporcie pasażerskim w Unii Europejskiej ma zwiększyć jej udział w przewozach pasażerskich i towarowych, co pozwoli znacząco obniżyć poziom emisji gazów cieplarnianych i zanieczyszczeń pochodzących z tej gałęzi gospodarki oraz przyczynić się

do osiągnięcia przez Unię Europejską neutralności klimatycznej do 2050 roku.

Przez cały rok 2021 w Europie będą się odbywały liczne imprezy związane z transportem kolejowym, mające zachęcić szerokie grono użytkowników do korzystania z kolei, w tym do zmiany innych środków transportu na kolej – w kontekście m.in. krajowych i międzynarodowych podróży biznesowych, prowadzenia działalności gospodarczej, w tym usług spedycyjnych, a także zrównoważonej turystyki oraz turystyki związanej z europejskim dziedzictwem przemysłowym, którego kolej jest istotną częścią.

Przedłużono termin głosowania na laureata nagrody LUX

Trwa głosowanie na zwycięzcę LUX – Europejskiej Nagrody Publiczności dla najlepszego filmu. O statuetkę ubiegają się trzy tytuły: „Na rauszu” Thomasa Vinterberga, „Kolektyw” Alexandra Nanau oraz „Boże ciało” Jana Komasy. Zwycięzca wybrany zostanie na podstawie głosów oddanych przez europejską publiczność oraz posłów do Parlamentu Europejskiego.

Ceremonia wręczenia nagrody LUX została pierwotnie zaplanowana na kwiecień 2021 roku. Jednak ze względu na wciąż trudną sytuację pandemiczną w Europie wydarzenie przeniesione zostało na 9 czerwca br. i odbędzie się w ramach sesji plenarnej Parlamentu Europejskiego w Strasburgu. Równocześnie okres głosowania dla publiczności europejskiej, który rozpoczął się 13 grudnia ubiegłego roku, został odpowiednio przedłużony do 23 maja.

Od marca do maja bieżącego roku w państwach członkowskich Unii Europejskiej zaplanowane są Dni Nagrody LUX (LUX Film Days), dające możliwość zapoznania się z nominowanymi tytułami, a w pierwszej połowie maja odbędzie się Tydzień Nagrody LUX, podczas którego w całej Europie odbędą się simultaniczne pokazy finałowej trójki filmów – w formule hybrydowej bądź online.

Zachęcamy do głosowania na swoich faworytów na luxaward.eu/en.

Nowa strona Agencji Wykonawczej EACEA

1 lutego 2021 roku uruchomiona została nowa strona internetowa Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury.

Nowa witryna zawiera m.in. opisy programów Erasmus+, Kreatywna Europa, Europejski Korpus Solidarności oraz Obywatele, Równość, Prawa i Wartości (CERV) na lata 2021–2027, a także informacje na temat działalności Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury i jej podstaw prawnych. Równocześnie strona posiada dedykowaną przestrzeń dla beneficjentów realizujących projekty w poprzednich edycjach programów, z lat 2014–2020, oraz zawiera ogólne informacje o dotychczasowych programach nadzorowanych przez agencję.

Warto jednak pamiętać, że w nowej edycji programu Kreatywna Europa wszystkie przyszłe zaproszenia do aplikowania będą publikowane na portalu Komisji Europejskiej Funding & Tender Opportunities Portal (F&TP).

Nowa strona Agencji Wykonawczej znajduje się pod adresem: www.eacea.ec.europa.eu.

Perform Europe – pilotażowy schemat wsparcia dystrybucji sztuk performatywnych

Miniony rok był wyjątkowo trudny dla sektora kultury. Działania podejmowane w związku z pandemią sprawiły, że swobodny obieg artystów i dzieł wykonywanych na żywo został całkowicie wstrzymany. Było to niełatwe doświadczenie dla sektora sztuk performatywnych, gdzie na wiele miesięcy wstrzymane były realizacja i tworzenie wydarzeń artystycznych. Mimo iż trudno zastąpić odbiór sztuki wykonywanej na żywo, technologie cyfrowe okazały się cennym narzędziem w prezentacji kultury i sztuki szerokiej publiczności.

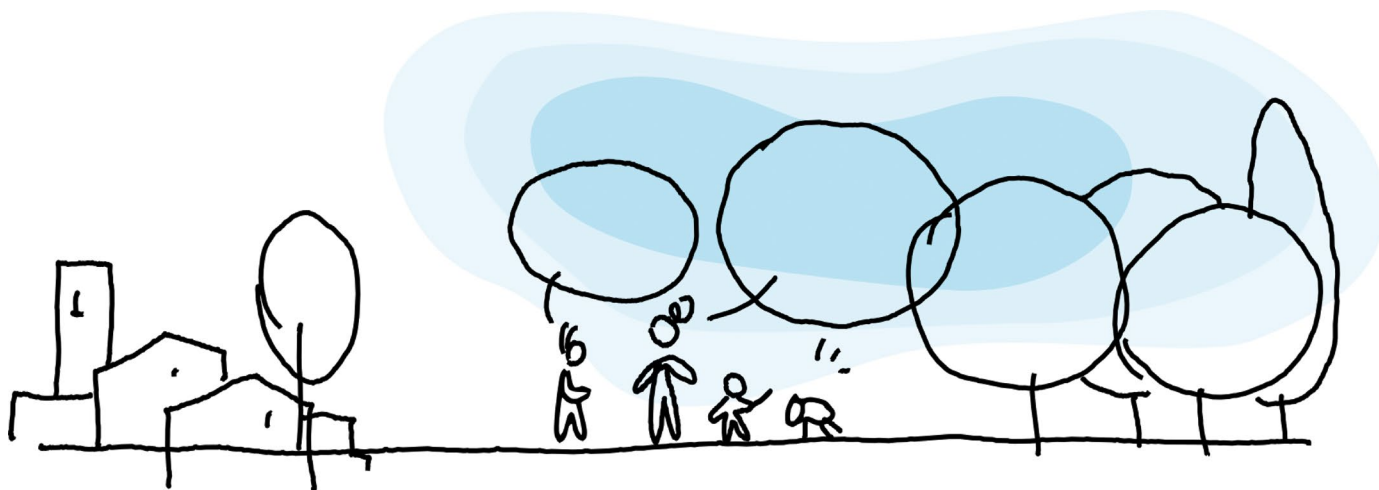
W połowie 2020 roku w celu wsparcia sektora sztuk performatywnych Komisja Europejska ogłosiła przetarg o wartości 2,5 mln euro na opracowanie i realizację programu międzynarodowej dystrybucji dzieł performatywnych. Docelowo program miał dać możliwość ubiegania się o dofinansowanie wydatków związanych z ich obiegiem. Na podstawie nadesłanych ofert zdecydowano, że za opracowanie i wdrożenie pilotażowego schematu wsparcia dystrybucji sztuk performatywnych – Perform Europe – odpowiadać będą wspomagane przez program Kreatywna Europa sieci europejskie International Network for Contemporary Performing Arts (IETM), European Festivals Association, Circostrada, European Dancehouse Network oraz spe-

cializująca się w badaniach i konsultingu organizacja IDEA Consult.

Zaproponowany przez konsorcjum program Perform Europe ma na celu wspierać ponadnarodową dystrybucję dzieł performatywnych – prezentowanych na żywo bądź z wykorzystaniem technologii cyfrowej – w ramach państw uczestniczących w programie Kreatywna Europa, komponencie Kultura. Na podstawie osiągnięć fazy pilotażowej zostanie utworzony stały schemat wsparcia dla sektora sztuk performatywnych.

Aby wyjść naprzeciw oczekiwaniom potencjalnych wnioskodawców, za pośrednictwem ankiety skierowanej do przedstawicieli sektora przeprowadzono wywiad na temat aktualnych potrzeb tego obszaru kultury. Zebrane wyniki miały pomóc w stworzeniu programu dotacyjnego jak najlepiej odpowiadającego sektorowi i oferującego realne wsparcie. W lutym ogłoszony został także nabór do zespołu eksperckiego. Beneficjenci programu Perform Europe zostaną wyłonieni podczas pierwszego konkursu na tournée i dystrybucję zaplanowanego na czerwiec 2021 roku.

Aktualne informacje o programie Perform Europe można znaleźć na stronie www.performeurope.eu.



New European Bauhaus
beautiful | sustainable | together

Nowy europejski Bauhaus – ruch na rzecz zrównoważonego projektowania

16 września 2020 roku Ursula von der Leyen, przewodnicząca Komisji Europejskiej, wezwała do utworzenia nowego europejskiego Bauhausu – ruchu na rzecz zrównoważonego projektowania, uwzględniającego wiedzę naukową, technologie, kulturę i sztukę, przyjaznego dla środowiska, dostosowanego do lokalnych potrzeb i dostępnego dla każdego. Nowe projektowanie ma realizować cele Europejskiego Zielonego Ładu, przyczyniać się do osiągnięcia przez Europę neutralności klimatycznej najpóźniej w 2050 roku oraz opierać się na gospodarce o obiegu zamkniętym, produkującej minimum odpadów, przeciwdziałającej degradacji różnorodności biologicznej.

Nowy europejski Bauhaus ma zaangażować architektów, inżynierów, projektantów, artystów, naukowców, przedsiębiorców w poszukiwanie m.in. nowych form architektury i technik budowania, wykorzystujących naturalne materiały i inteligentne technologie, efektywnych energetycznie. Zrównoważone projektowanie w ramach nowego Bauhausu ma przyczynić się nie tylko do tworzenia przyjaznych do życia przestrzeni, ale przede wszystkim do zatrzymania czy ograniczenia zmian klimatu i, co za tym idzie, katastrofy ekologicznej. Wreszcie, nowy europejski Bauhaus to nie tylko transformacja przestrzeni – to także całościowe spojrzenie na miejsca, w których żyjemy, i refleksja, jak w nich żyjemy, oraz przeprojektowanie stylu prowadzenia biznesu, modelu konsumpcji, stylu życia – na bardziej przyjazne środowisku naturalnemu, zrównoważone.

W styczniu 2021 roku Komisja Europejska rozpoczęła fazę projektową tej inicjatywy. Jej celem jest rozpoczęcie procesu współtworzenia koncepcji – wykorzystanie pomysłów, określenie najpilniejszych potrzeb i wyzwań oraz skojarzenie ze sobą zainteresowanych stron. Jednym z elementów fazy projektowej ma być pierwsza edycja konkursu o nagrodę

nowego europejskiego Bauhausu, w którym uhonorowane mają zostać najbardziej inspirujące przykłady rozwiązań wpisujących się w jego ideę.

Zwieńczeniem fazy projektowej mają być ogłoszone do jesieni 2021 roku zaproszenia do składania wniosków, dzięki którym wdrożonych zostanie pięć projektów służących współtworzeniu nowych, ekologicznie zrównoważonych i integracyjnych rozwiązań w duchu nowego europejskiego Bauhausu w co najmniej pięciu miejscach w państwach członkowskich Unii Europejskiej.

Celem trzeciego etapu – fazy rozpowszechniania – jest krzewienie pomysłów i koncepcji określających nowy europejski Bauhaus za pośrednictwem nowych projektów, tworzenie sieci kontaktów i wymiana wiedzy w Europie i poza nią.

Na poświęconej inicjatywie stronie internetowej New European Bauhaus (www.europa.eu/new-european-bauhaus/index_en) artyści, projektanci, inżynierowie, naukowcy, przedsiębiorcy, architekci, studenci i wszystkie zainteresowane osoby mogą śledzić rozwój inicjatywy i dzielić się przykładami inspirujących osiągnięć wpisujących się w koncepcję nowego europejskiego Bauhausu oraz pomysłami na projekty w ramach tego ruchu.

Ponadto, na stronie można znaleźć informacje o ambasadach i partnerach inicjatywy – m.in. organizacjach zrzeszających architektów i projektantów, podmiotach prywatnych i publicznych działających w budownictwie, organizacjach i instytucjach kultury. Wśród nich znajdują się beneficjenci programu Kreatywna Europa komponent Kultura, jak m.in. Europa Nostra, Rada Architektów Europy czy Ars Electronica, a także polski partner inicjatywy – Centrum Designu Gdynia.



KONFERENCJA ONLINE

JAK EUROPEJSKIE MUZEA
I TEATRY ROZPOCZĘŁY NOWĄ
EPOKĘ W KULTURZE

3-4 GRUDNIA 2020

W dniach 3 i 4 grudnia 2020 roku odbyła się współorganizowana przez Creative Europe Desk Polska oraz Centrum Kultury Filmowej im. Andrzeja Wajdy międzynarodowa konferencja online „Art is Better with You. Jak europejskie muzea i teatry rozpoczęły nową epokę w kulturze?”, poświęcona cyfryzacji i wykorzystaniu nowych technologii w sektorach kultury i kreatywnych, zwłaszcza w teatrze, sztukach performatywnych oraz muzealnictwie. Zachęcamy do zapoznania się z podsumowaniem tego wydarzenia.

Dlaczego kultura potrzebuje technologii?

Interaktywne platformy i narzędzia cyfrowe oferują nam nowe możliwości tworzenia i doświadczania sztuki. Dzięki szerokiemu dostępowi do mediów i niezliczonym możliwościom *storytellingowym*, możemy oswajać nowych odbiorców z dziełami sztuki i sprawiać, że nasza kultura staje się bardziej włączająca i atrakcyjna niż kiedykolwiek. Jednocześnie wielu z nas odczuwa przesyt treściami cyfrowymi, na który nakłada się wszechobecne poczucie globalnego zagrożenia. Czerpanie radości z opowiadania historii w kręgu bliskich nam wspólnot to dziś główne źródło nadziei i normalności. Instytucje kultury stają się kluczowymi graczami w procesie przemian, co zmusza je do modyfikowania swojego kodu genetycznego, wewnętrznych polityk i strategii programowych. Europejskie teatry, opery, muzea i galerie – te duże i małe – starają się dbać nie tylko o to, aby cyfrowemu przyspieszeniu towarzyszyły wysokie standardy profesjonalne i działania oparte na zrównoważonym rozwoju, lecz również o to, by płynęły z nich wymierne korzyści dla lokalnych wspólnot. Dzięki progresywnym liderom i ich wysokim cyfrowym kompetencjom instytucje te są dziś wyspami ulgi i inspiracji na morzu chaosu i niepokoju.

Podczas konferencji zaproszeni goście zaprezentowali zrealizowane projekty i omówili strategie, dzięki którym powstały innowacyjne produkty (np. platformy i sieci współpracy), nowe elementy oferty programowej (wystawy, spektakle, warsztaty), projekty edukacyjne i społeczne (udostępnianie zasobów i kolekcji, wirtualne kursy, projekty stymulujące kreatywność). Szczególny akcent został położony na kwestie dotyczące aktywności we wspólnotach lokalnych (dzielnicach, miastach) oraz strategicznego połączenia lokalności z aktywnością międzynarodową. Rozmawialiśmy o budowaniu praktyk współpracy opartych na zrównoważonym rozwoju, inkluzyjności społecznej i równouprawnieniu. Ważną rolę w programie odgrywały prezentacje działań zrealizowanych dzięki wsparciu programu Kreatywna Europa.

– Jednym ze strategicznych obszarów działań programu Kreatywna Europa są działania sieciujące i umożliwiające nawiązywanie nowych relacji artystycznych i kulturalnych między państwami Unii Europejskiej. Dziś, w epoce globalnego przyspieszenia cyfrowego, przyglądanie się dobrym praktykom i skutecznym rozwiązaniom jest ważniejsze niż kiedykolwiek – powiedziała Małgorzata Kiełkiewicz, dyrektorka Creative Europe Desk Polska.

– „Art is Better with You”, kolejne międzynarodowe wydarzenie, które organizujemy w czasie lockdownu, zbiega się w czasie z rozpoczęciem prac nad platformą VoD dla instytucji kultury, którą tworzymy na zlecenie miasta stołecznego Warszawy. Jako instytucja lokalna chcemy być w sercu międzynarodowego dialogu o tym, jak narzędzia cyfrowe pozwalają nam lepiej korzystać ze sztuki, tworzyć ją mimo przeszkód i dzielić się istniejącymi zasobami – mówiła Joanna Rożen-Wojciechowska, dyrektorka CKF im. Andrzeja Wajdy.

Dzień 1: W stronę cyfrowej sceny

Konferencję otworzyła Edilia Gänz, szefowa platformy Fedora, która w 2019 roku znalazła się na prestiżowej liście najważniejszych młodych liderów w dziedzinie kultury i sztuki magazynu „Forbes” 30 under 30. Podczas prezentacji „Rola platform cyfrowych w tworzeniu nowych modeli finansowania sztuk performatywnych i opery” mówiła o tym, jak pozwalają one tworzyć nowe modele finansowania teatrów operowych i baletowych, jednocześnie otwierając je na młodą publiczność. Wystąpienie rozpoczęła od przedstawienia zasad działalności platformy Fedora, której misją jest wspieranie projektów i instytucji związanych z operą i tańcem, między innymi poprzez tworzenie partnerstw publiczno-prywatnych (stymulowanie nowoczesnego mecenatu kultury), a także zachęt do dotowania kultury przez osoby prywatne (możliwość skorzystania z ulgi podatkowej). Dzięki platformie zainwestowano dotychczas ponad 1,5 mln euro w 18 projektów operowych i baletowych zrealizowanych na terenie Europy.

Jak europejskie muzea i teatry rozpoczęły nową epokę w kulturze?

– relacja z seminarium „Art is Better with You”

Zapytana o rolę nowych technologii w działalności Fedory Edilia Gänz odpowiedziała: – Staramy się badać, jak wykorzystywać technologię w kreatywny sposób. Hologramy i media immersyjne mogą przyciągnąć nową publiczność. Oferują nowy sposób doświadczania opery i nawiązania z nią kontaktu. Widzę w tym korzyści, które mogą towarzyszyć wspólnym, tradycyjnie rozumianym widowiskom. Według mnie opera może skutecznie nawiązywać relacje z innymi sektorami i grupami zawodowymi, również tymi, które nie mają nic wspólnego z muzyką i tańcem. Interdyscyplinarny aspekt dzielenia się wiedzą i kompetencjami jest tu bardzo ważny.

O praktycznym zastosowaniu narzędzi cyfrowych w polu sztuk performatywnych mówiła Sarah Ellis, dyrektorka departamentu cyfrowego Royal Shakespeare Company. W wystąpieniu „Odkrywanie immersyjnego teatru Szekspira dzięki wirtualnej i mieszanej rzeczywistości” skupiła się na roli technologii immersyjnych w poszerzaniu oferty teatru dramatycznego, na dogłębnym badaniu publiczności w planowaniu nowoczesnych strategii programowych oraz wykorzystaniu technologii XR (VR/AR) do zdalnego tworzenia spektakli oraz udostępniania ich publiczności poza siedzibą teatru. Podsumowując swoją wypowiedź, dodała: – Znajdujemy się w momencie przełomu. Jeśli nie otworzymy się na ludzi z różnych sektorów, o różnej przeszłości i umiejętnościach, szybko dojdzie do podziałów i polaryzacji. Nierówność cyfrowa polega między innymi na odbieraniu niektórym ludziom głosu. Dlatego tym, co mnie napędza, jest wprowadzanie nowych rozwiązań do obszarów tradycyjnych, tworzenie zmiany i umożliwianie ludziom, żeby podejmowali ryzyko i czuli się dumni z tego, co robią. Napędza mnie zmiana, przyglądanie się dawnym infrastrukturom i namysł nad tym, na czym dziś polega ich rola i do czego służą.

O tym, jak opera i balet mogą poszerzać obszar aktywności kreatywnej dzięki zastosowaniu technologii immersyjnych, mówiła Annastina Haapasaari, menedżerka projektów w Fińskiej Operze Narodowej. Oprócz nagrodzonego przez Fedorę innowacyjnego projektu „Laila”, łączącego VR i balet, w wystąpieniu „Media immersyjne i interaktywne we współczesnym balecie” przedstawiła też wieloletni program „Opera Beyond” obejmujący doświadczenia VR, instalacje multimedialne, a także strategię cyfrową Fińskiej Opery Narodowej. Zapytana o praktyczne wykorzystanie nowych narzędzi projektowania spektakli Annastina Haapasaari

odparła: – W pierwszej kolejności będziemy stosować nowe narzędzia [XR – przyp. red.] we współpracy ze scenografami, działem technicznym i działem oświetlenia. Ci specjaliści najlepiej czują się, pracując z tego typu narzędziami. Nowością jest dla nas to, że różne działy będą współpracować w ramach jednej platformy zamiast zamykać się w swoich pracowniach. W czasie pandemii produkcja w operze odbywa się na arenie międzynarodowej, twórcy byli w różnych zakątkach świata. Dlatego tworzymy przestrzeń do współpracy w ramach naszej cyfrowej platformy. Artyści będą mogli się w niej spotykać, omawiać scenografię i rozwiązywania sceniczne.

Dzień podsumowała dyskusja panelowa „Cyfrowa biegłość a rozwój spektaklu i zdobywanie nowej publiczności” z udziałem trzech prelegentek, którą poprowadziła Agata Kołacz (TR Warszawa). Aby zadbać o dostępność i otwarty charakter oferty, w której technologia odgrywa ważną rolę, należy dać sobie dużo czasu na kompleksowe przygotowanie projektu, podkreśliła Annastina Haapasaari. – Zaczęliśmy myśleć o doświadczeniu naszych odbiorców ze znacznym wyprzedzeniem. Przeprowadziliśmy wywiady i przeanalizowaliśmy szereg wzorcowych produkcji, chcąc uczyć się od innych twórców. Po każdym spektaklu dodawaliśmy nowe informacje do przewodnika, jak oglądać przedstawienie [„Lailę”, projekt taneczny z wykorzystaniem VR – przyp. red.], jak zachowywać się, czy postępować w przestrzeni instalacji. Każdego dnia uaktualnialiśmy opisy w teatrze służące widzom jako wskazówki.

Edilia Gänz, zapytana o pozyskiwanie nowej i młodej publiczności, położyła nacisk na budowanie mostów porozumienia. – Analizujemy, jak produkcje, które wspieramy, tworzą przekaz z myślą o dzisiejszym widzu, biorąc uwagę, że żyjemy w społeczeństwie stale zanurzone w urządzeniach elektronicznych, o krótkim czasie skupienia uwagi i borykającym się z codziennym zalewem informacji. Z kolei nagroda Fedory za najlepszy projekt cyfrowy powstała z myślą o odbiorcach, których do kultury może przyciągnąć zastosowanie nowych technologii. – Dodała też, że holistyczne myślenie o innowacjach wymaga zmian w samym ciele instytucji: – Organizacje przyszłości muszą mieć na uwadze, że działy powinny pracować ze sobą od początku, w odróżnieniu od systemu, w którym artyści pracują oddzielnie, administracja oddzielnie, a marketing i komunikacja oddzielnie.



Sarah Ellis podkreśliła znaczenie działań w obszarze badań i rozwoju (ang. *research and development*, R&D). – Programy takie jak Audience of the Future pozwalają rozwiązywać problemy, z którymi wszyscy się borykamy. Długotrwałe badania publiczności, w których przyglądamy się różnym zjawiskom z odmiennych perspektyw, mają ogromne znaczenie, podobnie jak to, w jaki sposób dzielimy się wnioskami z badań ze środowiskiem. Muszą brać w tym procesie udział praktycy oraz firmy technologiczne. Musimy prowadzić dialog, w którym technologowie dostają od nas informację zwrotną. Badania akademickie też mają ogromne znaczenie. Najbardziej interesuje mnie wiedza kolektywna, nie ta pochodząca z jednego źródła.

Dzień 2: Jak powstaje nowe doświadczenie muzealne

Drugi dzień konferencji rozpoczął się od prezentacji „Jak dawne zbiory budzą nową kreatywność”, przygotowanej przez Merete Sanderhoff, kuratorkę Statens Museum for Kunst – National Gallery of Denmark. Prelegentka mówiła o tym, jak poprzez digitalizację zbiorów, a także oferowanie artystom i widzom otwartych narzędzi do ich wykorzystania, kopenhaskie SMK stymuluje artystyczną ekspresję i działania społeczne. – W 2009 roku w strategii cyfrowej postanowiliśmy, że będziemy katalizatorem kreatywności naszych odbiorców – zaczęła. – Dziś, kiedy nasz flagowy projekt SMK Open dobiega końca, widzimy jego rezultaty. Chcieliśmy, aby nasi użytkownicy mogli swobodnie korzystać z kolekcji i całej zgromadzonej przez nas wiedzy. – Następnie kuratorka zaprezentowała, w jaki sposób odbiorcy mogą korzystać z otwartych zasobów muzeum oraz przytoczyła przykłady projektów społecznych i edukacyjnych zrealizowanych z wykorzystaniem reprodukcji elementów kolekcji.

Zapytana o to, jakie kompetencje liczą się w nowoczesnej instytucji muzealnej, Merete Sanderhoff odpowiedziała: – Musimy zmienić to, jak profilujemy kompetencje pracowników muzeów. Oczywiście nie chodzi o to, żeby wylać dziecko z kąpielą – w naszym przeładowanym informacjami społeczeństwie nadal istnieje zapotrzebowanie na dobrych kuratorów. Jednak otwartość i otwarty umysł to dziś, moim zdaniem, najważniejsze cechy pracowników sektora kultury. Ludzie oczekują dialogu i chcą w nich uczestniczyć. Myślą krytycznie i zadają pytania, oczekując poważnych odpowiedzi. Oczywiście kompetencje technologiczne są równie niezbędne do wykorzystania możliwości, jakie przed sobą mamy.

Zastosowanie wirtualnej rzeczywistości w praktyce muzealnej przedstawił szef francuskiego studia Emissive, Fabien Barati. W prezentacji „Doświadczenia immersyjne w muzeach i galeriach” z perspektywy praktyka i producenta treści mówił m.in. o drodze muzeów do wprowadzenia doświadczeń wirtualnych do wystaw i kolekcji, o zrealizowanym doświadczeniu „Mona Lisa VR: Behind the Glass” w Muzeum Luwru oraz współpracy z instytucjami na świecie, a także przyszłości immersyjnych wystaw i tym, jak wirtualna rzeczywistość może pomóc muzeom stawić czoła wyzwaniom współczesności.

– Muzea szukają nowych sposobów na generowanie przychodów i na to, jak dzielić się wiedzą i zasobami. Uważam, że można na te pytania odpowiedzieć na kilka sposobów. Muzea mogą dotrzeć do wielu odbiorców w różnych zakątkach świata. Mają wspaniałe zasoby obiektów i opowieści, które w niczym nie ustępują nowoczesnym narracjom. W sensie *storytelling* muzea są skarbnicami historii. Muzea to również silne marki, które niewystarczająco wykorzystują swój potencjał. – Fabien Barati udawał, że wirtualna i rozszerzona rzeczywistość, a także praktyka płynąca z pracy z technologiami immersyjnymi, mogą pomóc odpowiedzieć na wiele z wyzwań, które stoją przed muzeami i galeriami sztuki.

Lizzy Jongma, współpracująca z Wikimedia Netherlands oraz wojennym archiwum War Lives: Dutch Network of War Collections, dawniej związana z Rijksmuseum w Amsterdamie, w przekrojowym wystąpieniu „Z niewielką pomocą przyjaciół”. Jak *crowdsourcing* pomaga budować wspólnoty, tworzyć więzi z odbiorcą i uczyć się nowych rzeczy” przedstawiła szczegóły realizacji przełomowych projektów: od cyfryzacji i otwarcia kolekcji Rijksmuseum, przez stworzenie legendarnego Rijksstudio, do pracy z algorytmami odczytującymi archiwa wojenne. Mówiła m.in. o tym, jak poprzez praktyki cyfrowe budować długotrwałe relacje z odbiorcami w sieci i używać zasobów do nowego odczytywania historii i kultury. – W doświadczeniu muzealnym odbiorca z obserwatora stał się uczestnikiem – tak zaczęła opowieść o przemianach, jakie dokonały się w ostatnich dekadach. Posługując się praktycznymi przykładami wykorzystywania zasobów cyfrowych, Lizzy Jonga udawała znaczenie dwukierunkowej relacji między instytucją a jej odbiorcami. – Nauczyliśmy się dbać o uwagę publiczności w internecie, gdy Rijksmuseum było zamknięte z powodu prac remontowych. Nie mieliśmy do dyspozycji obiektu, więc wszystko przeniosło się do sfery



cyfrowej. Wykorzystaliśmy wówczas internet, żeby przyciągnąć uwagę naszych odbiorców. W czasie pandemii COVID-19 sieć może stać się przestrzenią aktywności muzeów, które pozostają zamknięte i niedostępne dla publiczności. Trzeba jednak pamiętać, że to szczególne środowisko. Poślinkowanie się własną stroną internetową może nie wystarczyć. Warto nawiązać współpracę z dużymi graczami, jak Google Arts & Culture czy Wikimedia – mówiła podczas panelu „Jak europejskie muzea stają się lepszymi sąsiadami dzięki innowacjom”, prowadzonego przez Aleksandrę Janus (Centrum Cyfrowe).

– Obserwujemy coraz większą potrzebę zarządzania kulturą w nowy sposób – mówiła Merete Sanderhoff. – Chodzi między innymi o to, jak zarządzamy naszym dziedzictwem. Ruch #MeToo czy kwestia dyskryminacji mniejszości rasowych odmieniają nasze muzea, biblioteki, teatry. Potencjał mediów cyfrowych polega na możliwości szerokiej dystrybucji treści i nawiązania dialogu z odbiorcami. Wprowadzenie do użytku technologii, która pozwala nam rozmawiać o wymienionych wyżej problemach, to dopiero pierwszy krok. Finalnie pomoże nam ona zrozumieć, jak pojmujemy naszą rolę jako instytucje, które gromadzą, chronią i udostępniają dziedzictwo.

Fabien Barati podkreślił, że muzea powinny ewoluować ze społeczeństwem na każdym poziomie. – Muzea wciąż nie oferują wystarczająco dużo emocji i przeżyć, które można byłoby porównać z doświadczeniem epoki, w której powstały. Wówczas były to niezwykle doświadczenia! Dziś w muzeach brakuje poczucia zachwytu. Technologia może pomóc nam je odzyskać.

Zwieńczeniem dwudniowego wydarzenia była prowadzona przez Kingę Gałuszkę debata „Rozwój platform cyfrowych w Polsce”, w której udział wzięli: Joanna Rożen-Wojciechowska, dyrektorka CKF im. Andrzeja Wajdy, Artur Jóźwik, dyrektor Biura Kultury m.st. Warszawy, Robert Piaskowski, pełnomocnik prezydenta miasta Krakowa ds. kultury, i Agata Grabowiecka, dyrektorka platformy Play Kraków. Pierwsza część dyskusji poświęcona została wnioskowi z realizacji kulturalno-rozrywkowej platformy VoD Play Kraków. Robert Piaskowski rozpoczął od podkreślenia dysonansu pomiędzy ilością treści dostępnych w sieci wiosną 2020 roku a sytuacją krajowego sektora kultury. – Okazało się, że artyści nic z tego [zalewu treści – przyp. red.] nie mieli. Polska nadal nie adoptowała przepisów o jednolitym rynku cyfrowym,

nie było u nas podatku od platform cyfrowych. Nagle okazało się, że musimy gwałtownie przyspieszyć – mówił pełnomocnik prezydenta miasta Krakowa. Agata Grabowiecka, dyrektorka platformy Play Kraków, zaznaczyła, że stały wzrost zainteresowania platformą wynika z zaufania odbiorców do marki. – Play Kraków to miejsce, które jest znakiem jakości. Tu znajdują się wysokiej jakości treści kulturalne, chociaż nie tylko – przyjmujemy pod skrzydła też biznes i edukację. Zaskoczeniem było dla mnie, że największą popularnością cieszą się spektakle.

W obliczu budowy stołecznego repozytorium treści kulturalnych kontekst warszawski naświetlił Artur Jóźwik, dyrektor Biura Kultury m.st. Warszawy. – To, co nam przyświeca, to kluczowe hasła: wyzwanie i niepewność. Nie wiemy, jak będzie wyglądała przyszłość kultury. Nie tworzymy platformy, która ma zastąpić instytucje kultury – traktujemy ją jako dodatkową scenę. Doświadczenia instytucji miejskich są bardzo zróżnicowane, lecz zależy nam, aby zebrać je wszystkie i wyciągnąć z nich wnioski.

Joanna Rożen-Wojciechowska, dyrektorka CKF im. Andrzeja Wajdy, przywołała, jak wyglądały wewnątrzśrodowiskowe prace nad koncepcją platformy prowadzone od początku roku 2020 wśród warszawskich instytucji kultury. – Finalnie stworzyliśmy wizję platformy, która miałaby nielimitowaną liczbę podmiotów. Mam na myśli instytucje publikujące treści, dysponujące znaczną autonomią w obrębie tego, czym chcą się dzielić. – Następnie Joanna Rożen-Wojciechowska zaprezentowała szczegóły strategii budowy i moderacji pierwszego warszawskiego portalu dla instytucji kultury.

Po zakończeniu dyskusji o krajowych kanałach dystrybucji kultury Ana Brzezińska, kuratorka wydarzenia, podsumowała pierwszą edycję „Art is Better with You”. – Mimo iż był to rok cyfrowy, a dla niektórych wręcz rok cyfrowego zmęczenia, mam nadzieję, że dwa dni były dla państwa źródłem inspiracji i pokazały, że w technologii najważniejsze jest to, co chcemy tworzyć, dla kogo i w oparciu, na jakich wartościach. Na końcu tego procesu jest miłość do sztuki i pasja do kultury, dzięki którym spotykamy się w naszych najlepszych odsłonach.

Zachęcamy do zapoznania się z przebiegiem konferencji. Wszystkie prezentacje oraz panele dyskusyjne dostępne są na naszym kanale You Tube: bit.ly/ARTisBETTER_video.

PERSPECTIVES FOR THE FUTURE OF THE AUDIOVISUAL INDUSTRY IN EUROPE

→ Connect with the online conference at www.europeanfilmforum.eu

#EuropeanFilmForum

TUESDAY 2 MARCH 2021
11 AM–1 PM



Creative
Europe
MEDIA

Komponent MEDIA na Europejskich Targach Filmowych

W pierwszym tygodniu marca odbyły się Europejskie Targi Filmowe. Tak jak wiele innych wydarzeń branżowych w ostatnich miesiącach również berlińska impreza tym razem w całości przeniosła się do sieci. Wszystkie spotkania, debaty i fora dostępne były na platformie targów, a pokazy marketingowe odbywały się w wirtualnych salach kinowych. Sam festiwal podzielony został na dwie tury. Na początku marca miały miejsce branżowe wydarzenia, a otwarte dla publiczności fizyczne pokazy w ramach 71. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie odbędą się pod hasłem „Summer Special” w dniach 9–20 czerwca 2021 roku.

Niezmienne program Kreatywna Europa był częścią berlińskich targów. W tym roku, ze względu na ich format, zabrakło tradycyjnego stoiska MEDIA. Odbyły się natomiast dwie sesje informacyjne organizowane przez Europejską Agencję Wykonawczą ds. Edukacji i Kultury, poświęcone wybranym aspektom programu Kreatywna Europa, a także pierwsze w tym roku Europejskie Forum Filmowe.

Prezentacje MEDIA

Pierwsze z dwóch spotkań organizowanych przez Agencję Wykonawczą – „Introduction to eGrants” – odbyło się w środę 3 marca. Poświęcone było nowemu narzędziu Komisji Europejskiej do zarządzania grantami, które będzie wykorzystywane w procesie aplikacyjnym w ramach edycji programu Kreatywna Europa w latach 2021–2027. Matteo Solaro i Stefano d’Orilia opowiedzieli słuchaczom o kształcie i działaniu platformy, a także przeprowadzili ich krok po kroku przez proces składania wniosku, od rejestracji po wysłanie dokumentów.

Drugie spotkanie – „Stories and Talents” – odbyło się dwa dni później, 5 marca. Podczas wydarzenia zaprezentowane zostały trzy projekty dofinansowane w komponencie MEDIA, w ramach których kładziono duży nacisk na budowanie hi-

storii i kreatywne myślenie. Program szkoleniowy Less is More oraz jego segment StoryTANK zaprezentował Antoine Le Bos. O tworzeniu serialu telewizyjnego „The Last Socialist Artefact”, w tym również o wyzwaniach stojących przed twórcą filmowym w czasach pandemii, opowiedziała producentka Ankica Jurić Tilić. Doris Bauer przedstawiła natomiast sieć europejskich festiwali filmów krótkometrażowych (European Short Film Festival Network), partnerów sieci oraz szereg inicjatyw w jej ramach. Wszystkie wspomniane projekty przyczyniają się do promowania opowiadania historii oraz wspierają nowe europejskie talenty. Spotkanie poprowadził Harald Trettenbrein.

Europejskie Forum Filmowe

Pierwsze w tym roku Europejskie Forum Filmowe odbyło się tradycyjnie podczas Europejskich Targów Filmowych. Dyskusja zatytułowana „Perspectives for the Future of the Audiovisual Industry in Europe” poświęcona była przyszłości sektora audiowizualnego w Europie. Pandemia spowodowała ogromne zakłócenia w szeroko rozumianej branży audiowizualnej. Kto jeszcze rok temu pomyślałby, że kina będą zamknięte na tak długi czas lub że produkcja filmowa będzie tak problematyczna? Kto by pomyślał, że festiwale filmowe, które celebrują kulturę i łączą ludzi, przestaną być

częścią naszego życia albo że wypuszczenie filmu na platformę VoD, zanim jeszcze trafi do kina, będzie w ogóle możliwe?

Czasy nie są łatwe, ale nie znaczy to, że przyszłość rysuje się jedynie w ciemnych barwach. Sytuacja wymusiła powstanie wielu innowacyjnych modeli biznesowych w sektorze audiowizualnym. Nowy program Kreatywna Europa dysponować będzie większym budżetem, dzięki któremu zwłaszcza w dwóch najbliższych latach spróbuje ułatwić branży wyjście z kryzysu wywołanego pandemią. Komisja Europejska przyjęła również plan działań w zakresie mediów i sektora audiowizualnego (Media and Audiovisual Action Plan), który dobitnie podkreśla wagę, jaką Komisja Europejska przywiązuje do szeroko rozumianego sektora mediów w Europie.

Spotkanie otworzyła Sabine Verheyen, posłanka do Parlamentu Europejskiego, która odniosła się do sytuacji sektora audiowizualnego w czasach pandemii. Omówiła jej wpływ na branżę filmową, jednocześnie podkreślając, że nie miała jedynie negatywnych skutków, ale i swoje dobre strony, tj. nowe współpracy, przyspieszony rozwój technologiczny czy innowacyjne rozwiązania w sektorze.

Dennis Ruh, nowo mianowany dyrektor Europejskich Targów Filmowych, oraz Lucia Recalde, szefowa departamentu ds. programów wsparcia dla branży audiowizualnej i mediów w Dyrekcji Generalnej ds. Sieci Komunikacyjnych, Treści i Technologii Komisji Europejskiej porozmawiali o sytuacji festiwalu i wydarzeń branżowych, a także o przyszłości programu Kreatywna Europa. Zwyżka w budżecie programu oraz aktywny dialog Komisji Europejskiej z przedstawicielami sektora audiowizualnego mają przyczynić się do pomocy branży filmowej i umożliwić jej wyjście z kryzysu.

Gośćmi dyskusji panelowej byli Karin Anell (Wildside), Rikke Ennis (REinvent Studios), Danielle Giroux (Atlas V), Christof Papousek (Constantin-Film, Cineplexx Austria & SEE) oraz Jaume Ripoll (Filmin). Rozmawiali o tym, jak pandemia i związane z nią ograniczenia wpłynęły na działalność i kształt ich firm, z jakimi wyzwaniami musieli się zmierzyć oraz jak dostosowali swoje działania do wymogów nowej rzeczywistości. Każdy z prelegentów opowiedział nie tylko o minusach zaistniałej sytuacji, lecz także o potencjalnie dobrych stronach tej nowej, trudnej rzeczywistości.

Nieodłącznym tematem ostatnich miesięcy w branży filmowej jest zamknięcie kin oraz ich niepewna przyszłość, a także silna konkurencja ze strony platform streamingowych. Również goście Europejskiego Forum Filmowego odnieśli się do tej kwestii, niemal jednogłośnie stwierdzając, że mimo niepewnej i niestabilnej teraźniejszości tradycyjne kina pozostaną w ekosystemie audiowizualnym. Kino to doświadczanie wspólnie kultury, to pewna świecka tradycja. Być może w przyszłości kina będą musiały rozszerzyć swój repertuar i oprócz filmów prezentować również inne elementy kultury, które można wspólnie przeżywać i oglądać na dużym ekranie, ale nie ma wątpliwości, że przetrwają obecny kryzys. Wśród innych przewidywań związanych z niedaleką przyszłością sektora audiowizualnego zaproszeni goście wskazywali na jeszcze większe nasycenie rynku platform oferujących wideo na żądanie, do punktu, w którym konieczna będzie ich konsolidacja. Wskazywano również szybki rozwój technologii VR czy wagę świadomości ekologicznej. Rozmawiano także o tym, jak konkurować na silnie zmonopolizowanym rynku, i podkreślano istotność współpracy międzynarodowej oraz podejmowania ryzyka i wprowadzania innowacyjnych rozwiązań zarówno na poziomie twórczym, jak i biznesowym. Rozmowę zakończyła sesja pytań i odpowiedzi, a całe Europejskie Forum Filmowe zamknęła Lucia Recalde z Dyrekcji Generalnej ds. Sieci Komunikacyjnych, Treści i Technologii Komisji Europejskiej.

Filmy z dofinansowaniem MEDIA w selekcji festiwalowej

W oficjalnej selekcji 71. edycji Berlinale znalazło się dziewięć utworów wspartych w programie Kreatywna Europa. Tytuły za znakiem MEDIA zostały nominowane w sześciu kategoriach, w tym w konkursie głównym. Nominowane produkcje uzyskały dofinansowanie w obszarach związanych z developmentem – projektu pojedynczego bądź ich pakietu, produkcją telewizyjną oraz międzynarodowymi funduszami koprodukcyjnymi.

Spośród nominowanych filmów wspartych w programie Kreatywna Europa berlińskie jury nagrodziło dwie produkcje. Srebrnego Niedźwiedzia dla najlepszego reżysera otrzymał Dénes Nagy za film „Természetes fény”. Nagroda specjalna jury trafiła do Lê Bảo za film „Vi”.

Złotego Niedźwiedzia dla najlepszego filmu otrzymał „Babardeală cu bucluc sau porno balamuc” (ang. „Bad Luck Banging or Loony Porn”) w reżyserii Radu Jude.

LISTA FILMÓW ZE WSPARCIEM MEDIA POKAZYWANYCH NA FESTIWALU:

• KONKURS GŁÓWNY

- „Memory Box”,
reż. Joana Hadjithomas, Khalil Joreige
(Francja, Liban, Kanada, Katar)
- „Nebenan”, reż. Daniel Brühl (Niemcy)
- „Természetes fény”, reż. Dénes Nagy
(Węgry, Łotwa, Francja, Niemcy)

• PANORAMA

- „Die Welt wird eine andere sein”,
reż. Anne Zohra Berrached (Niemcy, Francja)

• GENERATION

- „Tabija”, reż. Igor Drlijača (Kanada, Bośnia i Hercegowina)

• FORUM

- „Anmaßung”, reż. Chris Wright, Stefan Kolbe (Niemcy)
- „No táxi do Jack”, reż. Susana Nobre (Portugalia)

• ENCOUNTERS

- „Vi”, reż. Lê Bảo (Wietnam, Singapur, Francja, Tajlandia, Niemcy, Tajwan)

• BERLINALE SERIES

- „Snöänglar”, reż. Anna Zackrisson (Szwecja, Dania)

30-LECIE KOMPONENTU MEDIA



Komponent MEDIA obchodzi 30. urodziny! Z tej okazji 15 stycznia 2021 roku Komisja Europejska uruchomiła kampanię promocyjną, mającą na celu przybliżyć program i jego wpływ na sektor audiowizualny szerokiej publiczności.

30 lat wsparcia filmów europejskich i sektora audiowizualnego

Już od 30 lat komponent MEDIA programu Kreatywna Europa oferuje wsparcie europejskiemu przemysłowi filmowemu i sektorowi audiowizualnemu. Od 1991 roku przeznaczył ponad 2,6 mld euro na rozwój tych obszarów, wzmacniając konkurencyjność europejskiej branży audiowizualnej, wzbogacając różnorodność kulturową Europy i promując międzynarodową współpracę.

Środki z MEDIA trafiają do producentów filmów i gier komputerowych, dystrybutorów filmów europejskich, agentów sprzedaży, organizatorów szkoleń, festiwali filmowych, targów branżowych, wydarzeń budujących i rozwijających widownię oraz projektów współpracy między inicjatywami edukacyjnymi, twórców platform internetowych przeznaczonych dla profesjonalistów branży audiowizualnej, a także kin oferujących europejski repertuar.

MEDIA od trzech dekad inwestuje w produkcję, promocję i dystrybucję utworów europejskich na kontynencie i poza nim, a także wspiera nawiązywanie kontaktów i profesjonalizację przedstawicieli branży audiowizualnej oraz

rozwój talentów. Komponent od lat kładzie nacisk na wagę innowacji cyfrowych i nowych modeli biznesowych, starając się, aby europejskie firmy audiowizualne mogły konkurować na rynku światowym.

Kampania promocyjna #StoriesAreMeantToBeShared

15 stycznia wystartowała kampania promocyjna jubileuszu MEDIA. Skierowana jest ona zarówno do branży, jak i szerokiej publiczności, a przede wszystkim młodych ludzi. Kampania ma na celu nie tylko przybliżyć strukturę i działania w ramach komponentu, lecz także uzmysłowić, jak wiele obszarów kultury i rozrywki, z której na co dzień korzystają Europejczycy obywatele, działa i powstaje ze wsparciem MEDIA.

Kampania prowadzona jest głównie w mediach społecznościowych. Każdego miesiąca publikowany jest ciąg infografik, zdjęć, quizów oraz krótkich wywiadów, które w przystępny i wizualnie atrakcyjny sposób prezentują obszary dofinansowania i działania komponentu. Komisja Europejska uruchomiła także nową platformę dedykowaną MEDIA w ramach edycji programu Kreatywna Europa 2021–2027.



30

YEARS OF MEDIA



Program Kreatywna Europa – podsumowanie edycji 2014–2020

Wraz z końcem ubiegłego roku zakończyła się pierwsza edycja programu Kreatywna Europa, zaplanowana na lata 2014–2020. W tym czasie w ramach trzech komponentów (Kultura, MEDIA, część międzysektorowa) wspierane były działania z sektorów kultury, kreatywnych i audiowizualnego, mające na celu m.in. poszerzanie kompetencji, zachęcanie do skutecznego działania na poziomie ponadnarodowym, strategiczne budowanie i rozwijanie publiczności, pozyskiwanie nowych odbiorców europejskiej sztuki i filmu oraz zwiększanie dostępu do kultury i utworów audiowizualnych, a także ich promowanie.

W latach 2014–2020 program Kreatywna Europa oferował szerokie wsparcie dla sektorów kultury i kreatywnego oraz dawał możliwość podjęcia współpracy ponadnarodowej. Dzięki programowi zrealizowanych zostało wiele ambitnych przedsięwzięć kulturalnych, docenieni zostali wyjątkowi artyści, miejsca i dzieła, a młodzi twórcy mieli okazję doskonalenia warsztatu i zaistnienia na scenie europejskiej. Program promował sztukę na wysokim poziomie, zachęcał do wymiany wiedzy i doświadczeń, oferował wsparcie twórcom i dotarcie do nowej publiczności, doceniał dziedzictwo kulturowe, ale odpowiadał też na potrzeby współczesnego świata.

Komponent Kultura

W sumie w ciągu siedmiu lat funkcjonowania programu Kreatywna Europa w ramach komponentu Kultura złożono ponad 5000 wniosków z propozycjami międzynarodowych projektów kulturalnych (dane szacunkowe), z czego dofinansowanie otrzymało ponad 1100. Mimo wyzwań, jakie program stawiał przed potencjalnymi wnioskodawcami, cieszył się on dużym zainteresowaniem wśród podmiotów kulturalnych zarówno z Polski, jak i innych państw europejskich, o czym świadczy liczba złożonych wniosków. Przez siedem lat funkcjonowania wzięło w nim udział prawie 200 podmiotów kulturalnych z Polski, które realizowały projekty międzynarodowe na łączną kwotę bliską 100 mln euro.

Komponent Kultura składał się z czterech głównych obszarów dofinansowania, a konkursy grantowe były ogłaszane zgodnie z ustalonym harmonogramem naboru wniosków. Największą popularnością wśród wnioskodawców cieszył się obszar Projekty współpracy europejskiej, który wspierał działania kulturalne oparte na współpracy międzynarodowej podmiotów z sektora kultury lub kreatywnego. Dofinansowane projekty promowały europejskie wartości i wspierały międzynarodowy obieg dzieł, osób i ich twórczości, łączyły poprzez

kulturę i sztukę oraz upowszechniały europejskie dziedzictwo kulturowe. W ciągu siedmiu lat w ramach obszaru zrealizowano ponad 600 projektów. Najwięcej wniosków aplikacyjnych zostało złożonych z Włoch, Francji, Wielkiej Brytanii (tzn. liderem projektu była organizacja kulturalna z tego kraju). W tym zestawieniu Polska znalazła się na miejscu 13.

Dla sektora wydawniczego dedykowany był obszar Tłumaczenia literackie, który oferował wsparcie dla projektów tłumaczeń wysokiej jakości literatury europejskiej, wydanie, dystrybucję i promocję książek, ich autorów oraz tłumaczy. W ramach tego obszaru złożono ponad 1400 wniosków, z czego blisko 400 zostało dofinansowanych. Najwięcej projektów zostało wybranych z Serbii, Bułgarii, Macedonii Północnej i Słowenii.

Trzeci obszar, Platformy europejskie, był pewnego rodzaju nowością (nie miał swojego odpowiednika w poprzednich programach grantowych), a jego celem było współfinansowanie międzynarodowych działań kulturalnych przyczyniających się do rozwoju nowych talentów i wzmacniających rozpoznawalność oraz widoczność artystów i twórców sektorów kultury i kreatywnego na arenie europejskiej.

Ostatni obszar w ramach komponentu Kultura, Sieci europejskie, dawał możliwość realizacji międzynarodowych działań kulturalnych przez europejskie sieci współpracy kulturalnej, zrzeszające przynajmniej 15 organizacji członkowskich z 10 różnych krajów. We wszystkich naborach złożono 125 aplikacji, a 51 z nich zdobyło granty na łączną kwotę 33,5 mln euro. Najwięcej zgłoszeń wpłynęło z Belgii, Francji i Niemiec.

Poza bezpośrednim wsparciem w postaci grantów przydzielanych na międzynarodowe projekty kulturalne w ramach komponentu Kultura programu Kreatywna Europa realizowane



były także dodatkowe działania i inicjatywy, mające na celu zwiększenie widoczności i wspieranie rozwoju europejskich sektorów kultury i kreatywnego.

Podnoszenie prestiżu oraz promowanie wybitnych dzieł, miejsc, artystów i miast to podstawowe założenia europejskich nagród Unii Europejskiej w dziedzinie literatury, dziedzictwa kulturowego – Europa Nostra, architektury współczesnej – im. Mies van der Rohego oraz muzyki współczesnej – European Border Breakers Award (obecnie Music Moves Europe Talent Award). W celu wspierania branży muzycznej, poza nagrodą EBBA, w 2018 roku powstał pilotażowy program Music Moves Europe. Działanie skierowane jest do profesjonalistów sektora muzycznego, którego celem jest chęć wspierania branży muzycznej w wyzwaniach, jakim musi stawiać czoła w związku z m.in. postępem technologicznym i zmianami w sposobie produkcji oraz dystrybucji muzyki.

Nowym, powołanym w ostatnich latach przez Komisję Europejską, wspierającym mobilność artystów i pracowników sektora kultury i kreatywnego programem jest i-Portunus. Jego zadaniem jest wsparcie inicjatyw zwiększających kreatywność, rozwój zawodowy i wzrost konkurencyjności na rynku pracy.

W związku z budowaniem międzynarodowych stosunków kulturalnych Unii Europejskiej i państw spoza niej w 2019 roku ogłoszono dodatkowy konkurs na projekty współpracy z krajami regionu Bałkanów Zachodnich. Spośród zgłoszeń wybrano 13 aplikacji, a łączny przyznany grant wyniósł prawie 5 mln euro.

Różnorodność kultury europejskiej jest promowana także w ramach popularnej inicjatywy, jaką jest Europejska Stolica Kultury. Wybrane na okres jednego roku miasto ma szansę zaprezentować swoje działania kulturalne. W 2016 roku ten zaszczytny tytuł należał do Wrocławia (wraz z hiszpańskim miastem San Sebastián), gdzie zorganizowano dwa tysiące wydarzeń kulturalnych, w których uczestniczyło 5,2 mln widzów.

W latach 2014–2020 kontynuowano także działania promujące dziedzictwo kulturowe, takie jak Europejskie Dni Dziedzictwa oraz Znak Dziedzictwa Europejskiego.

Do sukcesów minionych siedmiu lat należy zaliczyć również uruchomienie instrumentu gwarancji finansowych, który

stanowił integralną część programu Kreatywna Europa i był istotnym innowacyjnym elementem publicznego wsparcia sektorów kultury i kreatywnego. W pierwszym roku od jego wprowadzenia w Europie zagwarantowano ponad 50 mln euro w pożyczkach, dzięki czemu ułatwiono inwestycje o wartości ponad 180 mln euro.

Więcej informacji oraz podsumowanie pierwszej edycji programu Kreatywna Europa pod względem merytorycznym i statystycznym znajdą Państwo w publikacji „Mapa projektów 2014–2020. Projekty realizowane przez polskie organizacje i instytucje w ramach programu Kreatywna Europa – komponent Kultura” przygotowanej przez Creative Europe Desk Polska. Zaprezentowane zostały tam wybrane projekty inicjowane, koordynowane i współorganizowane przez polskie organizacje sektora kultury dzięki wsparciu komponentu Kultura programu Kreatywna Europa.

Elektroniczną wersję publikacji można pobrać z naszej strony internetowej: https://kreatywna-europa.eu/wp-content/uploads/2021/01/Mapa_projektow_www-1.pdf.

Komponent MEDIA

W ramach komponentu MEDIA program Kreatywna Europa wspierał w latach 2014–2020 europejski sektor audiowizualny. Dzięki wsparciu programu rozwijane były wysokiej jakości projekty filmowe – fabularne, animowane oraz dokumentalne, a także projekty wykorzystujące doświadczenie wirtualnej rzeczywistości. Łącznie wsparcie trafiło do niespełna 1000 projektów. Wiele z nich miało premiery na najważniejszych festiwalach filmowych w Europie i na świecie oraz zostało wyróżnionych licznymi nagrodami filmowymi, w tym Europejskimi Nagrodami Filmowymi, które organizowane są ze wsparciem komponentu MEDIA oraz LUX – Europejskimi Nagrodami Publiczności, a także trafiło do szerokiej dystrybucji kinowej. Europejskie firmy produkcyjne otrzymały również wsparcie ze strony programu na development pakietu 3–5 projektów – łącznie dofinansowanie trafiło do ponad 510 producentów. Komponent MEDIA w latach 2014–2020 wsparł produkcję 340 filmów i seriali fabularnych, animowanych i dokumentalnych, które w pierwszej kolejności przeznaczone były do ramówek europejskich stacji telewizyjnych i które powstawały przy wsparciu europejskich nadawców. Wśród beneficjentów programu znaleźli się deweloperzy gier wideo, rozwijający projekty gier narracyjnych o wysokich wartościach artystycznych i dużym potencjale międzynarodowym, które

przeznaczone były do komercyjnej dystrybucji. W ciągu siedmiu lat dofinansowanych zostało 211 projektów gier wideo.

Jednym z priorytetów programu było zwiększanie kompetencji osób zawodowo związanych z sektorem audiowizualnym. Profesjonaliści mogli podnosić swoje kwalifikacje dzięki udziałowi w różnego typu warsztatach odbywających się ze wsparciem komponentu MEDIA, wpływających na poprawę umiejętności i rozszerzenie wiedzy w obszarach rozwoju widowni, marketingu, dystrybucji i rozpowszechniania dzieł audiowizualnych, kwestii prawnych i finansowych, zarządzania firmą audiowizualną, rozwoju i produkcji projektów, a także nowych technologii i modeli biznesowych. Profesjonaliści mogli również uczestniczyć w różnego typu wydarzeniach networkingowych oraz marketach filmowych odbywających się ze wsparciem komponentu MEDIA, które dawały możliwość rozwoju międzynarodowych projektów i wspierały rozwój koprodukcji filmowych. Inicjatywy te miały na celu promocję europejskich utworów audiowizualnych oraz ułatwienie profesjonalistom dostępu do rynków w Europie i poza kontynentem. Specjaliści branży filmowej mogli też korzystać z narzędzi internetowych skierowanych *stricte* do profesjonalistów, a skupionych na innowacyjnych rozwiązaniach i dających możliwość rozwoju nowych modeli biznesowych w sektorze.

Wśród schematów komponentu MEDIA wiele przeznaczonych było na inicjatywy dotyczące rozwoju publiczności europejskich utworów audiowizualnych. Wsparcie programu trafiało do platform oferujących usługę wideo na żądanie z europejskimi filmami oraz międzynarodowe działania marketingowe, tworzenia marki i dystrybucji utworów audiowizualnych na platformach niekinowych. Komponent wspierał także organizatorów festiwali filmowych, których program składał się w znacznej większości z europejskich filmów i którzy organizowali działania edukacyjne, uwrażliwiające publiczność na kino europejskie i proponowali innowacyjne metody angażowania publiczności. W latach 2014–2020 dofinansowanie otrzymało niespełna 550 indywidualnych imprez filmowych oraz sieci festiwali. Program wspierał także dystrybutorów filmowych i agentów sprzedaży, aby zwiększyć szansę na szerszą międzynarodową dystrybucję niedawno wyprodukowanych europejskich filmów oraz zapewnić ich odpowiednią promocję. Ponadto na dofinansowanie programu mogły liczyć partnerskie, międzynarodowe projekty edukacji filmowej, prezentujące i promujące różnorodność kina europejskiego oraz skierowane do młodej publiczności. Celem inicjatyw było zwiększanie zainteresowania europejskimi dziełami audiowizualnymi i poprawa dostępu do nich, w tym do filmów zaliczanych do klasyki kinematografii.

W odpowiedzi na główne cele programu – w tym zwiększanie obiegu europejskich utworów audiowizualnych oraz wzmacnianie promocji konkurencyjności filmów europejskich – ponad połowa budżetu komponentu MEDIA przeznaczona była na wsparcie inicjatyw skierowanych do widowni, w tym na upowszechnianie i dystrybucję europejskich tytułów. Dzięki priorytetowi programu, dotyczącemu wsparcia obiegu europejskich tytułów, były one dostępne poza krajami produkcji. Także polskie filmy były dystrybuowane w europejskich kinach i docierały do międzynarodowej publiczności.

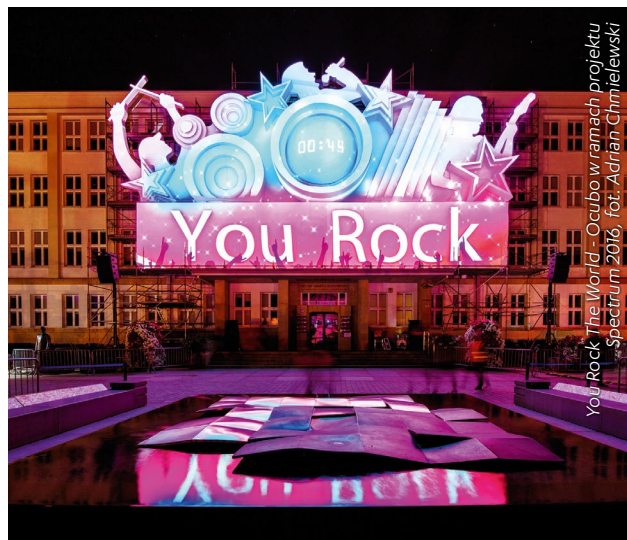
Ponadto w ramach sieci Europa Cinemas komponent MEDIA wspierał europejskie kina studyjne, programujące filmy europejskie oraz organizujące projekty edukacji filmowej dla młodych widzów. Obecnie w sieci jest ponad 1200 kin zlokalizowanych w 43 krajach, w tym 41 obiektów w Polsce.

Podczas siedmiu lat trwania poprzedniej edycji programu Kreatywna Europa łącznie dofinansowano blisko 12 500 projektów i inicjatyw w ramach komponentu MEDIA na rozwój, promocję i dystrybucję europejskich utworów audiowizualnych na Starym Kontynencie i poza nim. Wśród beneficjentów programu corocznie obecni byli przedstawiciele polskich firm i organizacji z sektora audiowizualnego. W edycji programu Kreatywna Europa na lata 2014–2020 prawie 700 projektów realizowanych przez polskie podmioty lub inicjatywy międzynarodowe z udziałem polskich partnerów otrzymało wsparcie komponentu MEDIA.

Każdego roku komponent nieznacznie ewoluował, by dzięki temu na bieżąco odpowiadać na potrzeby europejskiego sektora audiowizualnego oraz na zmiany w nim zachodzące, w tym wyzwania dotyczące digitalizacji. Zachęcał przy tym do rozwoju i wykorzystywania technologii cyfrowych. W ostatnich latach funkcjonowania poprzedniej edycji programu duży nacisk kładziony był na rozwój współpracy międzynarodowej, budowanie partnerstw i tworzenie sieci w celu bardziej efektywnego wykorzystywania funduszy oraz poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań w sektorze.

Część międzysektorowa

Aby wspierać działania pomiędzy różnymi sektorami, w latach 2014–2020 ogłoszono dodatkowe konkursy w ramach tzw. naborów międzysektorowych. W 2016 roku odbył się nabór wniosków, których celem było ułatwienie integracji uchodźców ze społeczeństwem europejskim poprzez wzmocnienie szacunku i zrozumienia dla różnorodności, wartości demokratycznych i obywatelstwa, tolerancji i szacunku wobec innych kultur. Wśród dofinansowanych projektów znalazły się dwa, w których liderem były organizacje z Polski. Dodatkowo w latach 2019–2020 zrealizowano dwa konkursy dotyczące łączenia kultury i treści audiowizualnych poprzez cyfryzację.





17 grudnia 2020 roku Rada Unii Europejskiej przyjęła rozporządzenie określające wieloletnie ramy finansowe Unii Europejskiej na lata 2021–2027. Dokument przewiduje długoterminowy budżet wspólnoty w wysokości 1074,3 mld euro (w cenach z 2018 roku) oraz włączenie do niego Europejskiego Funduszu Rozwoju. Wraz z unijnym instrumentem odbudowy Next Generation EU o wartości 750 mld euro Unia zyska na nadchodzące lata środki w bezprecedensowej kwocie 1,8 bln euro. Posłużą one odbudowie po pandemii COVID-19 oraz realizacji długoterminowych priorytetów Unii w różnych dziedzinach polityki.

Nowa edycja programu Kreatywna Europa 2021–2027

Nowy długoterminowy budżet obejmie siedem obszarów wydatków (m.in. jednolity rynek, innowacje i gospodarkę cyfrową; spójność, odporność i wartości; zasoby naturalne i środowisko) i zapewni ramy finansowania niemal 40 unijnych programów wydatków w kolejnym siedmioletnim okresie, w tym nowej edycji programu Kreatywna Europa, na którą przeznaczono 2,5 mld euro.

W nowej edycji program Kreatywna Europa nadal będzie wspierać europejskie sektory kultury, kreatywny i audiowizualny poprzez konkursy projektów oraz inicjatywy realizowane w ramach trzech komponentów: **MEDIA** – dla sektora audiowizualnego, **Kultura** – dla sektorów kultury i kreatywnego, **międzysektorowego** – przekrojowo dla wszystkich sektorów objętych programem Kreatywna Europa.

Cele i założenia programu pozostają bez zmian – nadal kluczowe będą: realizacja działań twórczych opartych na międzynarodowej współpracy, wsparcie międzynarodowego obiegu dzieł i twórców, budowanie publiczności i zwiększanie uczestnictwa w kulturze, wzmacnianie potencjału, zasięgu i konkurencyjności sektorów na rynku globalnym. Duży nacisk zostanie położony na dostosowywanie sektorów do zmiany cyfrowej, także w kontekście wsparcia sektorów w kryzysie wywołanym pandemią COVID-19, oraz wykorzystanie nowych technologii i wdrażanie innowacji. Nowością w programie będzie zielona transformacja sektorów i redukcja ich śladu węglowego – zgodnie z przyjętymi celami Europejskiego Zielonego Ładu i założeniem osiągnięcia przez Unię Europejską neutralności klimatycznej do 2050 roku. Zaakcentowane mają zostać także różnorodność i równość w sektorach, m.in. równość płci, a także włączanie społecz-

ne poprzez kulturę i sztukę oraz promowanie wspólnych europejskich wartości.

Komponent MEDIA

Komponent MEDIA programu Kreatywna Europa wspiera europejski sektor audiowizualny. Jego głównymi celami są wzmacnianie zdolności sektora i promowanie transnarodowego obiegu europejskich dzieł audiowizualnych. Komponent MEDIA skierowany jest do producentów filmów i gier komputerowych, dystrybutorów filmów europejskich, agentów sprzedaży, organizatorów szkoleń, festiwali filmowych, targów branżowych, wydarzeń budujących i rozwijających widowisk oraz projektów współpracy inicjatyw edukacyjnych, twórców platform internetowych przeznaczonych dla profesjonalistów branży audiowizualnej, a także kin oferujących europejski repertuar.

Podobnie jak w przypadku poprzedniej edycji programu Kreatywna Europa, także i w latach 2021–2027 przewidziane jest wspieranie sieci profesjonalistów sektora audiowizualnego, ze szczególnym uwzględnieniem przystosowania się do digitalizacji, a także budowanie potencjału firm w zakresie tworzenia większej liczby utworów audiowizualnych przeznaczonych na rynki europejskie i pozaeuropejskie. Wśród celów komponentu MEDIA jest ułatwianie koprodukcji na szczeblu europejskim i międzynarodowym oraz wspieranie promocji projektów na rynkach europejskich i międzynarodowych. Jednym z najważniejszych zagadnień pozostanie wsparcie dystrybucji kinowej oraz dystrybucja za pośrednictwem platform internetowych. Priorytety komponentu będą realizowane również poprzez wsparcie inicjatyw budujących publiczność europejskich utworów oraz narzędzi wykorzystujących nowe modele biznesowe.

W nowej edycji programu Kreatywna Europa duży nacisk kładziony będzie na wsparcie sektora, który bardzo mocno odczuł skutki pandemii COVID-19, większe znaczenie będzie miała współpraca międzynarodowa, tworzenia sieci podmiotów aktywnie działających w sektorze audiowizualnym. Ponadto istotna będzie odpowiedź na Europejski Zielony Ład oraz inicjatywy zakładające włączanie społeczne i równowagę płci w sektorze.

W latach 2021–2027 komponent MEDIA będzie wspierał europejski sektor audiowizualny poprzez trzy klastry.

Klaster Creation obejmować będzie wsparcie projektów audiowizualnych w fazach rozwoju oraz produkcji, które posiadają duży potencjał międzynarodowy. Wśród schematów realizowanych w ramach klastra pojawi się wsparcie dla co-developmentu europejskich projektów filmowych – animowanych, dokumentalnych lub fabularnych, przewidzianych do dystrybucji kinowej lub emisji telewizyjnej oraz eksploatacji na platformach cyfrowych. Projekty te będą musiały być rozwijane przynajmniej przez dwie firmy produkcyjne pochodzące z różnych krajów uczestniczących w programie. Kontynuowane będzie finansowanie pakietów europejskich projektów filmowych w fazie rozwoju. W odpowiedzi na potrzeby rynków o niskiej zdolności produkcyjnej ustanowiony zostanie nowy schemat obejmujący *mini-slate*, w ramach którego finansowanie będzie przeznaczane na mniejszą liczbę projektów w pakiecie. Wsparcie projektów gier wideo zostanie rozszerzone o dofinansowanie projektów wykorzystujących treści immersyjne, w tym między innymi doświadczenia wirtualnej rzeczywistości (ang. *virtual reality*, VR). Ponadto część *Creation* obejmować będzie także wsparcie produkcji projektów filmowych (pojedynczych lub serii), przeznaczonych w pierwszej kolejności do rozpowszechniania w telewizji lub na platformach streamingowych.

Klaster Audience skupiać będzie schematy nakierowane na zwiększanie publiczności europejskich treści audiowizualnych i docieranie przez nie do szerokiej widowni oraz rozwój dystrybucji, zarówno kinowej, jak i z wykorzystaniem platform VoD. W ramach grupy schematów kontynuowane będzie wsparcie sieci kin Europa Cinemas, której rolą jest zwiększanie liczby europejskich filmów w repertuarze kin, a przez to także ich różnorodności oraz inicjatyw edukacyjnych skierowanych do młodej widowni. W ramach klastra wspierane będą europejskie festiwale filmowe, współpracujące z innymi imprezami filmowymi, skupione w ramach sieci. Ponadto dofinansowanie będzie trafiać do sieci platform oferujących usługę wideo na żądanie oraz operatorów tych platform. Europejscy agenci sprzedaży koordynujący międzynarodowe kampanie dystrybucyjne realizowane we współpracy z lokalnymi europejskimi dystrybutorami będą mogli ubiegać się o dofinansowanie ze schematu *Films on the Move*. W ramach klastra wspierane będą inicjatywy edukacyjne w Europie, opierające się na współpracy międzynarodowej oraz zakładające działania innowacyjne w tym zakresie, m.in. poprzez wykorzystanie narzędzi cyfrowych.

Klaster Business nakierunkowany będzie na podnoszenie kompetencji europejskich profesjonalistów sektora audio-

wizualnego, budowanie sieci kontaktów oraz rozwój innowacyjnych narzędzi biznesowych. W ramach grupy schematów planowane jest wspieranie warsztatów, programów treningowych i mentorskich, także dla początkujących specjalistów z sektora audiowizualnego. Ponadto finansowanie trafiać będzie do wydarzeń branżowych, w tym targów koprodukcyjnych oraz wydarzeń networkingowych. W ramach klastra wspierane będzie działanie europejskich agentów sprzedaży oraz dystrybutorów filmowych. Ponadto grupa schematów zakłada dofinansowanie innowacyjnych narzędzi służących rozwojowi nowych modeli biznesowych, w tym z wykorzystaniem technologii cyfrowych.

Komponent Kultura

Komponent Kultura jest częścią programu Kreatywna Europa przeznaczoną dla publicznych oraz prywatnych instytucji, organizacji i innych podmiotów aktywnie działających w sektorach kultury oraz kreatywnym, z wyłączeniem sektora audiowizualnego. Jego założeniem jest wsparcie międzynarodowej współpracy i koprodukcji, promocja europejskiej kultury i sztuki, zwiększanie mobilności artystów i dzieł europejskich, budowanie europejskiej publiczności, zwiększanie uczestnictwa w kulturze oraz włączanie społeczne poprzez kulturę i sztukę, transformacja cyfrowa i wdrażanie innowacji, w tym innowacji społecznych i nowych modeli w organizacji kultury. Projekty realizowane dzięki wsparciu komponentu Kultura mają rozwijać współpracę ponadnarodową, potencjał i zasięg działania europejskich podmiotów sektorów kultury i kreatywnego, wspierać zieloną transformację sektorów i transfer dobrych praktyk, a także przyczyniać się do profesjonalizacji i wzrostu konkurencyjności sektorów na globalnym rynku.

W nowej edycji programu Kreatywna Europa wsparcie międzynarodowych działań artystycznych, kulturalnych i kreatywnych w ramach komponentu Kultura kontynuowane będzie poprzez cztery schematy dofinansowania:

Projekty współpracy europejskiej – obszar wspierający projekty oparte na międzynarodowej współpracy partnerskiej organizacji i instytucji sektorów kultury i kreatywnego, służące pracy twórczej i wprowadzaniu innowacji w działaniach kulturalnych. Projekty powinny przyczyniać się do międzynarodowego obiegu dzieł, osób i ich twórczości, a także do budowania publiczności, włączania społecznego poprzez kulturę i sztukę, wprowadzania przez sektory kultury i kreatywne praktyk przyjaznych środowisku, cyfryzacji i wdrażania technologii w kulturze, budowania potencjału organizacji europejskiego sektora kultury i rozwoju poszczególnych dziedzin sektora, takich jak architektura czy dziedzictwo kulturowe.

Nowością w ramach tego schematu grantowego ma być wprowadzenie, obok dotychczasowych Projektów współpracy europejskiej na mniejszą i większą skalę, nowej kategorii Projektów współpracy europejskiej na średnią skalę.

Wsparcie obiegu literatury europejskiej (d. Tłumaczenia literackie) – obszar wspierający projekty przekładu wysokiej jakości europejskiej beletrystyki, obejmujący tłumaczenie, wydanie, dystrybucję i promocję tytułów, ich autorów oraz tłumaczy. Projekty mają służyć rozwojowi europejskiego

rynku wydawniczego i wsparciu międzynarodowego obiegu różnorodnych dzieł literackich, dotarciu do nowych czytelników, zwiększaniu wykorzystania technologii cyfrowych w dystrybucji i promocji utworów.

Nowością w ramach tego obszaru ma być możliwość tworzenia krajowych bądź międzynarodowych grup podmiotów sektora książki na rzecz realizacji projektów wydawniczych o szerszym zasięgu.

Platformy europejskie – obszar wspierający realizację międzynarodowych działań kulturalnych przyczyniających się do budowania potencjału, promocji i rozwoju kariery wschodzących twórców i artystów, zwiększających widoczność i rozpoznawalność ich samych oraz ich twórczości na arenie międzynarodowej. Projekty powinny wspierać międzynarodowy obieg dzieł kultury, wykorzystywać innowacyjne metody i technologie informacyjno-komunikacyjne w budowaniu europejskiej publiczności i dystrybucji treści kultury.

Sieci europejskie – obszar wspierający realizację międzynarodowych działań kulturalnych realizowanych przez europejskie sieci współpracy kulturalnej, zrzeszające i reprezentujące organizacje i instytucje kultury z różnych dziedzin. Projekty powinny służyć transferowi wiedzy i umiejętności, budowaniu potencjału sektora kultury, wypracowywaniu i testowaniu nowych rozwiązań dla sektorów kultury i kreatywnego.

Warto także podkreślić, że w pierwszych latach funkcjonowania nowej edycji programu Kreatywna Europa realizowane będą inicjatywy wsparte w poprzedniej edycji programu – w latach 2014–2020, takie jak **Perform Europe** – schemat wsparcia dystrybucji sztuk performatywnych, druga i trzecia faza pilotażowego programu mobilności twórców i profesjonalistów sektora kultury **i-Portunus**, a także **działania dofinansowane w ramach pilotażowej inicjatywy Music Moves Europe**, służące wsparciu eksportu i promocji europejskiej muzyki na arenie międzynarodowej (projekt „Implementing Steps to Develop and Promote European Music Export”).

Program mobilności i-Portunus po zakończeniu wdrażania fazy pilotażowej ma stać się w kolejnych latach stałym schematem grantowym w ramach programu Kreatywna Europa 2021–2027.

Ponadto w ramach komponentu Kultura nadal wspierane będą takie inicjatywy jak Europejska Stolica Kultury, Znak Dziedzictwa Europejskiego i Europejskie Dni Dziedzictwa, a także nagrody Unii Europejskiej w dziedzinie kultury – Europa Nostra Awards w obszarze dziedzictwa kulturowego, Nagroda im. Mies van der Rohego w dziedzinie architektury współczesnej, Nagroda Literacka Unii Europejskiej oraz Music Moves Europe Talent Award.

Komponent międzysektorowy

Komponent międzysektorowy programu Kreatywna Europa wspiera międzynarodowe działania oparte na partnerskiej współpracy organizacji i instytucji sektorów kultury, kreatywnego i audiowizualnego. Jego celem jest propagowanie nowych form twórczości na styku różnych sektorów kultury

i kreatywnych, m.in. poprzez wsparcie eksperymentalnych podejść i wdrażania innowacyjnych technologii i rozwiązań w tworzeniu, udostępnianiu, dystrybucji i promocji treści kultury, z uwzględnieniem ich potencjału rynkowego. Zadanie to realizowane będzie poprzez działanie **Creative Innovation Lab**, służące wsparciu nowatorskich rozwiązań m.in. w obszarze technologii i zielonej transformacji.

Nowością w komponencie międzysektorowym będzie wprowadzenie **schematu wsparcia sektora mediów informacyjnych** m.in. w transformacji cyfrowej i biznesowej – w kontekście zmiany modelu konsumpcji informacji i zmian technologicznych na rynku mediów, podejmowania międzynarodowej współpracy przez wydawców i zespoły dziennikarzy, a także wsparcie rozwoju umiejętności korzystania z mediów i rozumienia przekazów medialnych – w kontekście walki z dezinformacją oraz poruszania się w środowisku cyfrowym.

Instrument gwarancji dla sektorów kreatywnych, który do tej pory realizowany był ze środków programu Kreatywna Europa 2014–2020 staje się częścią programu InvestEU – nowego programu wspierającego inwestycje i tworzenie miejsc pracy w Unii Europejskiej i nadal będzie stanowił wsparcie inwestycyjne dla branży kreatywnej.

Organizacja programu Kreatywna Europa w latach 2021–2027

Za wdrożenie programu Kreatywna Europa oraz podejmowanie decyzji o udzieleniu indywidualnego wsparcia z funduszy Unii Europejskiej odpowiedzialna jest Komisja Europejska. Europejska Agencja Wykonawcza ds. Edukacji i Kultury zarządza programem Kreatywna Europa w imieniu i pod nadzorem Komisji Europejskiej, w tym organizuje wszystkie konkursy wniosków.

Wnioskodawcy i uczestnicy programu mogą uzyskać informacje o programie oraz wsparcie w procesie wnioskowania o dofinansowanie ze środków programu Kreatywna Europa w sieci biur reprezentujących program w każdym z krajów uczestniczących w programie – Creative Europe Desks. Ponadto sieć Creative Europe Desks wspiera wdrażanie programu Kreatywna Europa poprzez jego promocję, zwiększanie widoczności projektów, które uzyskały dofinansowanie, wsparcie rozwoju współpracy międzynarodowej w sektorach kultury i kreatywnym oraz działania służące budowaniu potencjału sektorów objętych programem.

Wszystkie konkursy projektowe w ramach programu Kreatywna Europa 2021–2027 będą realizowane i obsługiwane poprzez system eGrant – nabory projektów prowadzone będą na portalu Funding & Tender Opportunities (www.ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home).

Kalendarz konkursów wniosków nie jest jeszcze znany, jednak ze względu na istotny cel programu, jakim będzie wsparcie sektorów w wychodzeniu z kryzysu wywołanego pandemią COVID-19, w pierwszych latach funkcjonowania programu Kreatywna Europa 2021–2027 spodziewać można się największej liczby konkursów i inicjatyw.

„Kluczem jest edukacja” – rozmowa z Tamarą Kamińską, dyrektorką biura Music Export Poland



Jak powstała fundacja Music Export Poland?

Fundacja Music Export Poland (MExP) została powołana do życia niemal trzy lata temu jako wspólny projekt dwóch organizacji zbiorowego zarządu – ZAIKS oraz ZPAV. Od początku jest także wspierana przez organizację zbiorowego zarządzania prawami do artystycznych wykonań utworów muzycznych i słowno-muzycznych – STOART oraz Ministerstwo Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu, w formie grantu z programu rozwoju sektorów kreatywnych.

Najważniejszym celem MExP jest doprowadzenie do znaczącego zwiększenia eksportu polskich utworów, artystów i nagrań na rynki zagraniczne. Służą temu takie działania jak: misje handlowe, międzynarodowe, *songwritings camps*, działalność szkoleniowo-edukacyjna czy bezpłatne porady prawne. Wszystkie te projekty stanowią narzędzie, które ma pozwolić polskim artystom, twórcom i producentom rozpocząć lub rozwijać międzynarodową karierę. MExP jest zatem platformą, która przygotowuje polską branżę muzyczną do samodzielnego budowania pozycji na rynkach zagranicznych. Tym samym zwiększa szanse rynku muzycznego na stanie się istotnym składnikiem wymiany handlowej Polski z innymi państwami.

W jakich obszarach Music Export Poland wspiera polski sektor muzyczny?

Dzięki wspólnemu działaniu, wymianie doświadczeń, wiedzy i dobrych praktyk pomiędzy organizacjami z różnych krajów o podobnym profilu, a także poprzez podejmowanie działań mających na celu zwiększenie eksploatacji muzyki polskich twórców, artystów, wykonawców i wytwórni fonograficznych na rynkach zagranicznych, MExP stało się centrum kompetencji i promocji dla przedstawicieli polskiego sektora muzycznego zainteresowanych eksportem.

Staramy się wspierać branżę muzyczną na wielu poziomach i na różne sposoby, z uwzględnieniem wszystkich jej uczestników.

Organizujemy misje handlowe, podczas których menedżerowie, twórcy oraz przedstawiciele firm muzycznych mają szansę nawiązać nowe kontakty i partnerstwa biznesowe – zarówno w trakcie dużych wydarzeń muzycznych, jak i „uszytych na miarę” indywidualnych spotkań. Dotychczas zorganizowaliśmy siedem tego typu inicjatyw na trzech kontynentach. Dzięki MExP Polska stała się także krajem fokusowym w ramach dużych festiwali muzycznych takich jak Canadian Music Week czy Enjoy Jazz, a polscy artyści mieli okazję zaprezentowania się na ich scenach. Z kolei dla songwriterów realizujemy warsztaty, w ramach których mają szansę tworzyć muzykę z ludźmi z całego świata.

Znaczącą część naszych działań stanowi jednak dzielenie się wiedzą. Nie tylko w formie ogólnodostępnych baz danych, realizowanych szkoleń, bezpłatnych porad prawnych czy webinarów, lecz także w ramach indywidualnych porad i konsultacji – odpowiadamy na dziesiątki telefonów i e-maili miesięcznie, służąc radą, doświadczeniem i posiadanymi kontaktami.

Jak wzmacniać konkurencyjność polskiego sektora muzyki na arenie międzynarodowej?

Kiedy w 2017 roku dr Patryk Gałuszka zdiagnozował stan eksportu polskiej muzyki jako relatywnie niski, jego ocena nie pozostawiała złudzeń. Przyczyny takiej sytuacji wskazywał przede wszystkim w stosunkowo dużym rynku krajowym, który redukuje „głód” sukcesu za granicą, co jest dodatkowo potęgowane większymi kosztami i ryzykiem, z jakim wiąże się międzynarodowa kariera. Inne powody są: problemy językowe – niedostateczna znajomość angielskiego; kopiowanie zachodnich wzorów, kompleksy, wtórność muzyczna; wysokie koszty wejścia na niektóre rynki zagraniczne; słaba znajomość rynków zagranicznych, a w związku z tym nierealistyczne oczekiwania; brak sieci kontaktów za granicą, co przekłada się na niedostateczne wykorzystanie potencjału artystycznego przez polskich muzyków; wyjazdy na showcase’y,



trasy zagraniczne lub targi muzyczne bez przygotowania, przez co wydane na to środki nie przynoszą wymiernych rezultatów; brak skoordynowanej polityki proeksportowej na poziomie kraju.

Fundacja została utworzona w odpowiedzi na ten stan. Naszą rolą jest pobudzenie potrzeby rozwijania kariery za granicą, tworzenie możliwości udziału w zagranicznych wydarzeniach czy lobbowanie za stworzeniem spójnej polityki proeksportowej w Polsce, ale przede wszystkim odpowiednie przygotowanie polskiej branży muzycznej do eksportu. Choć nie jesteśmy w stanie zniwelować wszystkich przeszkód, jakie stoją przed zainteresowanymi eksportem przedstawicielami polskiego rynku, to możemy sprawić, że wejście na rynki zagraniczne stanie się dla nich łatwiejsze. Kluczem jest bezsprzecznie edukacja. W latach 2019–2020 MExP zleciło badanie deficytów kompetencyjnych przedstawicieli branży muzycznej, którzy chcieliby rozwijać karierę za granicą, aby lepiej zrozumieć realne potrzeby i przeszkody, jakie stają na ich drodze. Na podstawie wyników badania tworzony jest aktualnie program edukacyjny, który ma wspierać polskich twórców, artystów i profesjonalistów sektora w odpowiednim przygotowaniu do tego procesu.

Naturalnie widzimy szereg pozytywnych zmian. Potwierdzają to chociażby wyniki inkasa zagranicznego ZAiKS, które w 2018 – roku założenia fundacji MExP – wynosiły 6,16 mln zł, a już rok później 10,92 mln zł. Choć udział przedstawicieli polskiej branży muzycznej w rynkach zagranicznych z pewnością się systematycznie zwiększa, to Polsce wciąż daleko do krajów takich jak Estonia, Finlandia czy Szwecja, które pokazują, że muzyka może być znaczącym produktem eksportowym, a jednocześnie wizytówką danego kraju przyczyniającą się do jego promocji także na innych polach.

Polscy twórcy i artyści w niczym nie ustępują zagranicznym, a Polska może się pochwalić wieloma nazwiskami, które są rozpoznawalne na całym świecie. Jednak bez systemowego wsparcia ciężko będzie nam osiągnąć poziom wymienionych państw, które wspierają eksport muzyki od kilku dekad.

W latach 2018–2020 otrzymali Państwo wsparcie w ramach programu Music Moves Europe na realizację trzech międzynarodowych inicjatyw na rzecz europejskiego sektora muzyki. Jak powstały te projekty?

„European Music Export Strategy” (EMES) oraz „Implementing Steps to Develop and Promote European Music” (EMX) to przetargi, w ramach których Komisja Europejska zamówiła konkretny „produkt”. Naszymi zadaniami było zaproponowanie metodologii, która okazałaby się najbardziej efektywna, oraz udowodnienie posiadania zasobów pozwalających na osiągnięcie zaplanowanych rezultatów. W wypadku obu projektów MExP stało się ich częścią, ponieważ dzięki uczestnictwu w europejskiej sieci biur European Music Exporters Exchange. Inaczej jednak wyglądał poziom zaangażowania fundacji w każdy z nich. W wypadku EMES naszym zadaniem było jedynie dostarczenie danych o polskim rynku muzycznym. W projekt EMX jesteśmy zaangażowani daleko bardziej – jestem współtwórczynią aplikacji, a także członkinią trzyosobowego zespołu zarządzającego projektem, MExP jest też formalnie częścią konsorcjum.

Z kolei „Music Creation and Songwriting Lab” to autorski projekt, który powstał na bazie doświadczenia organizacji i obserwacji realizowanych na całym świecie *songwriting camps*. Fundacja jest liderem projektu, a ja miałam przyjemność napisać aplikację. Do udziału w projekcie zaprosiliśmy przedstawicieli portugalskiego i francuskiego biura eksportu. Mentorami odpowiedzialnymi za realizację części edukacyjnej będą natomiast eksperci z całego świata. Bez wątpienia planowanie projektu i jego realizację niezwykle ułatwia szeroka baza kontaktów i doświadczenie z podobnych inicjatyw – dzięki temu również znalezienie partnerów do projektu nie stanowiło dla nas żadnego problemu.

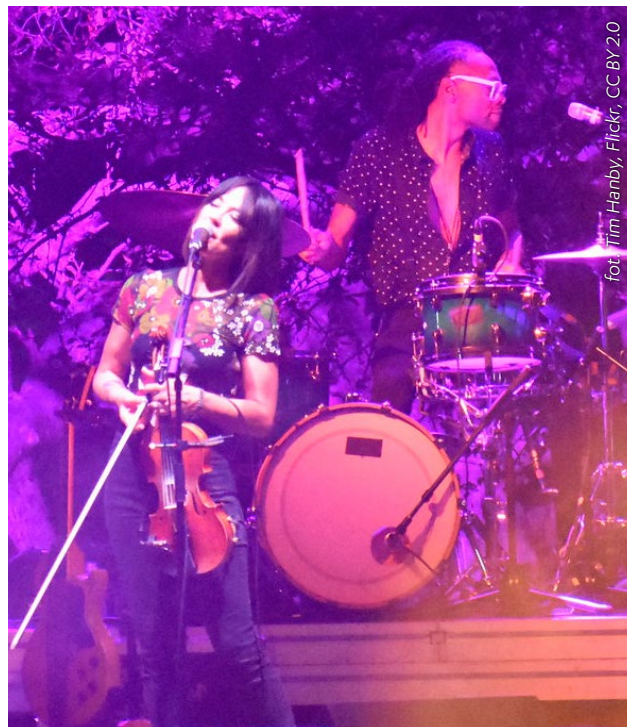
Na czym polegają działania realizowane w ramach tych projektów?

„European Music Export Strategy” to dogłębna analiza stanu zdolności eksportowych europejskiej muzyki (zarówno w państwach członkowskich Unii Europejskiej, jak i na arenie międzynarodowej), przedstawiająca główne wyzwania sektora i proponująca praktyczne rozwiązania, które mogą pomóc w zwiększeniu i wzmocnieniu konkurencyjności europejskiego sektora muzycznego na rynku międzynarodowym.

Niejako kontynuacją tego projektu ma być „Implementing Steps to Develop and Promote European Music”. Realizację rozpocznie zbadanie kluczowych aspektów wpływu pandemii COVID-19 na europejski eksport muzyki oraz uzupełnienie w tym zakresie rekomendacji do stworzonej przed pandemią

strategii EMES. Następnie uruchomiony zostanie pilotażowy program budowania kompetencji eksportowych skierowany do profesjonalistów sektora muzyki oraz trenerów. Program będzie składać się z modułów dotyczących m.in. aspektów biznesowych i przyszłości sektora muzyki, uwarunkowań eksportu europejskiej muzyki. Kolejnym działaniem będzie stworzenie systemu organizowania wspólnych europejskich misji handlowych przez konsorcja państw przy wsparciu funduszy europejskich. W ramach projektu zaproponowaliśmy misje handlowe do Kanady i Indii. Zaplanowane jest także stworzenie „EMX Innovation Lab” – wielozadaniowej platformy do opracowywania nowych rozwiązań w zakresie eksportu muzyki europejskiej. Rezultatem projektu będzie też stworzenie listy rekomendacji dotyczących przyszłej realizacji strategii EMES.

Podstawowym celem „Music Creation and Songwriting Lab” jest stworzenie kompleksowego programu, który nie tylko zgromadzi początkujących kompozytorów i songwriterów z trzech reprezentowanych krajów (Polski, Portugalii i Francji), wywodzących się z różnych gatunków muzycznych i środowisk, w ramach wspólnej twórczej pracy w trakcie *songwriting camps*, lecz także wyposaży ich w niezbędną wiedzę teoretyczną oraz zapewni im wsparcie mentorów z wieloletnim doświadczeniem w branży muzycznej. W ramach projektu zrealizowane zostaną trzy *songwriting camps*. Każde spotkanie zostanie poprzedzone blokami warsztatowymi, których ukończenie będzie warunkiem koniecznym uczestnictwa w nim. Warsztaty zakresem będą obejmowały zagadnienia aranżacji, produkcji, pisania tekstów, precyzyjnego określania celów zawodowych, kompozycji, licencjonowania i prawa autorskiego, a także skutecznego budowania obecności w internecie dzięki wykorzystaniu m.in. mediów społecznościowych oraz umiejętności takich jak *storytelling*, *pitching* czy budowania wizerunku online i offline. Całości projektu dopełni opieka mentorska producentów, wydawców, przedstawicieli wytwórni muzycznych oraz profesjonalnych coachów, sprawowana nad uczestnikami zarówno w trakcie projektu,



jak i po nim. Zapewni ona jego trwałość w czasie i da gwarancję lepszych efektów.

Kiedy ruszą pierwsze działania w ramach tych projektów?

Raport „European Music Export Strategy” został już zrealizowany i dostępny jest na stronie internetowej Komisji Europejskiej. Dwa kolejne projekty są w fazie przygotowania. W drugiej połowie marca rozpoczęliśmy realizację pierwszego komponentu „Implementing Steps to Develop and Promote European Music”. W najbliższych tygodniach odbędzie się także nabór do programu edukacyjnego w ramach „Music Creation and Songwriting Lab”. Wszystkie informacje będziemy publikować sukcesywnie na naszej stronie internetowej www.musicexportpoland.org oraz na profilach fundacji w mediach społecznościowych.



TAMARA KAMIŃSKA

Absolwentka Uniwersytetu Śląskiego i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, gdzie uzyskała tytuł magistra filozofii oraz dyplom menedżera kultury. Od 2012 pracowała w Katowice Miasto Ogrodów – Instytucji Kultury im. K. Bochenek jako wicedyrektor odpowiedzialny za program merytoryczny oraz współpracę z partnerami krajowymi i zagranicznymi. Twórczyni nowatorskiego programu wsparcia organizacji pozarządowych, który otworzył nowe możliwości współpracy pomiędzy sektorami publicznym i prywatnym. Współautorka zwycięskiej aplikacji, dzięki której Katowice zostały włączone do Sieci Miast Kreatywnych UNESCO (UCCN) w dziedzinie muzyki. Odpowiedzialna za wdrożenie i realizację programu „Katowice – Miasto

Muzyki”. W latach 2015–2016 pracowała nad raportem „Polityka rozwoju sektora muzycznego w Katowicach. Jak zbudować prężną, zrównoważoną i dobrze prosperującą branżę muzyczną”. Twórczyni zwycięskiej aplikacji o WOMEX’17 – festiwalu i targach muzyki świata, odpowiedzialna za realizację tego wydarzenia, jak również za opracowanie aplikacji, przygotowanie i organizację rocznego kongresu UCCN 2018 w Katowicach. Od stycznia 2018 roku pełni funkcję przewodniczącej sub sieci muzycznej w ramach struktur UCCN. W październiku 2018 objęła stanowisko wicedyrektor, a we wrześniu 2019 – dyrektor biura Music Export Poland. Od stycznia 2019 pełni także funkcję niezależnego eksperta narodowej komisji UNESCO ds. miast kreatywnych.

Rozmowa z Helene Skikos – kierowniczką programu mobilności artystów i-Portunus

i-Portunus to pilotażowy program mobilności twórców i profesjonalistów sektora kultury realizowany w ramach programu Kreatywna Europa 2014–2020. Obecnie czekamy na wyniki naborów ogłoszonych pod koniec ubiegłego i na początku bieżącego roku w obszarach: muzyka, przekłady literackie, architektura i dziedzictwo kulturowe. Zachęcamy do lektury poniższej rozmowy z Helene Skikos, kierowniczką programu i-Portunus w Dyrekcji Generalnej Komisji Europejskiej ds. Edukacji, Młodzieży, Sportu i Kultury.

Mobilność artystów i profesjonalistów sektora kultury wydaje się niezwykle ważną inicjatywą. Co stanowiło punkt wyjścia do programu mobilności i-Portunus?

Inicjatywa ta została podjęta w odpowiedzi na potrzebę podkreślaną przez naszych interesariuszy. Ponadto przeprowadzone wcześniej badania przekonująco ilustrowały znaczenie mobilności i jej wpływ na rozwój zawodowy artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą. W 2019 roku eksperci sieci On the Move wykazali, że na poziomie krajowym występuje niewystarczające wsparcie w postaci programów ją finansujących. Rada w planie prac sektora kultury na lata 2019–2022 podkreśliła tymczasem, że jest ona szczególnie istotna dla badań i współpracy na szczeblu międzynarodowym. Nowa europejska agenda kultury przedstawiona przez Komisję Europejską w maju 2018 roku określiła trzy cele strategiczne dotyczące promowania uczestnictwa w kulturze oraz mobilności. Ponadto w celach programu Kreatywna Europa na lata 2021–2027 położony został nacisk na mobilność artystów oraz pracowników sektorów kultury i kreatywnego, ponieważ może przyczynić się ona do wzmocnienia, połączenia i zrównoważenia tych obszarów, a także wpłynąć na rozwój umiejętności i uczenia się. Inicjatywa jest silnie wspierana przez państwa członkowskie i Parlament Europejski, a Komisja Europejska została poproszona o stworzenie pilotażowej wersji programu wspierającego mobilność artystów.

Jaki jest planowany efekt programu i-Portunus? Jak wpłynie on na rozwój oraz pracę artystów i profesjonalistów sektora kultury?

Do tej pory program i-Portunus był realizowany w fazie pilotażowej i miał na celu sprawdzenie, w jaki sposób program Kreatywna Europa może lepiej wdrożyć finansowanie mobilności artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą. Na przełomie roku Instytut Goethego ogłosił trzy nabory wniosków w obszarach: muzyki, tłumaczeń literackich i architektury. W lutym został ogłoszony konkurs skierowany ponownie do sektora muzycznego i osób zajmujących się dziedzictwem kulturowym.

Kolejne działania w ramach programu i-Portunus, kierowane przez Europejską Fundację Kultury, będą pewnego rodzaju eksperymentem – finansowane będą mobilności osób za

pośrednictwem instytucji goszczących. Oznacza to, że konsorcjum w ramach konkursu wniosków wybierze kilka organizacji goszczących, które otrzymają dofinansowanie w celu zaproszenia zagranicznych artystów lub osób zawodowo zajmujących się kulturą. Organizacja, we współpracy z zaproszonymi artystami, będzie musiała przedłożyć projekt określający cele mobilności, uzasadnić wybór osób oraz zaprezentować założenia współpracy. To pierwsze tego typu działanie skierowane do organizacji kultury, które zazwyczaj nie mają wystarczających środków na podjęcie współpracy międzynarodowej. Te wszystkie działania pilotażowe pomogą nam określić parametry i wytyczne w zakresie stałego programu mobilności w ramach programu Kreatywna Europa w latach 2021–2027.

Jest za wcześnie, aby w pełni odpowiedzieć, jaki wpływ będzie miała taka mobilność. Na ten moment wiemy, że grantobiorcy z 2019 roku byli bardzo zadowoleni. 97% z nich stwierdziło, że zdobyło nowe umiejętności lub wiedzę, 94% zyskało nowych odbiorców, 94% opracowało nowe koprodukcje, a 49% otrzymało ofertę pracy. To imponujące wyniki, biorąc pod uwagę ograniczone wsparcie finansowe udzielane przez Unię Europejską – tzn. od 1500 do 3400 euro na osobę. Czekamy na wyniki nowych naborów, wtedy dowiemy się więcej. Mamy nadzieję, że praca, występy czy koprodukcja w innym kraju przyczynią się do rozwoju osobistego artystów i ludzi zawodowo związanych z kulturą. Dzięki swoim projektom mają dostęp do różnych rynków, mogą zyskać nową publiczność, rozpocząć nową lub wzmocnić istniejącą współpracę międzynarodową, rozwijać karierę itp. Mamy nadzieję, że umożliwi to również obywatelom w całej Europie odkrywanie artystów (i ich dzieł) z innych krajów i przyczyni się do powstania wspólnego, charakteryzującego się różnorodnością obszaru kulturowego.

Jak widać w przypadku programu Erasmus, wpływ mobilności międzynarodowej na poziomie indywidualnym jest bardzo głęboki i często nazywany jest zmianą życia. Mamy nadzieję, że tak też będzie w przypadku osób uczestniczących w programie i-Portunus. Ich doświadczenie może zapewnić więcej, często nieplanowanych, możliwości oraz długoterminowych współpracy i relacji.

Jakie warunki trzeba spełnić, żeby wziąć udział w programie? Kto może aplikować?

Do programu zgłosić się mogą artyści, twórcy i osoby zawodowo zajmujące się kulturą z krajów biorących udział w programie Kreatywna Europa. To, co sprawia, że program zyskał duże zainteresowanie, to fakt, że jest on skierowany do osób, a nie do organizacji czy innych podmiotów z sektora kultury. Jego głównym celem jest bezpośrednie wsparcie artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą – zarówno pojedynczych ludzi, jak i grup składających się z maksymalnie pięciu osób. Chętni mogą zgłosić się za pomocą elektronicznego formularza znajdującego się na stronie internetowej i-Portunus (www.i-portunus.eu). Wnioskodawcy muszą przygotować niewielką aplikację, która dotyczy podróży do innego kraju uczestniczącego w programie Kreatywna Europa. Projekt musi mieć jasno określony cel, taki jak rozwijanie współpracy międzynarodowej, udział w rezydencji zorientowanej na produkcję, działania na rzecz rozwoju zawodowego, prezentowanie prac w kraju docelowym lub opracowywanie projektów z partnerami w tym kraju. Zaproszenie do składania wniosków zawiera więcej wskazówek dotyczących tego, jakie są oczekiwania, a także listę najczęściej zadawanych pytań, na które odpowiedzi można znaleźć na www.i-portunus.eu. Obecne projekty i-Portunus zapewniają wsparcie za pośrednictwem indywidualnych aplikacji lub instytucji goszczącej. Więcej szczegółów na ten temat dostępnych będzie w najbliższych miesiącach na stronie internetowej.

Kto, Pani zdaniem, jest największym beneficjentem projektu?

Nasze dotychczasowe doświadczenia zyskaliśmy dzięki 337 uczestnikom, których projekty zostały dofinansowane przez program i-Portunus. Biorąc pod uwagę samą liczbę złożonych wniosków (ponad 3200), to kobiety mają przewagę – 61% wszystkich aplikacji przesłały panie. Ponadto i-Portunus jest najpopularniejszy wśród młodszych ludzi – w wieku 25–34 lat (prawie połowa wszystkich aplikacji). Wraz kolejną grupą wiekową, 35–44 lat, stanowią oni 80% wszystkich wnioskodawców. Program cieszy się także ogromną popularnością wśród wschodzących artystów i osób o niższych dochodach. W świetle pandemii spodziewam się, że ta tendencja się utrzyma, a nawet zakładam jej wzrost.

Jakich rad mogłaby Pani udzielić beneficjentom, by skuteczniej mogli korzystać z programu?

Radziłabym dokładnie przeanalizować i przygotować projekt, aby miał rzeczywisty wpływ na osobisty rozwój, karierę i być może stanowił także synergii z przeszłymi lub przyszłymi pracami. Myślę, że znalezienie gospodarza, który będzie zaangażowany w dany projekt, jest bardzo ważne. Równie istotne jest wykorzystywanie nadarzających się okazji. Warto postarać się, aby nie była to jednorazowa współpraca. Warto również planować dalsze wspólne działania, już podczas pobytu w kraju przyjmującym.

Inicjatywa i-Portunus jest projektem pilotażowym programu Kreatywna Europa. Jakie działania w zakresie mobilności planowane są w przyszłości?

Tak, i-Portunus jest obecnie projektem pilotażowym i jego rolą jest sprawdzenie, w jaki sposób można zorganizować ten rodzaj mobilności. Czekamy na wyniki kolejnych naborów

ogłoszonych w 2021 roku. Po zakończeniu tych eksperymentalnych projektów przeanalizujemy doświadczenia i zalecenia trzech programów pilotażowych, aby przygotować stałe działania, które zostaną wprowadzone w programie Kreatywna Europa. Mamy nadzieję, że regularny program mobilności rozpocznie się w drugiej połowie przyszłego roku.

Jak wygląda zainteresowanie projektem pod względem geograficznym – z których krajów nadeszło najwięcej zgłoszeń i jakie są najpopularniejsze kraje docelowe?

Na ten moment dysponujemy wynikami tylko z 2019 roku. Jak można się było spodziewać, najwięcej zgłoszeń zostało nadesłanych z większych krajów (Francja, Niemcy, Włochy, Wielka Brytania). Jednak niektóre kraje, takie jak na przykład Ukraina, Serbia i Portugalia, osiągnęły bardzo dobre wyniki. Jeśli chodzi o popularne kraje docelowe, ponownie Francja, Niemcy, Włochy i Wielka Brytania znalazły się na szczycie listy, ale Belgia, Czechy, Grecja, Hiszpania i Serbia też wypadły bardzo dobrze. Pełne statystyki są dostępne na stronie internetowej i-Portunus: www.i-portunus.eu/about-the-programme/i-portunus-statistics/third-call-2019/.

Obecnie mamy do czynienia z pandemią COVID-19, dlatego przewidziano kilka alternatywnych zasad w programie i-Portunus. Czy mogłaby Pani rozwinąć ten temat i podać kilka przykładów tzw. mieszanej mobilności?

Niestety to bardzo trafne pytanie. Mamy nadzieję, że w tym roku lub przynajmniej w jego drugiej połowie podróżowanie będzie możliwe. Musimy jednak być realistami i zdawać sobie sprawę, że tak może się nie stać, dlatego jesteśmy elastyczni w kwestii zapewnienia wsparcia finansowego i osiągnięcia celów mobilności. Sytuacja jest trudna do przewidzenia, dlatego jeśli zajdzie taka potrzeba, to zakładamy możliwość ewentualnego przedłużenia projektów. Zgodnie z planem pierwszą opcją jest oczywiście mobilność fizyczna. W niedalekiej przyszłości będziemy jednak musieli przyrzeć się alternatywnym sposobom angażowania się i zwiększania cyfrowej współpracy transgranicznej. Zatem nie podjęto jeszcze ostatecznej decyzji o zmianie planowanych mobilności, ale postaramy się być jak najbardziej elastyczni.



HELENE SIKOS

Ponad 20 lat pracowała w Komisji Europejskiej, w tym w działach odpowiedzialnych za badania i edukację. W latach 2017–2018 była szefową Biura Współpracy Międzynarodowej Uniwersytetu Yachay Tech w Ekwadorze. Z początkiem 2019 roku wróciła do Komisji Europejskiej – do Dyrekcji Generalnej ds. Edukacji, Młodzieży, Sportu i Kultury. Obecnie kieruje rozwojem programu mobilności dla artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą i-Portunus. Odpowiada również za międzynarodowy wymiar programu Kreatywna Europa i udział w nim krajów spoza UE.



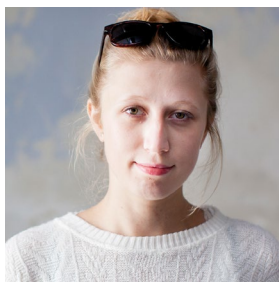
Porozmawiajmy o szkoleniach

„Porozmawiajmy o szkoleniach” to nowy cykl poświęcony inicjatywom szkoleniowym dofinansowanym w komponencie MEDIA. W każdym numerze polscy uczestnicy europejskich warsztatów odpowiadają na szereg pytań, dzieląc się swoim doświadczeniem i wrażeniami. W tym odcinku rozmawiamy z Sonią Le Pape, uczestniczką zeszłorocznej edycji Art Cinema = Action + Management.



Art Cinema = Action + Management, organizowane przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Kin Studyjnych (CICAE), to unikalne warsztaty skierowane do managerów kin studyjnych i wystawców kina artystycznego i niezależnego. Udział w kursie daje uczestnikom możliwość spotkania się z innymi profesjonalistami z całej Europy oraz wymienienia doświadczeń, jak skutecznie zarządzać kinem studyjnym. 17. edycja szkolenia odbyła się 31 sierpnia – 6 września 2020 roku na wyspie San Servolo w Wenecji.

Czym się Pani zajmuje? Jakie są Pani doświadczenie zawodowe?



Jestem absolwentką kulturoznawstwa w Instytucie Kultury Polskiej Uniwersytetu Warszawskiego oraz absolwentką podyplomowych studiów menedżerów kultury w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Od początku mojej ścieżki zawodowej pracuję w sektorze kultury, filmu, a także edukacji filmowej dzieci. Zajmuje się tworzeniem i zarządzaniem projektami kulturalnymi od poziomu koncepcyjnego po produkcję i promocję. Od 2017 roku współpracuję z Fundacją Cinemania, gdzie odpowiadam za zarządzanie projektami kulturalnymi. Naszym głównym projektem jest festiwal filmowy dla dzieci i młodzieży Kino w Trampkach, gdzie koordynuję produkcję i promocję wydarzenia. W latach 2017–2019 współpracowałam także z Warszawskim Festiwałem Filmowym, wspierając działania działu gości. Od tego roku, z ramienia Kina w Trampkach, koordynuję Nagrodę Młodego Widza organizowaną przez Europejską Akademię Filmową w dwóch polskich miastach: w Warszawie oraz w Gdańsku.

Dlaczego zdecydowała się Pani uczestniczyć w warsztatach CICA Art Cinema = Action + Management?

W moim odczuciu program Art Cinema kompleksowo poruszał różne zagadnienia związane z rozwojem i upowszechnianiem kina. Pragnę efektywnie rozwijać projekty z zakresu kinematografii, głównie dla dzieci i młodzieży, przy których stale współpracuję. By to zrobić, nieustannie poszukuję nowych możliwości edukacji, warsztatów i szkoleń. Mimo że przez kilka ostatnich lat wiele się w Polsce zmieniło w kontekście rozwoju filmu dla młodych widzów, to wiem, że w Polsce istnieje dalsza potrzeba działania na rzecz edukacji filmowej dzieci i młodzieży. W tym obszarze działa tylko kilka organizacji w całym kraju. Chcę pracować nad własnymi kompetencjami, by w przyszłości oferować coraz lepszą jakość nie tylko na festiwalu Kino w Trampkach, lecz także przy innych projektach.

Niestety tak pełnego podejścia do tematu nie mogłam znaleźć na polskim rynku. Dlatego właśnie wybór padł na warsztaty w Wenecji.

Czego oczekiwała Pani od szkolenia? Czy kurs spełnił Pani oczekiwania?

Decydując się na udział w szkoleniu, chciałam przede wszystkim otworzyć się na nowe możliwości związane z zarządzaniem projektami, planowaniem struktury biznesowej czy rozwoju publiczności danego wydarzenia. Właściwie już w momencie przeczytania programu zajęć i po pierwszej rozmowie z koordynatorką szkolenia byłam pewna, że dzięki uczestnictwu zdobędę wiedzę i narzędzia, których szukałam.

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

Ze względu na pandemię liczba kursantów była mocno ograniczona w stosunku do poprzednich edycji. Było nas ok. 20 osób. Poza uczestnictwem w wykładach naszym zadaniem było stworzenie wspólnego projektu, który prezentowaliśmy podczas ostatniego dnia pobytu na San Servolo. W tym celu zostaliśmy podzieleni na kilka mniejszych grup. Podział był nieprzypadkowy, każdy z nas był z innego kraju, a także miał inne doświadczenie na rynku filmowym. I tak w mojej grupie byli obecni: właścicielka kina studyjnego, menedżerka kina studyjnego, programer festiwalu, dystrybutor, no i ja, mająca doświadczenie w edukacji filmowej. Ta sytuacja stworzyła nam naprawdę niesamowitą przestrzeń do wymiany myśli i wspólnych pomysłów. Przez cały czas trwania warsztatów mieliśmy możliwość konsultowania naszych pomysłów z wykładowcami, którzy reprezentowali różne aspekty upowszechniania filmu – od biznesplanu kina studyjnego i jego architektury, poprzez budowanie oferty i strategii marketingowej, po rozwój widowni i zarządzanie zespołem. Nie zabrakło też pracy nad najciekawszym case study z różnych krajów, uwzględniających daną sytuację geopolityczną. Dla mnie to ciekawe doświadczenie, które otwiera głowę na bardzo długo!

Czy udało się Pani nawiązać nowe kontakty podczas kursu?

Oczywiście! Do tej pory nasza grupa na WhatsAppie nie daje o sobie zapomnieć. Gdyby nie pandemia, pewnie przybibilibyśmy przysłówiową piątkę na festiwalach filmowych, choćby na Berlinale, jak jeszcze planowaliśmy we wrześniu.

Co najbardziej podobało się Pani w warsztatach?

Byłam pod wielkim wrażeniem organizacji, wszystko odbyło się zgodnie z harmonogramem, żadnych opóźnień czy problemów technicznych, co było na pewno niełatwe, biorąc pod uwagę pandemiczną edycję, gdy część wykładowców i kursantów była z nami online. Nie mogę nie wspomnieć o samej Wenecji czy wyspie San Servolo, które częściowo kradną show świetnym wykładom. Dodatkowym atutem była możliwość uczestniczenia w wieczornych pokazach La Biennale di Venezia!

Komu poleciłaby Pani to szkolenie?

Tak naprawdę wszystkim, którzy zawiązani są z filmem i pracują na rzecz jego upowszechniania.

Jaką ocenę dałaby Pani warsztatom w skali od 1 do 10?

Zdecydowanie mocna 10. Udział w warsztacie to nie tylko kopalnia inspirujących wykładów, ale przede wszystkim świetna przygoda, poznanie perspektywy innych uczestników z różnych części świata, no i możliwość wzięcia udziału w festiwalu filmowym w Wenecji!



„Nie idziemy na kompromisy” – rozmowa z Arturem Liebhartem, dyrektorem festiwalu Millennium Docs Against Gravity

Skąd narodził się pomysł, by zająć się właśnie filmem dokumentalnym?

Od siódmego roku życia chodziłem sam do kina i film był moją pasją. Na „Konfrontacje”, doroczne spotkanie z kinem światowym w czasach mroku socjalizmu w Polsce, zacząłem uczęszczać w wieku lat 13. Kiedy przyszedł moment w życiu, gdy miałem do wyboru kolejną pracę lub wiarę, iż pasja i hobby mogą stać się sposobem na życie, odważyłem się wybrać to drugie. Na początku XXI wieku odwiedziłem kilka festiwali filmowych w Europie i zafascynowałem się kinowym filmem dokumentalnym, który w Polsce był jeszcze nieznany. Zdecydowałem się na organizację festiwalu filmowego poświęconego temu gatunkowi. Od razu wiedziałem, że misja budowy publiczności kinowej filmu dokumentalnego nie może się udać tylko poprzez doroczny festiwal i musi być połączona z całoroczną pracą dystrybucyjną. Tak zrodził się concept festiwalu oraz dystrybucji i w 2004 roku, w maju, kilka dni po wejściu Polski do Unii Europejskiej odbyła się pierwsza edycja festiwalu z 18 filmami, w jednej sali w warszawskiej Kinotece. Reakcje widzów oraz mediów były entuzjastyczne, co dało mi siłę do dalszej pracy. Choć środowisko filmowe w Polsce patrzyło na to z przymrużeniem oka, byłem przekonany, iż piękno i siła prawdziwych historii i emocji na dużym ekranie ma głębszy sens, nie tylko ten stricte filmowy.

Zbliża się 18. już edycja festiwalu Millennium Docs Against Gravity. Czego będziemy mogli się spodziewać w programie tegorocznej imprezy?

Selekcji najwybitniejszych, pełnometrażowych filmów dokumentalnych z całego świata, w tym nagrodzonych na fe-

stiwalach w Sundance i Berlinie. Premier polskich dokumentów, między innymi nowych filmów Pawła Łozińskiego oraz Rafaela Lewandowskiego, jak i obiecujących debiutantów. Przyznamy 15 nagród filmowych w tak oryginalnych konkursach jak Nos Chopina dla filmu o sztuce, nagrodę miesięcznika „Zwierciadło” dla filmu poruszającego wątki psychologiczne, Green Warsaw Award dla najlepszego filmu nie tylko o ekologii, lecz także o nowym myśleniu o człowieku i planecie. W pięciu miastach poza Warszawą lokalne jury przyzna nagrody dla najlepszego tytułu w konkursie głównym, którego filmy są pokazywane we wszystkich siedmiu miastach festiwalu. Zorganizujemy znów ponad 100 wydarzeń okołofestiwalowych: debat po projekcjach, warsztatów i innych. Mamy nadzieję, iż do Polski przyjedzie ponad 80 twórców, którzy spotkają się z publicznością i polskimi twórcami. Millennium Docs Against Gravity jest miejscem kształtującym opinię, poszerzającym wiedzę i wzbudzającym „czułość do świata” – parafrazując mowę noblowską Olgi Tokarczuk.

Zeszłoroczny festiwal odbywał się w formule hybrydowej. Czy w tym roku też zakładacie podobne rozwiązanie?

Zeszłoroczna, wymuszona pandemią edycja festiwalu w wersji *full hybrid*, czyli pokazy w kinach, a następnie pokazy online, sprawdziła się i zaowocowała poszerzeniem zasięgu i rozpoznawalności festiwalu. Dzięki wersji online daliśmy możliwość uczestniczenia w festiwalu tym, którzy nie mają takiej szansy, bo nie mieszkają w jednym z siedmiu miast albo nie mają czasu, by wybrać się do kina. Zarejestrujemy spotkania z twórcami oraz debaty, aby były wartościowymi dodatkami do filmów oglądanych online. Przygotujemy również kilka eventów na żywo przeznaczonych dla tej wersji festiwalu.



Przygotowania do festiwalu zajmują wiele miesięcy, wymagają obejrzenia tysięcy filmów. Jak udaje się dokonać selekcji tytułów na Millennium Docs Against Gravity. Czym kierujecie się, wybierając filmy?

Większość programu filmowego, czyli ok. 120 filmów, jest zapraszana przez zespół programerów na zasadzie polskiej premiery. Wiele projektów filmowych śledzimy przez kilka lat z myślą o naszym festiwalu. Staramy się zachować równowagę między sztuką wysoką a sztuką, która w zetknięciu z masowym widzem zainspiruje go do zapoznania się z innym pozycjami w programie festiwalu. Jesteśmy otwarci na wszelkie tematy poruszane w filmach. Naszą selekcję opieramy na jakości, nowatorskim podejściu do tematu, wywoływaniu emocji przez bohaterów filmu, wartości poznawczej, pracy operatorskiej. Staramy się również, aby każdego roku program festiwalu opisywał świat, inspirował do refleksji. No i sprawa najważniejsza: na naszym festiwalu nie ma słabych filmów, nie idziemy na kompromisy. Pracujemy nad selekcją filmów cały rok i publiczność to docenia. W 2020 roku zupełnie naturalnie, bez nacisków, udało nam się w konkursie głównym zachować parytet płci wśród reżyserów i reżyserek. Mamy nadzieję, że w 2021 będzie podobnie.

Festiwal odbywa się stacjonarnie w siedmiu polskich miastach. Proszę powiedzieć, jak zrodził się i ewoluował pomysł na organizację festiwalu.

Nomadyczny rozwój festiwalu zaczął się w 2010 roku, gdy pokazy, spotkania z twórcami i konkurs filmowy odbyły się we Wrocławiu, w Dolnośląskim Centrum Filmowym, w tym samym czasie, co festiwal w Warszawie. Ideą tego rozwoju jest budowanie wspólnoty publiczności wokół kina dokumentalnego, nieograniczonej ze względu na miejsce zamieszkania. Jest to, moim zdaniem, przyszłość festiwali filmowych, które muszą zdać sobie sprawę, iż przyklejenie imprezy do jednego miasta nie odpowiada już na realne uwarunkowania dostępności kina artystycznego, jak i możliwości uczestnictwa widzów. Synergia siedmiu lokalizacji festiwalu (Warszawa, Wrocław, Katowice, Poznań, Bydgoszcz, Gdynia, Lublin) z ogólnopolską kampanią medialną daje większą efektywność nakładów finansowych i pomaga w pozycjonowaniu filmów jako ważne, istotne, nie do przecenienia, co przekłada się znowu na wyniki i satysfakcję twórców. Taki rozwój naszego festiwalu wyprzedził wymagania programu MEDIA w zakresie rozwoju publiczności festiwali jako ważnego elementu ewaluacji ich rozwoju. Ale same pokazy filmowe to nie wszystko. Spotkania

z twórcami filmów, panele dyskusyjne, koncerty muzyczne, lokalne wątki w programie, zaangażowanie lokalnych organizacji pozarządowych i lokalne jury przyznające nagrody finansowane przez lokalne władze to rzeczywisty wymiar naszego festiwalu odbywającego się równolegle w siedmiu miastach. Jest to bardzo skomplikowana operacja logistyczno-programowa, bo w każdym z miast poza Warszawą pokazujemy 50–80 filmów. Na tym nie koniec. W drugi weekend festiwalu 6–8 filmów pokazujemy w kolejnych 20 miastach i miasteczkach w Polsce. Z całą odpowiedzialnością mogę stwierdzić, iż pod względem upowszechniania kultury filmowej, a przecież tak nazywają się programy współfinansujące festiwale w Polskim Instytucie Sztuki Filmowej oraz Ministerstwie Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu, wyróżniamy się.

Przygotowanie festiwalu w obecnej sytuacji wydaje się bardzo trudne, tym bardziej w przypadku wydarzenia, które ma tak wiele odsłon. Czy na Pan jakąś receptę na zapanowanie nad chaosem?

Przygotowanie każdej edycji festiwalu w siedmiu miastach równolegle jest zadaniem niezwykle trudnym. Najważniejszy jest zespół – jego kompetencje i oddanie sprawie. Świadomość, iż robimy wspólnie z partnerami w siedmiu miastach więcej niż tylko pokazywanie filmów. Partnerstwo z mediami opiniotwórczymi, świetne relacje z czołowymi dystrybutorami światowymi oraz producentami. Dzięki współpracy z organizacjami pozarządowymi – międzynarodowymi (Amnesty International, World Wildlife Fund, Greenpeace) i lokalnymi zajmującymi się edukacją, seniorami, bezpieczeństwem cyfrowym, niepełnosprawnością i wielu innymi tematami – wpisujemy się z programem festiwalu w kontekst najważniejszych problemów współczesności, dając jednocześnie tym organizacjom możliwość ekspozycji swojej działalności. Precyzyjne planowanie działania wszystkich aktywności w tych obszarach jest co roku wyzwaniem dla niewielkiego zespołu w Warszawie i naszych partnerów w innych miastach. Festiwal w siedmiu miastach równocześnie dla wielu jest nie do wyobrażenia i zrozumienia. No cóż, trzeba naprawdę kochać upowszechnianie kultury filmowej.

W ciągu 17 lat mógł Pan obserwować widzów festiwalu. Jak zmieniło się podejście Polaków do kina dokumentalnego?

Dziś film dokumentalny w kinach nikogo nie dziwi, nie jest sensacją. Przestał być niszową propozycją, stał się propozycją

kinową dla aspirujących. Duża w tym nasza zasługa. Jeśli raz zobaczyło się w kinie dobry film dokumentalny, to chce się do tego rodzaju emocji i przeżyć estetycznych wracać, bo rzeczywistość jest ciekawsza niż fikcja. Zmienia się również sam film dokumentalny: coraz większa wartość produkcji, większy rozmach i różnorodność stylów opowiadania historii stają się magnesem dla widzów.

Na podstawie wyników ostatniej edycji festiwalu, która zgromadziła ponad 166 tys. widzów, można podejrzewać, że kino dokumentalne ma się świetnie. Jak udało Wam się zbudować publiczność dla tego – wydawałoby się trudniejszego – gatunku filmowego?

Millennium Docs Against Gravity od pierwszej edycji jest festiwalem nastawionym na satysfakcję publiczności. Pamiętajmy, że nie proponujemy hitów Hollywood czy arthouse'u rodem z Cannes czy Wenecji. Nie proponujemy również czerwonych dywanów. Poprzez konsekwentne działania rok po roku, łączenie oryginalnego programu filmowego z wydarzeniami okołofestiwalowymi, szeroką współpracę z mediami i ponad 50 organizacjami pozarządowymi udało nam się stworzyć unikalną wartość na polskiej scenie festiwalowej. Warto pamiętać też, iż budżet naszego festiwalu jest kilkukrotnie niższy niż innych dużych festiwali w Polsce. Marzę, aby powstał system ewaluacji wyników festiwali filmowych. Wtedy moglibyśmy się jeszcze bardziej rozwinąć. Nigdy nie podchodziłem do filmu dokumentalnego jako do gatunku trudniejszego. Stawiałem raczej na jego wyjątkowość, możliwość większego zaangażowania widza niż przy kinie fabularnym, walory poznawcze, edukacyjne i budowanie empatii do bliźniego. Tym żyjącym w naszym mieście, jak i tym żyjącym 10 tys. kilometrów stąd. Do działów kultury w mediach pukamy na końcu. Nasze filmy są na tyle ważne, poszerzające kompetencje obywatelskie i kulturalne, że promują je „strony główne” mediów. Historyczny rekord publiczności na festiwalu filmowym w Polsce – 166 tys. widzów – to jak przeskok skoczni [śmiech]. Będzie trudne do powtórzenia.

W zeszłym roku tuż po ogłoszeniu lockdownu ruszyła inicjatywa Docs Against Isolation, a w grudniu wystartowała całoroczna platforma vod.mdag.pl. Przeniesienie działań do sieci było naturalnym krokiem rozwijającym Wasze działania?

Myśleliśmy o hybrydowej wersji festiwalu już od kilku lat. Pandemia wymusiła przyspieszenie prac w tym zakresie. Kino pozostaje dla nas najważniejszym, posiadającym swoistą magię miejscem spotkania ze sztuką filmową i nie zamierzamy

z niego rezygnować. Wersja online festiwalu w 2020 roku odbyła się po zakończeniu wersji kinowej i była dostępna w całej Polsce. Tak samo będzie w tym roku. Szanujemy twórców, którzy poświęcili często kilka lat życia na swój film, i stawiamy kino przed dostępnością w usłudze VoD. Całoroczny serwis VoD pozwala nam utrzymać kontakt z publicznością przez cały rok, prowadzić inicjatywy edukacyjne w wymiarze ogólnopolskim dla szkół, nauczycieli i wyższych uczelni. Nasz serwis vod.mdag.pl jest również miejscem, gdzie pojawiają się filmy odpowiadające na bieżące wydarzenia, jest źródłem wiedzy o świecie poprzez wartościowy film dokumentalny.

Against Gravity – i jako festiwal, i dystrybutor – od wielu lat jest beneficjentem programu Kreatywna Europa. Co, Pana zdaniem, decyduje o wsparciu Waszych działań z programu?

Nasz festiwal jest nieprzerwanie współfinansowany przez Kreatywną Europę od 2008 roku. Stawianie sobie ambitnych celów, kreatywność w działaniu i właściwe raportowanie wyników jest kluczem zdobycia wsparcia Kreatywnej Europy, która stawia na rozwój publiczności filmów europejskich. Logo Kreatywnej Europy jest znakiem jakości festiwalu. Od tego roku otwieramy również większy niż dotąd komponent festiwalu dla branży filmowej. Festiwale dokumentalne do tej pory poza kilkoma wyjątkami w Europie (IDFA, CPH DOX, Doc Barcelona, Dok Leipzig) były albo imprezami dla branży, albo dla publiczności. Chcemy rozwinąć teraz wydarzenia branżowe na najwyższym poziomie i w kreatywny sposób.

Od lat jesteście partnerem w europejskich inicjatywach – Against Gravity współpracuje w ramach projektu DAFilms.com, a także współdziała z innymi europejskimi festiwalami w ramach Doc Alliance. Proszę opowiedzieć o tych inicjatywach. Jakie korzyści przynosi ta współpraca międzynarodowa?

Millennium Docs Against Gravity jest współzałożycielem inicjatywy Doc Alliance, zrzeszającej siedem czołowych festiwali filmów dokumentalnych w Europie już od 2007 roku. Współpracujemy na rzecz wsparcia debutantów. Wspólnie wyłaniamy najlepszy europejski debiut dokumentalny. Pokazujemy filmy nominowane do nagrody Doc Alliance Film na naszych festiwalach. DAFilms.com to znów serwis VoD poświęcony artystycznemu filmowi dokumentalnemu, który jest programowany przez siedem festiwali. Współpraca festiwali to drugi wymiar przyszłości festiwali filmowych. Tu jest bardzo dużo do zrobienia i do wymyślenia. W tym jesteśmy dobrzy!



ARTUR LIEBHART

Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego z wyróżnieniem, uhonorowany przez Prezydenta RP Krzyżem Zasługi w 2012 roku, laureat Paszportu Polityki 2020, Człowiek Roku w kulturze Warszawy (Wdechy) 2009.

Żołęźciel i dyrektor festiwalu Millennium Docs Against Gravity oraz firmy dystrybucyjnej Against Gravity. Festiwal nagrodzony przez Polski Instytut Sztuki Filmowej w 2009 roku jako „najważniejsze wydarzenie filmowe w Polsce”, później trzykrotnie do tej nagrody nominowany. Against Gravity została trzykrotnie nagrodzona przez PISF jako dystrybutor roku i dwukrotnie do tej nagrody nominowana.

kino dzieci industry talks



Jak zdobywać wiedzę i poznawać ludzi z branży w trakcie pandemii koronawirusa? Z pomocą przychodzą webinary i wydarzenia online, wśród których znalazł się współfinansowany przez program Kreatywna Europa – MEDIA cykl Kino Dzieci Industry Talks (Kids Kino Industry Talks, KKI Talks).

KKI Talks to najmłodsza inicjatywa Kino Dzieci Industry (Kids Kino Industry), branżowej części Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Kino Dzieci. – Poprzez Kids Kino Industry Talks chcemy nawiązać stały kontakt z naszymi branżowymi odbiorcami z Polski i zagranicy. Co miesiąc zapraszamy ich do udziału w bezpłatnych webinarach prowadzonych przez najwyższej klasy ekspertów i poświęconych tematom związanym m.in. ze zmianami w produkcji i dystrybucji filmów i seriali dla dzieci i młodzieży – mówi Maciej Jakubczyk, dyrektor MFF Kino Dzieci.

Pierwsze webinary KKI Talks odbyły się jako zapowiedź forum koprodukcyjnego planowanego na wrzesień w Warszawie. Dotyczyły one przyszłości branży audiowizualnej dla dzieci i skupione były przede wszystkim na case studies i tym, jak odnaleźć się w sytuacji, w której się znaleźliśmy – jak ją wykorzystać, by stworzyć angażujące i innowacyjne programy dla młodej widowni („Exploring the Change: Göteborg’s Film Festival Nostradamus Report Meets Kids Kino Industry”, „New Formats in Kids TV”, „Studio Presentation – Upcoming Projects”, „Curse or Blessing: Co-Production in a Changed Environment”, „A Quantum Leap – Game Tech in Filmmaking”).

Gośćmi KKI Talks byli twórcy polsko-niemieckiej koprodukcji „Misja Ulji Funk” (polskim producentem jest Shipsboy, premiera w sekcji Generation na Berlinale 2021), nowych formatów internetowych powstałych w czasie pierwszej fali pandemii koronawirusa, jak np. „Talking Heads” czy „Lockdown”, a także serialu HBO „Mroczne materie”.

– Układając program kolejnych KKI Talks, bierzemy pod uwagę najnowsze tematy, trendy i potrzeby branży, a w szczególności potrzeby twórców i producentów. Ich największym wyzwaniem jest obecnie zwiększenie świadomości swoich treści i dotarcie do odbiorców. Dlatego wiele naszych spotkań w ramach KKI Talks jest związanych z dystrybucją – mówi Viola Gabrielli, programerka Kino Dzieci Industry.

Podczas kolejnych KKI Talks o strategiach dystrybucyjnych, podczas webinaru „Coping with Uncertainty – Navigating Live-Action Children’s Film Releases Through the Pandemic” opowiadali producentka „Tarapatów 2” Agnieszka Dziedzic z Koi Studio oraz Cezary Kruszewski i Karolina Makuch z Next Film, a także Dominiks Jarmakovičs, łotewski producent filmu „Christmas in a Jungle” ze Studia Locomotive. Temat zmiany zachowań dzieci i rodzin oraz sposobów spędzania wolnego czasu i konsumpcji treści audiowizualnych poruszony został podczas spotkania „The New Normal: Kids Media Behaviours That Are Here to Stay”, a problem braku różnorodności omówiono w trakcie spotkania „Beyond Stereotypes – Creating Diverse Stories for a Young Audience”. Kolejne webinary poświęcone były platformom streamingowym i wirtualnym kinom („Unravel Streamers – What Producers Need to Know”, „Digital Transformation in Distribution – Virtual Cinemas and Parallel Windows”).

W grudniu w ramach współpracy Kino Dzieci Industry z Festiwalem Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni odbyły się dwa webinary KKI Talks poświęcone koprodukcji z Chinami i łączeniu kina artystycznego z produkcją filmów artystycznych oraz masterclass Philipa LaZebnika o pisaniu scenariuszy filmów dla młodego widza. Pełna lista wraz z opisami poszczególnych spotkań znajduje się na stronie www.kidskinoindustry.pl.

– KKI Talks powstały, by inspirować, oraz informować o tym, co się dzieje w branży, ale także po to, by ułatwić wymianę doświadczeń i networking. Pragniemy zbudować społeczność zrzeszającą profesjonalistów z branży, miejsce, gdzie będą mogli zdobyć dodatkową wiedzę i zainspirować się najlepszymi praktykami ze świata filmu dla dzieci – podsumowała Katarzyna Janiak, project manager z Kino Dzieci Industry.

Do udziału w webinarach organizatorzy zapraszają producentów, scenarzystów, reżyserów, dystrybutorów, agentów sprzedaży, nadawców, przedstawicieli funduszy filmowych z całego świata i wszystkich zainteresowanych.

Co przed nami? Kolejny KKI Talk już w kwietniu. Aby wziąć w nim udział, wystarczy się zarejestrować na stronie www.kidskinoindustry.pl/webinar-registration. Webinary odbywają się na żywo, ale zarejestrowani uczestnicy otrzymają link do nagrania.



Ministerstwo
Kultury
Dziedzictwa
Narodowego
i Sportu



**Kreatywna
Europa**

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu