

Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska



nr 1/2023

o3

VARIA

- 03 Europejski Rok Umiejętności
- 04 Europejskie Stolice Kultury 2023
- 05 Laureaci Music Moves Europe 2023
- 06 7 najbardziej zagrożonych zabytków i miejsc dziedzictwa kulturowego w Europie w 2023 roku
- 06 Trwa głosowanie na laureata nagrody LUX
- 07 Nominacje do European Prize for Literature 2023
- 08 European Heritage Hub – dwuletni projekt dla europejskiego dziedzictwa kulturowego
- 10 Rezydencje Culture Moves Europe – nowa odsłona programu

I2

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 12 Projekty współpracy europejskiej – cykl wykładów eksperckich
- 13 Porozmawiajmy o... cyfrowych trendach w kulturze – podsumowanie panelu dyskusyjnego
- 16 „Złap inspirację! Jak promować projekty międzynarodowe” – relacja z wydarzenia
- 18 II Forum Edukacji Filmowej

- 19 Co jest zagrożeniem, a co szansą dla współczesnego scenarzysty? Relacja z konferencji A Story to Tell: On Creating the Script and Running the Show
- 26 Międzynarodowa sesja „Pitch Your Innovation!”

22

ROZMOWY

- 22 „Ludzie i książki są różni. To, co nas łączy, to opowieść” – wywiad z Aliną Januszczyk, koordynatorką projektu „Book=Life”
- 24 „Wszyscy jesteśmy spragnieni nowych głosów...” – rozmowa z producentką filmową Agnieszką Dziedzic

27

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 27 Projekt „Make It Clear – educating young people against disinformation online”
- 28 Wsparcie obiegu literatury europejskiej – wyniki
- 30 Porozmawiajmy o szkoleniach: European Showrunner Programme

Szanowni Państwo,

w pierwszym numerze „Magazynu CED Polska” w 2023 roku przygotowaliśmy dla Państwa sporo ciekawych artykułów. Na początek prezentujemy stałe inicjatywy i konkursy realizowane przez Komisję Europejską, takie jak 7 Najbardziej zagrożonych zabytków, Nagrodę Literacką Unii Europejskiej, Europejskie Stolice Kultury czy Nagrodę Filmową Europejskiej Publiczności LUX. Przybliżamy również nową odsłonę programu Culture Moves Europe.

Następnie przypominamy przebieg wykładów, debat i konferencji organizowanych w ostatnich miesiącach przez zespół Creative Europe Desk Polska. Końcówka zeszłego roku i początek 2023 roku obfitował w wydarzenia skierowane do szerokiego grona przedstawicieli sektorów kultury, kreatywnych i audiowizualnego. Zorganizowaliśmy dla Państwa m.in. cykl wykładów eksperckich poświęconych schematowi Projekty współpracy europejskiej, kolejną odsłonę Kreatywnych Debat – tym razem o cyfrowych trendach w kulturze, wydarzenie „Złap inspirację! Jak promować projekty międzynarodowe” oraz międzynarodową konferencję „A Story to Tell: On Creating the Script and Running the Show” skierowaną do scenarzystów i twórców narracji.

W tym numerze prezentujemy Państwu również wywiady z Aliną Januszczyk, koordynatorką projektu „Book=Life”, dofinansowanego w schemacie Projekty współpracy europejskiej oraz z producentką filmową Agnieszką Dziedzic, reprezentującą firmę Aurum Film, która otrzymała grant w ramach schematu *European Slate Development*. Zachęcamy również do zapoznania się z rozmową z dr Katarzyną Jagodzińską z Towarzystwa Miłośników Zabytków i Historii Krakowa, która przybliży inicjatywę Europa Nostra Heritage Hub for Central and Eastern Europe. Jak zawsze polecamy również kwestionariusz w ramach cyklu „Porozmawiajmy o szkoleniach”. W tym numerze swoim doświadczeniem z udziału w European Showrunner Programme dzieli się scenarzysta i *showrunner* Wiktor Piątkowski.

Życzymy przyjemnej lektury.
Zespół Creative Europe Desk Polska

Europejski Rok Umiejętności



2023 rok został ustanowiony przez Komisję Europejską Europejskim Rokiem Umiejętności. Zgodnie z założeniem inicjatywa ma stwarzać możliwości nauki, podnoszenia kwalifikacji zawodowych oraz umożliwiać udział w szkoleniach dofinansowanych z funduszy europejskich.

Państwa członkowskie zatwierdziły cele społeczne Unii Europejskiej na 2030 rok, tym samym wspierając ideę uczenia się przez całe życie. Zgodnie z założeniami co najmniej 60% dorosłych powinno co roku uczestniczyć w szkoleniach, do 2030 r. co najmniej 80% wszystkich dorosłych powinno posiadać podstawowe umiejętności cyfrowe.

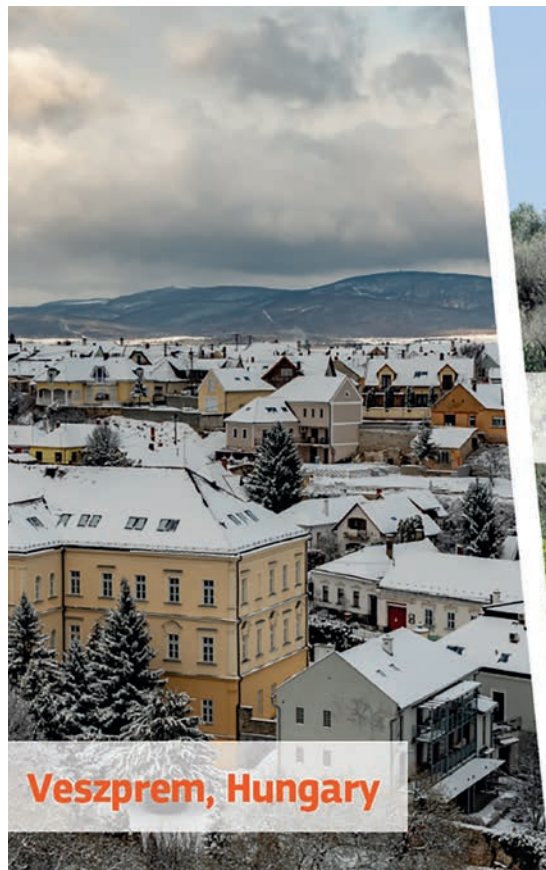
Cele te mają zostać osiągnięte poprzez:

- wspieranie inwestycji w szkolenia i podnoszenie kwalifikacji oraz wspieranie osób w zmianie pracy;
- promowanie postawy, w której umiejętności odpowiadałyby potrzebom rynku pracy, również poprzez współpracę z partnerami społecznymi i przedsiębiorstwami;

- dopasowanie aspiracji poszczególnych osób i umiejętności do możliwości na rynku pracy poprzez położenie nacisku na transformację ekologiczną i cyfrową wraz ze zwiększeniem liczby osób na rynku pracy, w szczególności kobiet i młodzieży;
- przyciągnięcie osób z państw trzecich z umiejętnościami potrzebnymi w Unii Europejskiej przez większe możliwości uczenia się i mobilności.

Europejski Rok Umiejętności ma przyczynić się do wzmocnienia konkurencyjności, włączenia obywateli w kształtowanie zawodowej rzeczywistości oraz poszerzenie współpracy z sektorem prywatnym, przedsiębiorcami i innymi podmiotami mającymi istotny wpływ na kształtowanie rynku pracy.

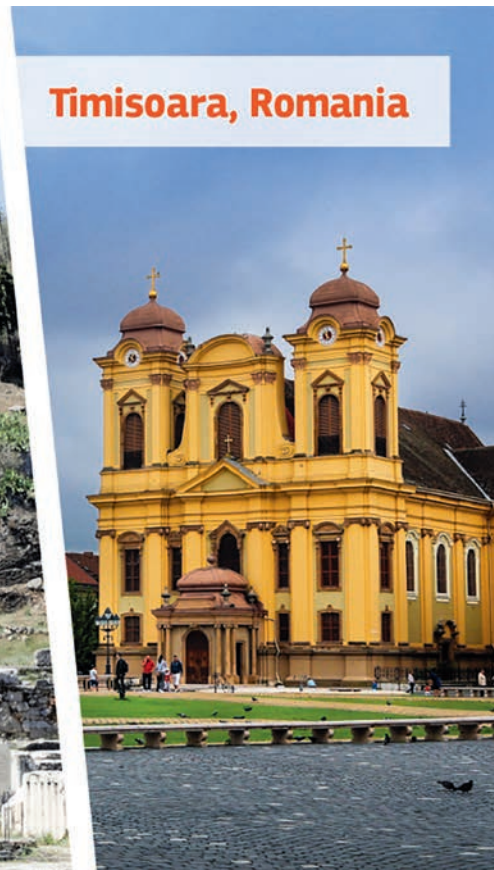
Więcej informacji dotyczących Europejskiego Roku Umiejętności znajduje się na stronie: ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_6086.



Veszprém, Hungary



Elefsina, Greece



Timisoara, Romania

Europejskie Stolicy Kultury 2023

Program Europejskie Stolicy Kultury ma na celu promowanie bogactwa i różnorodności kultur oraz wzmocnienie u obywateli poczucia przynależności do wspólnego, europejskiego obszaru kulturowego. Tytuł ten jest szansą promocji miast i regionów, zaprezentowania ich wkładu kulturalnego i artystycznego w europejską kulturę i sztukę, jak również wpływu kultury i sztuki na ich rozwój. Daje też możliwość przyciągnięcia międzynarodowej publiczności i turystów, a także aktualizacji strategii rozwoju poprzez działalność kulturalną. Wybór danego miasta jako Europejskiej Stolicy Kultury ma długofalowy i wielowymiarowy wpływ nie tylko na kulturę, lecz również na sytuację społeczną i gospodarczą zarówno samego miasta, jak i całego regionu.

W 2023 roku tytuł Europejskiej Stolicy Kultury będą nosiły aż trzy miasta: Veszprém (Węgry), Timișoara (Rumunia) oraz Eleusis (Grecja).

Veszprém jest jednym z najstarszych węgierskich miast. To tu został założony pierwszy uniwersytet w kraju oraz stolica biskupia, która powstała na początku XI wieku. Na 2023 rok przygotowano program, który obejmuje około 3000 wydarzeń. Dla odwiedzających przygotowano specjalną aplikację ze szczegółowymi informacjami i wydarzeniami artystycznymi. Więcej informacji oraz szczegółowy program wydarzeń: veszprembalaton2023.hu/en.

Timișoara wygrała konkurs Europejskiej Stolicy Kultury na 2021 rok, ale z powodu pandemii koronawirusa zdecydowano

o przesunięciu zaplanowanych działań o dwa lata. Oficjalne otwarcie ESK 2023 odbyło się w połowie lutego, a w ciągu całego roku zaplanowano aż 30 wydarzeń kulturalnych tygodniowo. Wśród nich m.in. spotkania z laureatami Nagrody Nobla w dziedzinie literatury Orhanem Pamukiem i Olgą Tokarczuk czy niemieckim filozofem Peterem Sloterdijkem. Więcej informacji oraz szczegółowy program wydarzeń: timisoara2023.eu/en/.

Greckie Eleusis to najmniejsze i najstarsze miasto, które będzie nosiło tytuł Europejskiej Stolicy Kultury w dotychczasowej historii tej inicjatywy. To jedno z pięciu najważniejszych świętych miast starożytności, miasto misterium eleuzyjskich i miejsce narodzin Ajschylosa. Dzięki portowi i strategicznemu położeniu 21 km na zachód od Aten w XIX wieku zostało przekształcone w jeden z największych ośrodków przemysłowych. Czerpiąc inspirację z bogatej historii miasta, Eleusis 2023 tworzy zintegrowany program artystyczny, badawczy i edukacyjny o wiodącym tytule „Mysteries of Transition”, który koncentruje się na trzech osiach: ludzie – społeczeństwo – praca/środowisko. Więcej informacji oraz szczegółowy program wydarzeń: 2023eleusis.eu/.

Zachęcamy do odwiedzenia Veszprém, Timișoary oraz Eleusis i wzięcia udziału w wydarzeniach kulturalnych przygotowanych w ramach programu Europejskich Stolic Kultury 2023.



Laureaci Music Moves Europe 2023

Tegorocznych laureatów europejskich nagród muzycznych Music Moves Europe (MME) poznaliśmy podczas uroczystej ceremonii 19 stycznia 2023 roku w czasie holenderskiego festiwalu Eurosonic Noorderslag w Groningen. Ten zainaugurowany w 1986 roku coroczny czterodniowy festiwal muzyczny i towarzysząca mu branżowa konferencja odkrywają najbardziej interesujących wschodzących twórców muzycznych z Europy.

Nagroda główna MME – Grand Jury Award – powędrowała do włoskiej artystki Sans Soucis. Mieszkająca w Londynie piosenkarka, autorka tekstów, producentka i gitarzystka została doceniona między innymi za swój wyjątkowy styl czerpiący z różnorodnego dziedzictwa, który przekracza granice gatunków.

Pozostałe nagrody MME 2023 otrzymali:

- Schmyt (Niemcy),
- July Jones (Słowenia),
- Oska (Austria),
- Kids Return (Francja),
- Queralt Lahoz (Hiszpania).

Jury konkursu Music Moves Europe Awards składa się z pięciu profesjonalistów uznanych w branży muzycznej. Co roku zwycięzca Nagrody Publiczności z poprzedniego roku dołącza do jury MME Awards. W tym roku to miejsce zajęła Jacqueline Baghdasaryan, piosenkarka ormiańskiego zespołu muzycznego Ladaniva. Pozostali jurorzy edycji 2023 to: Cindy Castillo (festiwal MadCool), Gemma Bradley (radio BBC), Bryan Johnson (Spotify) i Kevin Cole (KEXP).

Nagroda Publiczności, ustalona na podstawie przeliczonych głosów, została w tym roku przyznana Jerry Heil z Ukrainy.

Jednym z celów nagród jest wspieranie wschodzących talentów w międzynarodowej karierze.

Co roku pięciu zwycięzców Music Moves Europe Award otrzymuje nagrodę finansową w wysokości 10 tysięcy euro. Zdobywca nagrody Grand Jury Award otrzymuje 10 tysięcy euro oraz voucher na wsparcie realizacji proekologicznej trasy koncertowej o wartości 5 tysięcy euro. Zwycięzca nagrody Public Choice Award otrzymuje 5 tysięcy euro.

Wszystkich 15 nominowanych zaproszono do występu na festiwalu Eurosonic Noorderslag oraz do wzięcia udziału w dniu edukacji biznesowej, którego celem jest usprawnienie codziennej działalności zawodowej. Poruszono tematy takie jak synchronizacja (dla przykładu jednym z tematów było, jak sprawić, by utwór pojawił się w serialu Netflix lub grze komputerowej) i zrównoważony rozwój (między innymi jak zorganizować bardziej przyjazny dla środowiska projekt czy trasę koncertową).

Nagrody Music Moves Europe są współfinansowane przez program Kreatywna Europa, realizowane przez Eurosonic Noorderslag i Reeperbahn Festival przy wsparciu partnerów z branży muzycznej.

Więcej informacji: mmeawards.eu.



7 najbardziej zagrożonych zabytków i miejsc dziedzictwa kulturowego w Europie w 2023 roku

Tegoroczna inicjatywa to już dziesiąta edycja programu 7 najbardziej zagrożonych. W połowie kwietnia poznaliśmy listę najbardziej zagrożonych zabytków i miejsc dziedzictwa kulturowego, na której znalazły się:

- Dworzec kolejowy Kortrijk, Kortrijk, Belgia,
- Cmentarz Pamięci Partyzantów, Mostar, Bośnia i Hercegowina,
- Twierdza Tchakvinji, Zugdidi, Gruzja,
- Schwesternhäuser, dawna osada morawska w Kleinwelce, Niemcy,
- Memento Park, Budapeszt, Węgry,
- Krajobraz kulturowy Sveti Stefan, Państwo Czarnogóra,
- Młyny wodne Bistrica, Petrovac na Mlavi, Serbia.

Wyboru dokonano na podstawie wyjątkowego znaczenia dziedzictwa i wartości kulturowej każdego z obiektów, a także ze względu na poważne zagrożenie, jakie przed nimi stoją. Za kluczową wartość dodaną uznano poziom zaangażowania społeczności lokalnych oraz interesariuszy publicznych i prywatnych w ratowanie tych miejsc. Kolejnym kryterium wyboru był potencjał do działania jako katalizator zrównoważonego rozwoju oraz jako narzędzie promowania pokoju i dialogu lokalnie i regionalnie.

Wiceprzewodniczący Europa Nostra Guy Clausse stwierdził: „Umieszczając te miejsca na liście 7 najbardziej zagrożonych, pragniemy przekazać wyrazy solidarności i wsparcia

lokalnym społecznościom i działaczom, którzy postanowili je uratować. Wraz z naszymi europejskimi i lokalnymi partnerami zapewnimy im wiedzę techniczną, wskażemy możliwe źródła finansowania i zmobilizujemy naszą rozległą sieć do wspierania ich wysiłków, które teraz stały się również naszą sprawą i wspólną odpowiedzialnością. Wykorzystajmy dziedzictwo kulturowe Europy jako nośnik pokoju, spójności społecznej i zrównoważonego rozwoju”.

Program prowadzony przez Europa Nostra we współpracy z Instytutem Europejskiego Banku Inwestycyjnego, otrzymuje również wsparcie programu Kreatywna Europa. Uruchomiony w 2013 roku stanowi część kampanii społeczeństwa obywatelskiego na rzecz ratowania zagrożonego dziedzictwa Europy. Zadania programu to między innymi podnoszenie świadomości, przygotowywanie niezależnych ocen i rekomendowanie działań na rzecz europejskiego dziedzictwa. Dotacja w wysokości 10 000 euro, przeznaczona na każde miejsce znajdujące się na liście, wspiera realizację uzgodnionego działania przyczyniającego się do ratowania zagrożonego miejsca. W większości przypadków umieszczenie w wykazie służy mobilizacji niezbędnego wsparcia publicznego lub prywatnego, w tym finansowego.

Więcej informacji: 7mostendangered.eu.

O Europa Nostra: europanostra.org/organisation/.

Trwa głosowanie na laureata nagrody LUX



Poznaliśmy produkcje, które zostały nominowane do Nagrody Filmowej Europejskiej Publiczności LUX. W tym roku po raz pierwszy o prestiżową statuetkę będzie ubiegać się 5 tytułów: „Alcarras” Carli Simón, „Gorące dni” Emina Alpera, „Blisko” Lukasa Dhonta, „W trójkącie” Rubena Östlunda oraz „Błędny ogień” João Pedro Rodriguesa. Wybór ten stanowi przykład celebrowania, wspierania oraz promowania filmów poruszających aktualne kwestie społeczne i polityczne dotyczące obywateli Europy. Podobnie jak w poprzednich edycjach zwycięzca zostanie

wybrany na podstawie głosów oddanych przez europejską publiczność oraz posłów do Parlamentu Europejskiego. Ceremonia wręczenia nagród zaplanowana jest podczas sesji plenarnej Parlamentu Europejskiego w Strasburgu 14 czerwca 2023 roku, natomiast głosowanie otwarte jest do 12 czerwca. Zachęcamy do głosowania na swoich faworytów!

O Nagrodzie Filmowej Europejskiej Publiczności LUX dowiedzieć się można więcej: luxaward.eu/en.

Nominacje do European Prize for Literature 2023



7 marca 2023 roku, w trakcie bolońskich targów książki, poznaliśmy tegoroczną listę nominowanych do Nagrody Unii Europejskiej w dziedzinie literatury (EUPL). Nagroda przyznawana jest wschodzącym pisarzom beletrystyki z Europy, a jej celem jest podkreślenie zarówno kreatywności, jak i różnorodnego bogactwa współczesnej literatury europejskiej oraz promowanie obiegu literatury w Europie i zwiększenie zainteresowania nienarodowymi utworami literackimi.

W 2022 roku wprowadzone zostały zmiany w ogólnej organizacji Nagrody – zamiast przyznać wyróżnienie laureatom z każdego kraju, jury wyłania jednego zwycięzcę spośród wszystkich nominowanych oraz przyznaje pięć wyróżnień specjalnych.

W konkursie o Nagrodę Literacką Unii Europejskiej mogą wziąć udział pisarze z krajów uczestniczących w programie Kreatywna Europa. Nagroda przyznawana jest autorom powieści, którzy nie zdobyli jeszcze międzynarodowej rozpoznawalności, lecz ich książki wnoszą dużą wartość do świata literatury, a dotychczasowy dorobek potwierdza ich profesjonalizm. EUPL jest organizowana przez konsorcjum składające się z Federacji Wydawców Europejskich oraz Europejskiej i Międzynarodowej Federacji Księgarzy, przy wsparciu programu Kreatywna Europa.

Jean-Luc Treutenaere, współprzewodniczący Europejskiej i Międzynarodowej Federacji Księgarzy, podkreślał: „EUPL 2023 obejmuje 13 znakomitych nominowanych autorów ze wszystkich zakątków Europy, po raz kolejny podkreślając bogactwo kulturowe i różnorodność kontynentu”.

Lista nominowanych do nagrody EUPL 2023:

- Armenia: **Lusine Kharatyan**, Ա Ռ Ա Վ Պ (A Syrian Affair), wydawca: Granish;
- Chorwacja: **Martina Vidaić**, Stjenice (Bedbugs), wydawca: Naklada Ljevak;
- Cypr: **Χάρη Ν. Σπανού (Hari N. Spanou)**, Φυλάκιο (The Outlook), wydawca: Εκδόσεις Αιγαίου (Aegan Publications);
- Czarnogóra: **Ilija Đurović**, Sampas, wydawca: Treći Trg;
- Czechy: **Ondřej Štindl**, Tolik popela (So Much Ash), wydawca: Argo;
- Estonia: **Tonis Tootsen**, Ahvide pasteet. Ühe ahvi mälestusi ja mõtteid (Pâté of the Apes: One Primate's Thoughts and Memories), wydawca: Kaarnakivi Seltsi Kirjastus;
- Finlandia: **Iida Rauma**, Hävitys (Destruction), wydawca: Siltala Publishing;
- Francja: **Maud Simonnot**, L'heure des oiseaux (The Hour of Birds), wydawca: Editions de l'Observatoire;
- Kosowo: **Ag Apolloni**, Kësulëkuja, përrallë për të rritur

(Little Red Riding Hood, a tale for adults), wydawca: Bard Books;

- Liechtenstein: **Anna Ospelt**, Frühe pflanzung (Early Planting), wydawca: Limmat;
- Luksemburg: **Jeff Schinker**, Ma vie sous les tentes, (My life in tents), wydawca: Hydre Éditions;
- Polska: **Sabina Jakubowska, Akuszerki**, wydawca: Grupa Wydawnicza Relacja;
- Szwecja: **Marit Kapla**, Kärlek på svenska (Love in Swedish), wydawca: Teg Publishing.

Zwycięzcę wyłoni siedmioosobowe międzynarodowe jury, a jego werdykt zostanie ogłoszony podczas targów książki w Lipsku. Wszyscy nominowani autorzy będą promowani na europejskiej scenie literackiej, aby dotrzeć do szerszej międzynarodowej publiczności, a także nawiązać kontakt z nowymi czytelnikami.

Polską kandydatką do nagrody jest Sabina Jakubowska, autorka powieści „Akuszerki” (poprzednia kandydatura z Polski miała miejsce w 2019 roku). „Akuszerki” to inspirowana autentycznymi zapiskami prababki autorki monumentalna opowieść osadzona w realiach małopolskiej wsi, z pięknymi portretami wielu miejscowości dawnej Galicji. Akcja sagi rodzinnej toczy się od XIX do połowy XX wieku. Autorka z rozmachem kreśli wciągającą i świetnie skonstruowaną narrację, umiejscawiając opowieść w niezwykle burzliwych czasach historycznych przed i w trakcie wielkiej wojny, kiedy Polska była pod zaborami, a jej ludność stanowiła bardzo zróżnicowaną etnicznie grupę. W powieści Jakubowskiej to akuszerki pełnią wywrotową funkcję, są odpowiedzialne za przetrwanie świata. W powieści wielka historia przeplata się z rejestrem lokalnych zwyczajów, wielkim wydarzeniom zdaje się być przypisana ta sama waga i doniosłość co cudowi narodzin, wysiłkowi kobiet troszczących się o najbliższych wymieszany jest z bohaterskimi czynami na wojnie. Jakubowska na ponad siedmuset stronach zawarła nie tylko fenomenalny obraz z historii położnictwa XIX i XX wieku, ale przede wszystkim odkryła na nowo historię regionalną i genialnie odtworzyła język tamtych czasów (1880–1950).

O autorce: Sabina Jakubowska od lat jako doula towarzyszy kobietom przy porodach. Z wykształcenia jest archeologiem. Fascynuje ją historia lokalna, której poświęciła też doktorat. Jej debiutancka powieść dla młodzieży otrzymała Nagrodę Główną w konkursie Promotorzy Debiutów Tygodnika Powszechnego i Instytutu Książki. „Akuszerki” są jej pierwszą powieścią dla dorosłych czytelników.

Więcej informacji: euprizeliterature.eu.



European Heritage Hub – dwuletni projekt dla europejskiego dziedzictwa kulturowego

Komisja Europejska wybrała konsorcjum pod przewodnictwem Europa Nostra, europejskiej federacji organizacji pozarządowych, zajmujących się dziedzictwem, do realizacji pilotażowego projektu European Heritage Hub. Kluczowymi europejskimi partnerami projektu są Europeana Foundation, Eurocities, KU Leuven oraz ICLEI - Local Governments for Sustainability.

Ten ambitny projekt pozwoli zgromadzić wiedzę i łączyć wysiłki na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego w Europie. Będzie realizowany w okresie od wiosny 2023 roku do wiosny 2025 roku. Powstanie platforma skupiająca różnorodne podmioty zaangażowane w ochronę dziedzictwa kulturowego. Celem projektu jest między innymi wspieranie specjalistów i wolontariuszy zajmujących się ochroną i zarządzaniem dziedzictwem, kształtowanie przyszłych kierunków działań i wdrażania polityki ochrony dziedzictwa – także w kontekście aktualnych trendów transformacji cyfrowej, środowiskowej czy zmian społecznych. Hub będzie stymulować analizę polityczną, budowanie powiązań pomiędzy istniejącymi inicjatywami na szczeblu europejskim oraz realizować kampanie uświadamiające na temat ochrony dziedzictwa. Europa Nostra będzie rozwijać sieć specjalistów, która obejmie całą Europę. Projekt zgromadzi partnerów odzwierciedlających różne poziomy wpływu oraz

zrealizuje działania takie jak budowanie potencjału, badania i komunikacja.

Partnerzy wezmą odpowiedzialność za koordynację działań regionalnych placówek European Heritage Hub lub aktywności o wymiarze horyzontalnym takich jak działania młodzieżowe czy muzyczne. „Jesteśmy zachwyceni, że rozpoczynamy to nowe europejskie przedsięwzięcie w 2023 roku, czyli w roku, w którym przypada 60. rocznica powstania naszej organizacji. Europa Nostra jest bardzo dumna z tego, że może pełnić rolę koordynatora tworzenia przyszłego europejskiego centrum dziedzictwa, które przeniesie nasze wieloletnie partnerstwo z Unią Europejską na kolejny poziom. Będziemy dążyć do zaangażowania jak najszerszego grona partnerów, w tym członków European Heritage Alliance i Climate Heritage Network oraz młodego pokolenia specjalistów ds. dziedzictwa. European Heritage Hub to projekt, który przyniesie wiele korzyści i pomoże ukazywać znaczenie dziedzictwa kulturowego jako strategicznego zasobu dla przyszłości Europy”, podkreślała Sneška Quaedvlieg-Mihailović, sekretarz generalna Europa Nostra. Inicjatywa opiera się między innymi na osiągnięciach Europejskiego Roku Młodzieży 2022 i Europejskiego Roku Dziedzictwa Kulturowego 2018. Więcej informacji: europanostra.org.

Rozmowa z dr Katarzyną Jagodzińską

Towarzystwo Miłośników Zabytków i Historii Krakowa jest koordynatorem Europa Nostra Heritage Hub for Central and Eastern Europe. Jak doszło do stworzenia centrum dziedzictwa dla Europy Środkowo-Wschodniej właśnie w Krakowie?

Europa Nostra jest największą federacją skupiającą organizacje i instytucje zajmujące się dziedzictwem na terenie całej Europy. Członkowie i partnerzy reprezentują niemal wszystkie kraje europejskie. Rozwój społeczeństwa obywatelskiego oraz rosnąca świadomość społecznej odpowiedzialności za zachowanie i rozwój dziedzictwa sprawiają, że podmiotów działających na tym polu jest coraz więcej. Z perspektywy centrum Europy, czyli Hagi, gdzie swoją siedzibę ma Europa Nostra, i Brukseli, gdzie federacja posiada biuro, coraz trudniej jest efektywnie współpracować z organizacjami geograficznie oddalonymi

i posługującymi się wieloma językami narodowymi. Przez kilka lat dojrzewała więc myśl o stworzeniu regionalnych centrów Europa Nostra, które będą miały pod swoją szczególną opieką terytoria obejmujące po kilka krajów. Nasz hub powstał jako jeden z pierwszych – zakres naszego oddziaływania to Europa Środkowa i Wschodnia, a w jej ramach są, oprócz Polski: Czechy, Słowacja, Węgry, Litwa, Łotwa, Estonia, Ukraina i Białoruś, natomiast hub w Atenach posiada pod opieką południe Europy od Grecji po Rumunię. Zadaniem hubów jest rozwijanie relacji z organizacjami dziedzictwa w regionie, animowanie debaty o dziedzictwie na poziomie społeczeństwa obywatelskiego oraz popularyzowanie działań Europa Nostra – w szczególności dorocznych nagród European Heritage Awards | Europa Nostra Awards, które promują dobre praktyki w zakresie dziedzictwa oraz programu 7 Most Endangered, który w skali europejskiej

podnosi świadomość na temat obiektów i terenów, które wymagają podjęcia pilnych działań naprawczych. Hub znajduje się na początku swojej drogi – poznajemy organizacje działające w regionie, nawiązujemy relacje, wspólnie zastanawiamy się nad zwiększeniem widoczności realizowanych w regionie projektów. Na tym ogromnym terytorium mamy zaledwie kilkudziesięciu członków Europa Nostra. To ogromna dysproporcja w porównaniu z silnie reprezentowaną Europą Zachodnią. Będziemy starali się to zmienić. Nie chodzi o samo członkostwo w organizacji, ale o realną współpracę – poszerzanie sieci i wspólne tworzenie nowych projektów.

Położony w centrum regionu Kraków jest doskonałym punktem obserwacyjnym. Co istotne, mamy też wieloletnie doświadczenie w monitorowaniu Europy Środkowo-Wschodniej w zakresie szeroko pojętego dziedzictwa w postaci dorobku, kontaktów i relacji wypracowanych przez Międzynarodowe Centrum Kultury. Wiceprezydent Europa Nostra i jednocześnie prezes Towarzystwa Miłośników Historii i Zabytków Krakowa, które na zlecenie Miasta Kraków prowadzi hub, profesor Jacek Purchla założył i przez niemal trzydzieści lat kierował MCK. Ja sama oraz dr Joanna Sanetra-Szeliga, z którą wspólnie prowadzę hub, także przez piętnaście lat byłyśmy z MCK związane. Ten potencjał rozwijamy teraz w zakresie sektora pozarządowego dziedzictwa. A z MCK łączymy porozumienie o współpracy.

Jakimi obszarami tematycznymi zajmujecie się Państwo na co dzień?

Zgodnie z założeniem Europa Nostra Heritage Hub w Krakowie jest platformą wzmacniającą głos organizacji pozarządowych z terenu Europy Środkowej i Wschodniej w kształtowaniu europejskiej polityki wobec dziedzictwa. Do jego zadań należy nawiązywanie współpracy pomiędzy organizacjami obywatelskimi i instytucjami zajmującymi się dziedzictwem w regionie oraz wzmacnianie widoczności działań podejmowanych na rzecz dziedzictwa. Jako wiodące tematy dla naszej działalności wskazaliśmy: miasto historyczne i odporność, partycypację w dziedzictwie, dziedzictwo w epoce antropocenu oraz dziedzictwo na rzecz dobrostanu i zdrowia. Tematy te odzwierciedlają zainteresowania Europa Nostra, odnoszą się także do ważnych elementów polityki Miasta Krakowa, które współfinansuje naszą działalność, wypływają wreszcie z naszych zainteresowań badawczych – cały zespół bowiem łączy praktykę działalności kulturalnej z pracą akademicką.

Ten zestaw bynajmniej nie ogranicza naszego zainteresowania innymi tematami. Chcemy reprezentować organizacje zajmujące się wszelkimi przejawami dziedzictwa kulturowego oraz kulturowo-naturalnego i zapraszamy do kontaktu

wszystkie organizacje chcące działać w europejskiej sieci. Teraz jesteśmy na etapie poznawania podmiotów działających w regionie. Następnie będziemy inicjować wspólne działania, projekty, łączyć organizacje i instytucje działające w regionie oraz łączyć je z organizacjami w innych częściach Europy.

Jakimi zadaniami będziecie się Państwo zajmować w ramach projektu European Heritage Hub?

Projekt rozpoczął się w połowie kwietnia 2023 roku. Jest to wielkie międzynarodowe przedsięwzięcie skupiające najważniejsze organizacje działające na polu dziedzictwa w Europie. W ramach projektu krakowski hub zrealizuje mapping sektora organizacji pozarządowych w Europie Środkowej i Wschodniej. Celem projektu jest zdobycie kompleksowej wiedzy na temat sektora dziedzictwa w regionie, w tym jego wielkości, profilu działalności organizacji dziedzictwa, ich motywacji, wyzwań, potrzeb i oczekiwań, modeli organizacyjnych, struktury finansowania. Nie ma badań, które w skali poszczególnych krajów dawałyby taką wiedzę, stąd nasz pomysł, aby ją pozyskać w skali całego regionu, a wypracowaną metodologię przekazać kolejnym hubom. W ten sposób w perspektywie kolejnych lat będzie można przebadать pozarządowy sektor dziedzictwa w całej Europie.

Jakie są obecnie w Pani ocenie najważniejsze wyzwania i szanse dla europejskiego dziedzictwa kulturowego?

Ogromną wartością są ludzie, którzy chcą działać dla dziedzictwa. Publiczne instytucje tworzą szkielet ochrony i zarządzania dziedzictwem, jednak oddolna działalność społeczności, nieformalnych grup, indywidualnych osób – ich energia i determinacja – wydają się kluczowe dla zachowania oraz dalszego rozwoju i promocji dziedzictwa. Ogromnym wyzwaniem są środki finansowe. Sektor pozarządowy zazwyczaj nie posiada komfortu publicznych instytucji w zakresie stałego finansowania działalności. Stowarzyszenia, fundacje i grupy działają od projektu do projektu w warunkach dużej niepewności. Niedobór finansów wzmacnia kreatywność – to pokazuje praktyka działania, ale w dłuższej perspektywie może zniechęcać do kontynuowania działalności. Wielkie kryzysy ostatnich lat, z którymi wszystkie sektory musiały się zmierzyć – kryzys migracyjny, pandemia, wojna – przełożyły się na wielką liczbę projektów w zakresie dziedzictwa. To dziedzictwo kulturowe okazało się łącznikiem między narodami i społecznościami. Szansą jest więc na pewno niesłabnąca chęć poznawania dziedzictwa, czego dobitnym wskaźnikiem są chociażby wyniki frekwencji w muzeach czy renesans tradycyjnych, określanych jako ginące, rzemiosł. Wyzwaniem jest natomiast właściwe jego zachowanie, zagospodarowanie i wykorzystanie – wyważenie komercjalizacji i zrównoważony rozwój.



DR KATARZYNA JAGODZIŃSKA jest kierowniczką Europa Nostra Heritage Hub for Central and Eastern Europe w Krakowie, adiunktą w Instytucie Studiów Europejskich Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz pierwszą dyrektorką do spraw programowych Muzeum Zabawek w Krakowie. Wcześniej pracowała w Międzynarodowym Centrum Kultury w Krakowie i w zespole redakcyjnym magazynu „Architektura & Biznes”. Ukończyła historię sztuki oraz dziennikarstwo i komunikację społeczną na Uniwersytecie Jagiellońskim, doktoryzowała się z muzealnictwa. Badawczo zajmuje się zagadnieniem partycypacji w muzeach. Autorka 5 książek o muzeach (między innymi „Museums and Centers of Contemporary Art in Central Europe”, 2020), współautorka opracowań nt. europejskiego dziedzictwa.



Rezydencje Culture Moves Europe – nowa odsłona programu

Program Culture Moves Europe jest teraz dostępny również dla gospodarzy rezydencji. Mogą się do niego zgłaszać podmioty regularnie organizujące działalność artystyczną i twórczą lub/i posiadające zdolność do realizacji międzynarodowego projektu rezydencji artystycznej i kulturalnej. Odsłona rezydencyjna Culture Moves Europe zapewnia wsparcie finansowe organizacjom i artystom zarejestrowanym jako osoby prawne w jednym z 40 krajów kwalifikujących się do programu Kreatywna Europa.

Grant ma służyć umożliwieniu goszczenia międzynarodowych artystów i osób zawodowo związanych z kulturą w celu realizacji projektu rezydencyjnego w organizacjach przyjmujących. Uczestniczący artyści i osoby zawodowo zajmujące się kulturą muszą być legalnymi rezydentami kraju Kreatywnej Europy, który jest inny niż kraj gospodarza rezydencji.

Edycja rezydencyjna jest skierowana do podmiotów prawnych (na przykład organizacje non-profit, podmioty prywatne, publiczne, fundacje), które działają w obszarze:

- architektury,
- dziedzictwa kulturowego,
- projektowania, w tym mody,
- tłumaczeń literackich,
- muzyki,
- sztuk scenicznych,
- sztuk wizualnych.

Culture Moves Europe w odsłonie rezydencyjnej chce wspierać działalność służącą rozwojowi międzynarodowego

profilu organizacji, niezależnie od tego, czy jest już instytucją o ugruntowanej pozycji, czy funkcjonuje od niedawna.

Proces aplikowania podzielony jest na dwa etapy:

1. wybór gospodarzy,
2. potwierdzenie wybranych przez gospodarzy zaproszonych artystów, twórców i osób związanych z kulturą.

Aby móc złożyć wniosek, należy:

- być przedstawicielem organizacji lub posiadać osobowość prawną,
- organizować działania związane z co najmniej z jedną z wymienionych powyżej dziedzin,
- regularnie organizować działania artystyczne i kulturalne lub/i posiadać odpowiednie warunki i zasoby (obiekt, usługi, personel, mentoring) do realizacji projektu rezydencji artystycznej i kulturalnej,
- zaprosić do udziału w projekcie rezydencyjnym od 1 do 5 artystów lub osób zawodowo związanych z kulturą, które legalnie przebywają w co najmniej jednym innym kraju Kreatywnej Europy,
- zaplanować projekt na minimum 22 dni i maksymalnie 300 dni.

Ponadto:

- Osoby goszczące powinny być częścią projektu rezydencyjnego w tym samym czasie.
- Projekt rezydencyjny i pobyt osób muszą być nieprzerwane.
- Każda osoba goszcząca musi być obecna w miejscu rezydencji gospodarza i musi pracować nad swoim projektem rezydencyjnym przez co najmniej 70% swojego czasu.

Można ubiegać się o dofinansowanie projektu rezydencyjnego poprzez propozycję odzwierciedlającą cele programu, jego oczekiwany wpływ oraz realizowaną w narzuconych ramach czasowych. Organizacje powinny zapewnić mentoring dla artystów i osób związanych z kulturą oraz odpowiednie warunki, wsparcie i sprzęt dostosowany do ich specjalizacji, tak aby rezydenci mogli skupić się na swoich indywidualnych lub zbiorowych projektach.

Projekt rezydencyjny powinien realizować jeden lub dwa z poniższych celów:

- **Odkrywania**
Prowadzenie badań i pracowanie nad określonym tematem lub nową koncepcją.
- **Tworzenia**
Zaangażowanie się w zbiorowy proces twórczy mający na celu stworzenie nowego dzieła artystycznego/kulturalnego.
- **Uczenia się**
Podniesienie kompetencji uczestników poprzez naukę pozaformalną lub współpracę ze specjalistą.
- **Łączenia**
Rozwijanie sieci współpracy, wzmacnianie rozwoju zawodowego uczestników.
- **Przeprowadzania zmiany**
Wpływanie na zmianę społeczną zgodnie z wartościami i zasadami Nowego Europejskiego Bauhausu.

Składając wniosek, należy wskazać wymiar rezydencji:

- projekt rezydencji krótkoterminowej: od 22 do 60 dni;
- średnioterminowy projekt rezydencyjny: od 61 do 120 dni;
- projekt rezydencji długoterminowej: od 121 do 300 dni.

Dotacja pokrywa koszty związane z goszczeniem międzynarodowych artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą oraz koszty związane z ich mobilnością i pobytem. Te kwoty, jak i możliwe dopłaty (na przykład związane z niepełnosprawnością uczestnika, wsparcie dla rodziców małych dzieci czy dopłata za podróż proekologiczną) powinny być przydzielane i przekazywane każdemu uczestnikowi przez organizację goszczącą. Kwota przypadająca na jednego uczestnika jest obliczana w zależności od indywidualnego planu podróży i potrzeb.

Wniosek zostanie oceniony na podstawie następujących kryteriów:

- Czy projekt rezydencyjny zapewnia odpowiednie wsparcie uczestnikom?
- Czy proces selekcji uczestniczących artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą jest wystarczająco szczegółowy i uzasadniony?
- Czy gospodarz będzie mentorem i współpracownikiem uczestniczących artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą?
- Czy projekt rezydencyjny jest adekwatny w odniesieniu do pracy i działań wnioskodawców, a także do celów Culture Moves Europe?
- Czy projekt rezydencyjny ma długoterminowy wpływ i przynosi takie korzyści – na przykład zarówno dla gospodarza, jak i uczestników, w lokalnym i/lub krajowym

- ekosystemie/sektorze artystycznym i kulturalnym?
- Czy projekt uwzględnia zrównoważony rozwój?

Harmonogram

Pierwszy nabór dla gospodarzy rezydencji trwa od 15 marca 2023 r. **do 15 czerwca 2023 r., godz. 23.59 CET.**

Wnioskodawcy, których projekt rezydencyjny został wybrany, zostaną poinformowani pod koniec lipca 2023 roku przez Goethe-Institute, organizację odpowiedzialną za realizację programu Culture Moves Europe, i zaproszeni do procedowania wyboru artystów/profesjonalistów biorących udział w ich projektach. Wybrani gospodarze będą mieli rok, licząc od daty podpisania umowy o dofinansowanie, na ukończenie projektu. W ciągu dwóch tygodni po zakończeniu rezydencji należy wypełnić raport podsumowujący efekty projektu, jak i przedstawić dokumenty potwierdzające pobyt, takie jak bilety na transport, wnioski wizowe, zdjęcia.

W ramach odsłony rezydencyjnej Culture Moves Europe odbędą się 4 nabory między wiosną 2023 roku a jesienią 2024 roku.

Trzeba pamiętać, że wniosek można złożyć tylko raz w danym okresie naboru. Grant na pobyt rezydencyjny można otrzymać kilka razy, pod warunkiem że dotyczy innego projektu, z różnymi uczestniczącymi artystami i osobami zawodowo zajmującymi się kulturą.

Aby wypełnić formularz zgłoszeniowy online, kandydaci muszą najpierw utworzyć konto w portalu aplikacji Goethe: gap-online.goethe.de/en-US/register

Integracja i zrównoważony rozwój

Culture Moves Europe zapewni specjalne wsparcie osobom niepełnosprawnym i opiekującym się dziećmi. Zapewni pomoc osobom podróżującym do i z krajów i terytoriów zamorskich, a także z najbardziej oddalonych regionów Unii Europejskiej. Nabór na gospodarzy rezydencji ma na celu zachowanie równowagi płciowej i geograficznej odnośnie do wyboru beneficjentów. Program Culture Moves Europe jest również zaangażowany w prowadzenie działalności w sposób zrównoważony i przyjazny dla środowiska.

Pełną listę kryteriów kwalifikowalności oraz szczegóły realizacyjne można znaleźć w przewodniku konkursowym.

Strona programu, dokumentacja, kontakt i kanały komunikacji:

culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/culture-moves-europe.

Culture Moves Europe jest realizowany przez Goethe-Institut w imieniu Komisji Europejskiej.

Projekty współpracy europejskiej – cykl wykładów eksperckich

Projekty współpracy europejskiej to obszar grantowy wspierający projekty kulturalne oparte na międzynarodowej współpracy, który cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem wśród wnioskodawców z sektorów kultury i kreatywnego. Aby pomóc aplikującym w lepszym zrozumieniu poszczególnych zagadnień i wykorzystaniu ich przy planowaniu i realizacji projektów, Creative Europe Desk Polska zorganizował w tym roku cykl wykładów eksperckich. Była to doskonała okazja do tego, aby zaproszeni goście podzielili się wiedzą i doświadczeniem z uczestnikami oraz udzielili dobrych rad, które warto zastosować przy realizacji projektu.

Cykl wykładów rozpoczęliśmy spotkaniem poświęconym jednemu z priorytetów programu – **budowanie i rozwój publiczności**. Priorytet, mimo że jest często wybierany przez wnioskodawców Projektów współpracy europejskiej, to nie zawsze jest poprawnie interpretowany. W czasie spotkania nasz ekspert Bartek Lis zaznaczył, że grupa docelowa musi być jasno określona, mieć sprecyzowane potrzeby i oczekiwania. Każdy projekt jest dla konkretnych odbiorców, których musimy określić już na etapie jego planowania. Dodatkowo należy pamiętać, że kluczowe są oczekiwania publiczności, a nie potrzeby wnioskodawcy. Niezwykle istotne jest także właściwe identyfikowanie i promowanie swojej instytucji w pracy codziennej, a nie tylko projektowej.

Drugie spotkanie zostało przygotowane i poprowadzone przez Joannę Tabakę, która przybliżyła wnioskodawcom zagadnienia związane z **ekologią w kulturze**, czyli co zrobić, aby projekty były bardziej przyjazne środowisku. Podczas spotkania zostały podane konkretne przykłady działań podejmowanych przez instytucje kultury, dzięki czemu ich projekty stają się bardziej proekologiczne. Kluczową rolę instytucji i organizacji kultury jest uświadamianie – dlatego już na etapie codziennych działań sektor kultury może pochwalić się dobrą praktyką i stać się inspiracją do ekologicznych działań.

W tym roku do poprowadzenia wykładu zaprosiliśmy także Elізję Bujalską, ekspertkę w zakresie **zarządzania projektem**.

To jedno z zagadnień, które należy opisać we wniosku aplikacyjnym, a jak się okazuje, dla wielu wnioskodawców jest trudne i niezrozumiałe. Nasza ekspertka podkreśliła, jak ważne jest poznanie swoich partnerów i wspólne planowanie działań. Szczególnie istotne jest to w przypadku współpracy międzynarodowej, gdzie należy zwrócić uwagę na różnice językowe, kulturowe i zwyczajowe.

Z kolei David Sypniewski opowiedział o skutecznej **promocji projektów**. Podając konkretne przykłady, odniósł się do aktualnych trendów w tym zakresie. Dobierając działania promocyjne, należy pamiętać, do kogo promocja ma być skierowana, kogo ma zachęcić do udziału w projekcie – co na pozór nie zawsze jest jednoznaczne. Należy także pamiętać o spójności kampanii promocyjnej i wychodzeniu poza utarte schematy, czyli zaskakiwaniu swoich odbiorców nowymi i nie zawsze oczywistymi rozwiązaniami. Poza tym działania promocyjne powinny opierać się na rzetelnym planie, a nie być przypadkowe.

Tegoroczny cykl wykładów zakończył webinar z Anną Krzeszowską-Hovanecz, która skupiła się na zagadnieniu związanym z **analizą potrzeb**. To element wniosku, który często nastręcza wiele trudności wnioskodawcom. Dlatego ekspertka starała się wyjaśnić, czym jest analiza potrzeb, jak ją poprawnie przeprowadzić i że jest niezwykle istotna dla całego projektu, ponieważ odpowiada na pytanie, w jakim celu robimy projekt. Właściwie zrealizowana analiza potrzeb pozwala uniknąć frustracji zespołu oraz realizacji nietrafionych pomysłów i działań. Jej należyte wykonanie przyniesie wiele korzyści, w tym także te pierwotnie nieplanowane, a dzięki temu krokowi realizacja projektu będzie przyjemnym doświadczeniem.

Każde ze spotkań cieszyło się dużym zainteresowaniem wnioskodawców i rodziło wiele ciekawych pytań do zaproszonych gości. Mamy nadzieję, że przekazana wiedza i praktyczne wskazówki stały się inspiracją do planowania działań projektowych, co w praktyce przełoży się na dobrze przygotowane wnioski aplikacyjne.



Kreatywne debaty
Porozmawiajmy o...

cyfrowych trendach w kulturze

17 listopada 2022,
online

Porozmawiajmy o... cyfrowych trendach w kulturze – podsumowanie panelu dyskusyjnego

Nowe technologie obejmują bardzo dużo zjawisk, które cały czas ewoluują, a których mnogość może być przytłaczająca dla sektora kultury. Jednocześnie w postpandemicznej rzeczywistości stało się jasne, że instytucje kultury muszą poddać się zachodzącym przemianom, mocniej akcentując działania w przestrzeni online.

17 listopada 2022 roku Creative Europe Desk Polska zorganizował debatę online o cyfrowych trendach w kulturze, do której zaproszeni zostali specjaliści z sektora kultury i kreatywnego:



NATALIA CETERA – moderatorka spotkania – koordynatorka projektów, specjalistka do spraw Otwartej Kultury w fundacji Centrum Cyfrowe. Historyczka sztuki, project managerka w obszarze nowych technologii w kulturze, specjalizująca się w poszerzaniu kompetencji cyfrowych instytucji kultury, digitalizacji zbiorów muzealnych i udostępnianiu kolekcji muzealnych w internecie. Przez kilka lat związana z Google Arts & Culture.



ZUZANNA CIESIELSKA-JANIK – specjalistka do spraw Otwartej Kultury w fundacji Centrum Cyfrowe, kulturoznawczyni i psycholożka, absolwentka wiedzy o kulturze i animacji kultury UW, psychologii Uniwersytetu SWPS i zarządzania kulturą SGH. Specjalistka w dziedzinie promocji i komunikacji oraz zarządzania cyfrowymi projektami w instytucjach kultury. Współtwórczyni takich projektów jak Ninateka.pl czy mapadekalogu.pl. Doświadczenie zdobywała między innymi w NCK, Instytucie Teatralnym, Narodowym Instytucie Audiowizualnym oraz FINA.



ANNA DESPONDS – od ponad 10 lat projektantka i organizatorka międzynarodowych wydarzeń, które gromadzą twórców i pasjonatów mediów audiowizualnych i cyfrowych. Konsultantka i autorka strategii polskich i zagranicznych instytucji odpowiedzialnych za projekty cyfrowe. Na festiwalu Digital Cultures odpowiadała za program związany z przyszłością audiowizualności i immersyjnymi mediami. Współautorka podcastu „Odbiornik” w dwutygodnik.com, poświęconego sztuce, technologii i sztuce życia z technologią. Pracuje w agencji konsultacyjnej THE CATALYSTS w Berlinie, wspierając rozwój innowacji w przemysłach kreatywnych, mediach, kulturze i sztuce.



JAKUB KOŹNIEWSKI – projektant i artysta nowych mediów. Współzałożyciel kolektywu panGenerator, który tworzy pionierskie projekty na przecięciu sztuki, designu i nowych technologii. Współtworzone przez niego instalacje i obiekty pokazywane są na wydarzeniach takich jak Milan Design Week, Ars Electronica, DMY, NODE, Pause Fest Melbourne, WRO Media Art Biennale, Łódź Design, Warszawska Jesień. Juror KTR, Innovation Ad, Łódź Design – make me! Zdobywca Cannes Golden Lion w kategorii design. Prowadzi zajęcia na studiach podyplomowych z *creative coding* na SoF.



ALEKSANDRA SZYMAŃSKA – managerka kultury, specjalistka w zakresie polityki kulturalnej, producentka wydarzeń. Od kilku lat związana z polskim rynkiem fonograficznym (management polskich artystów), potem mediowym (między innymi dyrektor wydawnicza w G+J Gruner + Jahr Polska). Zaangażowana w niezależne projekty kulturalne. W latach 2008–2011 odpowiedzialna za strategię i zespół projektu Gdańsk i Metropolia – Europejska Stolica Kultury 2016. Od marca 2011 roku dyrektorka Instytutu Kultury Miejskiej.



SYLWIA ŻÓŁKIEWSKA – projektantka, ekspertka w dziedzinie nowych technologii dla kultury i edukacji, konsultantka, animatorka, wykładowczyni z czternastoletnim doświadczeniem w projektowaniu i produkcji produktów cyfrowych: aplikacji, e-kursów, gier, serwisów www, multimediów. Współtwórczyni innowacyjnych projektów i wydarzeń na styku kultury i technologii, między innymi FAM-Forum Aplikacji i Gier Mobilnych 2016–2019, Film Hack Ośrodka KARTA 2021, HackArt MNW 2018. Z Fundacją Culture Shock realizuje projekt Mobile Culture, mobileculture.eu. Autorka publikacji, z którymi można się zapoznać na stronie internetowej zolkiewska.pl.

Czym są nowe technologie w kulturze?

Punktem wyjścia rozmowy było dookreślenie pojęcia nowych technologii w sektorze kultury: co rozumiemy przez nowe technologie, jakie są najbardziej aktualne rozwiązania cyfrowe wykorzystywane przez instytucje kultury w Polsce i na świecie. Każdy z panelistów starał się odpowiedzieć na te pytania przez pryzmat swoich doświadczeń zawodowych. Sylwia Żółkiewska opowiadała o możliwościach wykorzystania wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości oraz sztucznej inteligencji w aplikacjach mobilnych. Zwróciła uwagę, że pojęcie nowych technologii powinno być tłumaczone przez pryzmat charakteru i wielkości instytucji, która chce z nich korzystać. Duże instytucje zachodnie zaczynają korzystać z technologii *blockchain* czy NFT – chociażby do sprzedaży biletów. Spośród najnowszych dostępnych technologii wymieniła jeszcze *metaverse*, dający możliwość stworzenia całościowego doświadczenia galeryjnego, w którym można prezentować prace artystów. Trendy te nie dotarły jeszcze do Polski i można z nimi eksperymentować, ale jednocześnie niekonieczne sprawdzają się one w realiach polskich instytucji GLAM. Sylwia Żółkiewska podsumowała swoją wypowiedź bardzo ciekawą refleksją, zgodnie z którą nowe technologie w sektorze kultury

niekoniecznie muszą oznaczać wykorzystanie rozwiązań cyfrowych, ale mogą być równoznaczne ze skorzystaniem ze strategii i sposobu pracy, na przykład zarządzaniem zwinnym czy *design thinking* lub ko-kreacją.

Wątek zwinnego korzystania z technologii podjęła również Anna Desponds, która zwróciła uwagę na to, że w technologii wpisana jest pewna zawodność, a jednocześnie jest to forma eksperymentalna, która może nie zawsze działać zgodnie z naszymi oczekiwaniami. Każda technologia może być nowa, więc najważniejsze jest nastawienie do eksperymentowania z jej wykorzystaniem, żeby zobaczyć, czy możemy stworzyć coś nowego z już istniejących narzędzi. Potwierdziły to Aleksandra Szymańska i Zuzanna Ciesielska-Janik, dodając, że nowa technologia to taka, z którą dana instytucja jeszcze nie pracowała i może to być zarówno opracowywanie strategii cyfrowych, projekty nowych stron internetowych instytucji, jak i tworzenie interaktywnych map albo repozytoriów zdigitalizowanych kolekcji. Ważnym głosem w rozważaniach o tym, jak rozumieć i definiować nowe technologie, był głos Jakuba Koźniewskiego, który zwrócił uwagę na fakt, że nie należy ich rozumieć wyłącznie jako „cyfrowość ekranową”, czyli zjawiska rozgrywane się na ekranach monitorów lub

telefonów komórkowych. Ciekawe są również działania cyfrowe łączone z tradycyjnym doświadczeniem w przestrzeni i wykorzystywanie cyfrowych narzędzi w projektach offline. Jednocześnie podkreślił, że chodzi o to, by z ich pomocą szukać nowych dróg kontaktu i relacji z odbiorcą.

To, co podkreślili wszyscy dyskutanci w różnych wątkach rozmowy, to fakt, że niezależnie od wyboru rozwiązania technologicznego trzeba zwracać uwagę, jak chcemy z nich skorzystać, jaki cel – instytucji, związany z charakterem kolekcji, wielkością i możliwościami finansowymi, ale też zgodny z potrzebami odbiorcy – chcemy zrealizować.

Głównym punktem wyjścia powinna być odpowiedź na pytanie, jakie są potrzeby mojej instytucji, moich odbiorców, mojej kolekcji/moich artystów.

Różne strategie wykorzystania technologii

Jak widać, rozumienie nowych technologii otwiera nie tylko mnogość definicji, ale również wątki związane z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych. Bardzo ważnym aspektem, na który zwróciła uwagę Sylwia Żółkiewska, było zrównoważone wykorzystanie technologii oparte na przemyślanym doborze narzędzi do potrzeb, z czym łączą się „inkluzywność” i „partycypacyjność” – które wpisują się w tworzenie i korzystanie z technologii w zgodzie z potrzebami i celami, które chcemy zrealizować. Jako przykład takiego podejścia Aleksandra Szymańska przywołała model FabLabów, a także współpracę między instytucjami oraz – w szczególności – między instytucjami i odbiorcami.

W zagadnienie zrównoważonego wykorzystania technologii wpisują się wątki reuse’u i pewnego „recyklingu pomysłów” – jak to określiła Anna Desponds. Jako przykład opowiedziała o kanadyjsko-francuskim projekcie Okawari, łączącym VR z prawdziwym jedzeniem, w którym wykorzystano pomysły i materiały wizualne z wcześniejszych projektów przy jednoczesnym śledzeniu i zliczaniu energii potrzebnej do zrealizowania tego projektu.

Coraz częściej mówi się o ekologicznym oraz etycznym modelu muzeów i instytucji kultury. Zwłaszcza to ostatnie zagadnienie stanowiło pewną oś dyskusji związaną pośrednio z reuse’em już istniejących narzędzi i platform w celu udostępniania treści i kolekcji. Sylwia Żółkiewska podkreśliła problemy etyczne w wykorzystaniu TikToka jako narzędzia docierania do odbiorców. O ile nie można odmówić tej formie prezentacji skuteczności w promocji treści kulturalnych, to jednak powinno to być dla instytucji wątpliwe moralnie z uwagi na zbieranie i wykorzystywanie przez platformę zbyt wielu danych osobowych odbiorców. Jakub Koźniewski zwrócił uwagę na to, że nie tylko instytucje wykorzystują media cyfrowe, ale też media cyfrowe wykorzystują instytucje kultury. Zatem rolą instytucji powinno być krytyczne podejście do nowych technologii i świadome działania w sferze cyfrowej, w które wpisane są działania edukacyjne w zakresie wad i zalet poszczególnych narzędzi. Jednak platformy społecznościowe jako takie mogą być wykorzystywane przez instytucje kultury w różnoraki sposób – nie tylko jako narzędzia promocji, ale też nośnik

treści, narzędzie realizacji projektu – co świetnie obrazuje przykład projektu Sufferosa duetu Kissinger Twins. Jest to interaktywna seria filmów przeznaczonych do publikacji w Instagramie. Dzięki temu zabiegowi platforma staje się narzędziem jednocześnie udostępniania i promocji treści.

Projekt Sufferosa nie tylko obrazuje innowacyjne użycie platformy społecznościowej jako narzędzia do realizacji projektów, ale jest również przykładem twórczego storytellingu, czyli tworzenia wciągającej i angażującej widza opowieści. Anna Desponds podkreśliła, że warto zwrócić uwagę na budowanie opowieści, na to jakie przekazujemy informacje, ale również, jak to robimy, jakimi narzędziami, za pośrednictwem jakiego medium, jakie uczucia i doznania przy tym zaoferujemy, żeby stworzyć całościowe doświadczenie. Aleksandra Szymańska dodała do tego wątku spostrzeżenia związane z coraz częstszym wykorzystywaniem przez instytucje multimediów rozszerzonej rzeczywistości oraz oddziaływanie zapachami podczas różnych wydarzeń celem poszerzania doświadczeń odbiorcy. Jakub Koźniewski z kolei zwrócił uwagę na fakt nieumiejętnego używania technologii przez instytucje kultury. Jego zdaniem narzędzia multimedialne często są użyte nie do końca zgodnie z przeznaczeniem lub są dla odbiorcy nieintuicyjne, co z kolei demaskuje pewien brak umiejętności doboru technologii do wydarzenia. W procesie tym najważniejszy powinien być pomysł, a technologia i multimedia powinny być dobierane celem realizacji konkretnego pomysłu. Ważne, żeby nie działać tylko w trybie projektowym, ale zapewnić utrzymanie i rozwój narzędzi po zakończeniu projektów.

Wszystkie te zagadnienia zrównoważonego i etycznego wykorzystania technologii, reuse’u pomysłów i platform czy storytellingu przeplatają się i odsyłają do siebie nawzajem, łącząc się jednocześnie z zagadnieniem potrzeb odbiorcy i celowości ich użycia w projektach kulturalnych. Zuzanna Ciesielska-Janik podkreśliła, że instytucje nadal mało wiedzą o swoich odbiorcach, o ich potrzebach względem treści kulturalnych, zainteresowaniach, ale również o ich obecności na platformach społecznościowych – jaka głębsza potrzeba kryje się za tym, co robią odbiorcy przy użyciu mediów cyfrowych. W tym niuansie tkwi różnica między podążaniem za potrzebami odbiorców a ich kreowaniem.

W trakcie tej wielowątkowej rozmowy dyskutanci doszli do wniosków, że w trendach cyfrowych najciekawsze są aktualnie strategie i cele ich użycia, współpraca między instytucjami, współpraca ze specjalistami oraz zwrot ku odbiorcy i świadome wybory technologii, a nie wybory oparte na nowinkach i najnowszych osiągnięciach.

Linki do ciekawostek i tematów poruszanych w czasie debaty:

kreatywna-europa.eu/linki-cyfrowe-trendy-w-kulturze/



„Złap inspiracje! Jak promować projekty międzynarodowe” – relacja z wydarzenia

Wydarzenie zorganizowane przez Creative Europe Desk Polska dla osób zainteresowanych realizacją projektów międzynarodowych z sektora kultury, kreatywnego i audiowizualnego pozwoliło zwrócić uwagę na istotę promocji i budowania wizerunku marki.

Program Kreatywna Europa wspiera projekty oparte na współpracy międzynarodowej, dlatego już na etapie składania aplikacji wymagane jest przedstawienie strategii promocyjnej projektu. Wnioskodawcy często ograniczają się tylko do działań na poziomie lokalnym lub krajowym, tymczasem dobrze przygotowana strategia to nie tylko dodatkowe punkty przy ocenie wniosku, ale też większa rozpoznawalność i dłuższe życie realizowanych inicjatyw i projektów. Dlatego podczas spotkania „Złap inspiracje! Jak promować projekty międzynarodowe” rozmawiano o nowych trendach i ciekawych metodach docierania do międzynarodowej publiczności.

Wydarzenie otworzyła Agata Gruszecka z Creative Europe Desk Polska, przedstawiając działania praktyczne projektów międzynarodowych. Witając zaproszonych gości, wyraziła nadzieję na podzielenie się doświadczeniami z zakresu promocji. O tym w wykładzie eksperckim mówiła Eliza Bujalska, prezeska i założycielka Fundacji Rozwoju Międzykulturowego EBU. Trenerka kompetencji społecznych oraz koordynatorka projektów międzynarodowych w swoim wystąpieniu

skupiła się na edukacji międzykulturowej i tzw. *youth work*, czyli pracy z młodzieżą. Dzieląc się doświadczeniem, wymieniła kilka ważnych elementów potrzebnych do zbudowania dobrej kampanii promocyjnej projektu. Po pierwsze znalezienie partnerów międzynarodowych, którzy poszerzą nasze kompetencje kulturowe i zakres terytorialny działania. Po drugie odpowiedzenie na pytania, jak, co i komu chcemy przedstawić jako projekt. Zaakcentowała, że należy zastanowić się nad ideą oraz widocznością działania. Postawiła pytania o to, czy liczy się dla nas efekt mnożnikowy i na ile projekt może mieć wyniki długofalowe. Następnie zaznaczyła, że trzeba zwracać uwagę na wiek i grupę docelową, aby wiedzieć, co i dla kogo robić.

Generalnie planowanie to kluczowy element zarządzania – również promocją. Jeśli chcemy, aby wydarzyło się to, na czym nam zależy, musimy wyznaczyć drogę dojścia do celu i przygotować się na jej przejście. Plan promocji powstaje zawsze na bazie planu działań merytorycznych i strategii rozwoju. Idealnym rozwiązaniem jest opracowanie długofalowej strategii komunikacji, która określa wizerunek,



do którego dąży organizacja. Plan promocji może być też związany czasowo z realizacją wybranego projektu. Zawartość, szczegółowość i horyzont czasowy planu różnią się w zależności od typu wydarzenia, jednak warto ocenić zasoby, zebrać potrzeby i określić punkt wyjścia. Można do tego wykorzystać np. analizę SWOT, która porządkuje aspekty działania w 4 kategoriach: mocne strony, słabe strony, szanse w otoczeniu oraz zagrożenia.

Następnie podczas dyskusji panelowej zaproszeni goście podzieli się praktycznymi poradami z zakresu promocji działań międzynarodowych. W debacie moderowanej przez Marcina Radomskiego, dziennikarza i krytyka filmowego, wzięli udział: Tamara Kamińska (Fundacja Music Export Poland), Zosia Horszczaruk (Kids Kino Industry), Natalia Cetera (Fundacja Centrum Cyfrowe) i Mateusz Góra (Millennium Docs Against Gravity). Uczestnicy starali się zainspirować gości do realizacji skutecznych kampanii promocyjnych oraz doboru metod odpowiednich do grupy docelowej projektu. Tamara Kamińska opowiadała o działaniach Fundacji Music Export Poland, która zajmuje się eksportowaniem polskiej muzyki i stawia sobie za cel doprowadzenie do zwiększenia eksportu naszych utworów, artystów oraz nagrań na rynki zagraniczne. Dla niej najważniejsze jest dotarcie do zagranicznej publiczności i branży, inspirowanie się dobrymi przykładami promocji innych twórców, eksplorowanie mediów społecznościowych oraz własnej strony internetowej. Zosia Horszczaruk, organizująca międzynarodowe forum koprodukcyjne Kids Kino Industry przyznała, że dla niej najistotniejszy jest rozwój branży zainteresowanej produkcją filmów i seriali dla dzieci i młodej widowni. W jej przypadku kluczowe jest wypracowanie marki wydarzenia poprzez zapraszanie

przedstawicieli międzynarodowej branży, opracowanie ciekawego harmonogramu warsztatów i pitchingów, obecność w profesjonalnych kanałach komunikacji internetowej i spójna identyfikacja graficzna projektu. Z kolei Natalia Cetera z Fundacji Centrum Cyfrowe zwróciła uwagę na niestandardowe metody promocji w oparciu o nowe technologie, jak przykład Muzeum Narodowego w Warszawie, które przy okazji promocji w mediach społecznościowych wystawy „Witkacy. Sejsmograf epoki przyspieszenia” udostępniło filtr na Instagramie. Każdy mógł przerobić swoje selfie na podobieństwo obrazów Witkacego. W jej opinii warto pracować nad nowymi ideami, rozwojem umiejętności i narzędzi w internecie. Podobnego zdania był Mateusz Góra z Millennium Docs Against Gravity, największego festiwalu filmów dokumentalnych w Polsce. Od początku istnienia Against Gravity stawia na nowe metody promocji wydarzeń w Polsce i za granicą. Począwszy od planowania tematycznych sekcji, a kończąc na oryginalnych metodach promocji wydarzeń we współpracy ze stowarzyszeniami i fundacjami. Kluczowe jest też współdziałanie z influencerami i twórcami, którzy sami powinni promować swoje projekty. We wszystkich wypowiedziach panelistów pojawiał się wątek współpracy i networkingu. Bez prezentacji projektu na spotkaniach, konferencjach, targach branżowych, wydarzeniach promocja działań nie będzie zakończona sukcesem.

Bez wątpienia „Łąp inspiracje! Jak promować projekty międzynarodowe” dostarczyło zebranych gościom i uczestnikom panelu przykłady wielu dobrych rozwiązań, a także przyczyniło się do nawiązania nowych znajomości, a co za tym idzie perspektyw na wspólne projekty międzynarodowe.



Za nami druga edycja Forum Edukacji Filmowej, organizowanego przez Stowarzyszenie Kin Studyjnych. Wydarzenie odbyło się w dniach 28–30 marca 2023 roku w kinie Muza w Poznaniu. Forum skierowane jest zarówno do edukatorów i animatorów kultury, jak i do dystrybutorów i profesjonalistów z sektora audiowizualnego. Ze względu na docieranie przez program Kreatywna Europa do młodych odbiorców z europejskimi produkcjami oraz wspierania inicjatyw promujących rozwój i zaangażowanie publiczności, w tym działania z zakresu edukacji filmowej, Creative Europe Desk Polska znalazł się wśród partnerów wydarzenia wraz z Ośrodkiem Doskonalenia Nauczycieli w Poznaniu oraz Miastem Poznań.

Forum ponownie udowodniło, jak duże jest zainteresowanie tymi zagadnieniami zarówno wśród kinarzy, dystrybutorów, a także jak spotkania poświęcone edukacji filmowej są niezwykle potrzebne, zwłaszcza w tak trudnym czasie, gdy wszyscy walczą o powrót widowni do kin.

Podobnie jak w ubiegłym roku w programie nie zabrakło warsztatów, paneli dyskusyjnych, projekcji filmów, case study oraz prezentacji edukacyjnej oferty dystrybucyjnej. Podczas wydarzenia prezentowane były ogólnopolskie i autorskie programy edukacji filmowej, a także przedstawiane były festiwale filmowe dla dzieci i młodzieży oraz możliwości finansowania edukacji filmowej w kinie. Rozmowy toczyły się między innymi wokół tematów, jak promować filmy dla dzieci i młodzieży, jakie są oczywiste i nieoczywiste obszary polskiej edukacji filmowej, jak poznać potrzeby odbiorców. Celem, który przyświecał forum, było wprowadzenie nowych koncepcji i pomysłów oraz czegoś innowacyjnego, poza głównym nurtem nauczania. Przyczyni się to do opracowania skutecznych modeli edukacji filmowej, które zbudują wierną publiczność kin studyjnych. Swoje działania i pomysły w ramach case studies zaprezentowali między innymi NoveKino Przedwośnie z Płocka, Kino pod Baranami z Krakowa, Dolnośląskie Centrum Filmowe z Wrocławia,

kino Amok w Gliwicach, kino Bajka w Darłowie oraz kino Kosmos w Katowicach.

W wydarzeniu brali udział najważniejsi dystrybutorzy wartościowego kina dla dzieci i młodzieży: M2 Films, Aurora Films, Forum Film, Monolith Films, Vivarto/Bomba Films, Kino Świat, Best Film, Next Film.

W ramach II Forum Edukacji Filmowej odbyła się również prezentacja programu Kreatywna Europa, w ramach której przedstawione zostały możliwości oferowane przez program, zwłaszcza w kontekście schematu dofinansowania *Audience Development & Film Education*, wspierającego między innymi działania z zakresu edukacji filmowej, skierowane w szczególności do młodej widowni.

Uczestnicy mogli przedpremierowo obejrzeć także filmy: „Czarodziejski flet” (Kino Świat), „Nic” (Vivarto) oraz „Siłę naszych marzeń” (Best Film).





A story to tell

On Creating the Script and Running the Show

Co jest zagrożeniem, a co szansą dla współczesnego scenarzysty? Relacja z konferencji „A Story to Tell: On Creating the Script and Running the Show”

10 marca 2023 r. miała miejsce konferencja „A Story to Tell: On Creating the Script and Running the Show” zorganizowana przez Creative Europe Desk Polska. Wydarzenie odbyło się stacjonarnie w centrum konferencyjnym w Browarach Warszawskich oraz online na platformie Zoom. Wydarzenie składało się z prezentacji, rozmów i dyskusji panelowych poświęconych tematyce tworzenia interesujących historii oraz roli scenarzysty na rynku audiowizualnym.

Wydarzenie otworzyła Agata Gruszecka z Creative Europe Desk Polska. Przywitała uczestników, przedstawiła prelegentów oraz nakreśliła główne zagadnienia poruszane w poszczególnych częściach konferencji: rolę sztucznej inteligencji w pracy scenarzysty, sposoby opowiadania historii w narracji linearnej i nielinearnej, zalety międzynarodowej współpracy podczas pisania scenariuszy, a także zawód *showrunnera* i specyfikę tej roli w tworzeniu serialu telewizyjnego.

W pierwszej części uczestnicy byli zaproszeni na wykład wprowadzający, którego autorem był Taç Romey — profesor szkoły filmowej w Monachium, producent filmowo-telewizyjny i ekspert z dziedziny storytellingu. Tematem przewodnim wystąpienia było pytanie „Czy sztuczna inteligencja zagraża pozycji scenarzysty?”. Taç Romey rozpoczął wykład od odczytania powitania napisanego przez sztuczną inteligencję na podstawie informacji, które wprowadził do programu. Jak podkreślił, gotowy tekst otrzymał po zaledwie trzech sekundach. Powstało zatem pytanie, czy fakt ten stanowi zagrożenie, a szerzej patrząc, czy sztuczna inteligencja pozbawi scenarzystów pracy, czy jednak może

być pomocnym i inspirującym narzędziem. Romey opisał swój początkowy sceptycyzm oraz niechęć do stosowania sztucznej inteligencji w pracy scenopisarskiej. Jednakże gdy zachęcony przez wieloletniego współpracownika zdecydował się wypróbować jej możliwości, był zaskoczony uzyskanym rezultatem. Po kilku eksperymentach w obszarze pisania dialogów odkrył, że sztuczna inteligencja stwarza mu dobry punkt wyjścia do dalszej pracy nad tekstem. Podobnie sceptyczni byli jego studenci — jednak oni również po kilku godzinach prób zrozumieli, że sztuczna inteligencja może być pomocnym narzędziem w procesie pisania. Taç Romey postrzega sztuczną inteligencję jako „rozszerzenie własnej kreatywności lub narzędzie pomagające posunąć się do przodu i nadać nowe znaczenie istniejącym zjawiskom”.

W dalszej części wykładu Romey przedstawił krótką charakterystykę głównych zasad oraz pytań, jakie można zadawać sztucznej inteligencji, aby otrzymane wyniki były jak najwyższej jakości. Wymienił najpopularniejsze obecnie programy AI do obróbki tekstu i grafiki, podał też przykłady komend podawanych sztucznej inteligencji, które określają gatunek filmu, tematykę itp. Podkreślił, że sztuczna inteligencja nie wykona pracy za scenarzystę, tylko może pomóc w reinterpretacji, wykorzystując istniejącą bazę wiedzy. Jednakże warunkiem jest stawianie właściwych pytań. Aby móc wpisać odpowiednio zredagowaną komendę do sztucznej inteligencji w programie Open AI Playground, scenarzysta musi wiedzieć, o czym zamierza pisać (tzw. *central question*), oraz dobrze znać obszary tworzonego świata. Sugerował, by traktować sztuczną inteligencję



jako asystenta — przyjmować dostarczone przez nią wyniki, a następnie zmieniać je, dostosowując do własnych potrzeb. Zaznaczył też, że do tego, aby sztuczna inteligencja była przydatnym i efektywnym narzędziem w procesie tworzenia scenariusza, niezbędna jest wiedza scenarzysty o mechanizmach funkcjonowania branży filmowej oraz znajomość podstaw developmentu. Przedstawił też szereg powodów, dla których jego zdaniem obecnie nie istnieje ryzyko zastąpienia scenarzystów przez sztuczną inteligencję. Postawił także tezę, że jeśli scenarzysta zna swój warsztat i potrafi rozwijać scenariusz, to nie grozi mu zastąpienie przez sztuczną inteligencję. Stwierdził: „Sztuczna inteligencja nie jest w stanie stworzyć ludzkiego doświadczenia, ona jedynie bazuje na tym, co już jest dostępne”.

Drugą częścią konferencji była dyskusja panelowa „Jak budować wciągające historie? – o linearnym i nielinearnym prowadzeniu narracji”, moderowana przez dziennikarza i krytyka filmowego Marcina Radomskiego. Gośćmi panelu byli: Weronika Lewandowska, współreżyserka doświadczenia VR „Noccc”, Alek Sajnach, projektant narracji gier komputerowych („Shadow Warrior 3”, „Evil West”), Kacper Wysocki, scenarzysta seriali („Klangor”, „Królowa”, „Informacja zwrotna”) oraz Marcin Ciastoń, scenarzysta filmów fabularnych („Hiacynt”, „Detektyw Bruno”, „Wyrwa”). Twórcy opowiedzieli o swoich projektach i stosowanych w nich technikach narracji. Rozmawiali także o punktach wspólnych i różnicach w procesie kreatywnym pomiędzy realizacją projektów immersyjnych z obszaru VR/XR i gier komputerowych, silnie nakierowanych na pojęcie sprawczości oraz doświadczenie odbiorcy (zazwyczaj angażujące wszystkie zmysły), a pracą scenarzysty telewizyjnego i filmowego. Alek Sajnach jako punkt wspólny zaproponował „światotwórstwo”, rozumiane jako kreację określonej rzeczywistości. Z perspektywy Marcina Ciastonia w VR i gamingu od początku procesu twórczego trzeba umieścić w centrum uwagi doświadczenie widza, zaś przy pracy scenarzysty oprócz przewidywania reakcji publiczności na samym początku silny akcent kładzie się również na własne emocje, odczucia i doświadczenia piszącego. *“No tears in the writer, no tears in the reader”,* zaznaczył. [Gdy nie ma łez u piszącego, nie ma łez u czytającego – przyp. red.].

W dyskusji Alek Sajnach podkreślił też potencjał wynikający z różnorodności i dostępności form mediów oraz otwartość



młodego pokolenia odbiorców na nowe formy – ich świadomość języka nie tylko filmowego. Kacper Wysocki zwrócił uwagę na klarowność komunikacji w świecie gamingu oraz budowanie światów. Właśnie to budowanie światów zostało zgodnie uznane za punkt wspólny dla wszystkich czterech omawianych form audiowizualnych. Weronika Lewandowska, wypowiadając się z perspektywy autorki doświadczeń immersyjnych, zaakcentowała transmedialność i możliwość przechodzenia historii pomiędzy różnymi mediami. Z dyskusji wyłonił się wniosek, że transmedialność stwarza potencjał na nową jakość. Wspólną cechą wszystkich czterech form jest budowanie empatii, choć wykorzystując one odmienne narzędzia do opowiadania historii i kreowania doświadczenia odbiorcy.

Po przerwie rozpoczęła się trzecia część konferencji: prezentacja o współtworzeniu i idei wspólnego europejskiego pisania autorstwa Nawell Amour z European Writers Club. Przedstawiła ona inicjatywę EWC, powstałą jako odpowiedź na zapotrzebowanie na finansowane przez UE programy skierowane do scenarzystów w celu zachęcenia europejskich twórców do idei wspólnego pisania. Celem tej inicjatywy jest stworzenie sieci scenarzystów, nadawców i producentów oraz wspieranie kreatywności i innowacyjności dla tworzenia historii skierowanych do szerszej publiczności europejskiej. Jednym z głównych założeń powstającej sieci jest określenie, co sprawia, że dana historia jest europejska i jak utożsamiają się z nią odbiorcy z różnych zakątków kontynentu.

Projekt EWC powstał w marcu 2022 roku, a już w czerwcu ogłoszono pierwszy nabór. Kierując program do doświadczonych scenarzystów, postawiono dość wysoki próg wymagań pod względem dorobku. Na pierwszy warsztat spośród ponad 200 zgłoszeń wybrano 12 uczestników.

EWC składa się z trzech elementów, które są rozdzielne, ale komplementarne. Pierwszym jest warsztat „Boosting Ideas”, w którym udział bierze 12 scenarzystów z 12 krajów. Scenarzystom postawiono za cel, by ich historie przemawiały do jak największej liczby pozostałych uczestników (najlepiej wszystkich), zaś celem z poziomu organizatorów jest wyprowadzanie scenarzystów ze strefy komfortu, m.in. poprzez wprowadzenia zakazu pisania podczas warsztatu. Drugim elementem jest warsztat „Boosting Concepts”, podczas którego rozwijanych jest 6 konceptów przez



Konferencja „A Story to Tell”,
 fot. Adam Stępień, mat. CED Polska

6 twórców i 6 producentów oraz 6 konsultantów zaproszonych jako współpiszących. Trzeci zaś to projekt „Boosting Broadcasters” skupiający 15 przedstawicieli nadawców publicznych i prywatnych oraz platform streamingowych, podczas którego mają okazję spotkać się z twórcami scenariuszy, które trafiają na ich biurka i „zajrzeć do mózgu” scenarzysty. Warsztat ten, odbywając się równolegle z warsztatem „Boosting Ideas”, ma na celu włączenie nadawców w proces twórczy.

Pierwsza sesja warsztatów EWC dla scenarzystów i nadawców odbyła się w Kopenhadze, a druga w Tallinie. W kwietniu 2023 roku w Irlandii miała miejsce pierwsza sesja „Boosting Concepts” nastawiona na dalsze budowanie zespołów twórczych, gdy do każdego projektu dołączy konsultant. Zaś kolejna sesja planowana jest w Hiszpanii.

W trakcie wystąpienia połączono się zdalnie z jednym z uczestników EWC. Czeski scenarzysta Miro Šifra podzielił się swoimi doświadczeniami zebranymi podczas EWC, opowiedział o swojej motywacji do wzięcia udziału w warsztatach, o wybranych ćwiczeniach realizowanych podczas zajęć oraz o wrażeniach ze współpracy ze scenarzystami z różnych stron Europy. Wnioskiem z dyskusji było określenie rezultatu warsztatów jako stworzenia przestrzeni dla scenarzystów do wymiany poglądów i testowania pomysłów od samego początku procesu twórczego.

Czwarta i ostatnia sekcja konferencji poświęcona była zawodowi showrunnera i próbowała znaleźć odpowiedź na pytanie „Producent, scenarzysta, twórca – kim dokładnie jest *showrunner*?”. Najpierw Carolin Grosse Hellmann ze szkoły filmowej IFS w Kolonii krótko przedstawiła koncepcję programu edukacyjnego European Showrunner Programme, uruchomionego przez IFS w ubiegłym roku. Program ESP składa się z trzech filarów (*think tank*, szkolenia i *networking*) i finansowany jest przez program Kreatywna Europa MEDIA, ze wsparciem funduszu filmowego NRW, zaś partnerem branżowym jest Netflix. Carolin Grosse Hellmann przedstawiła krótką definicję pojęcia *showrunner* jako „osoby sprawującej nadzór nad procesem twórczym i produkcją serialu oraz posiadającej kontrolę zarządzającą i kreatywną nad projektem”, a następnie opisała pozycję showrunnera w Europie w zestawieniu z modelem amerykańskim.

Jak podkreśliła, celem programu ESP jest stworzenie przestrzeni do dialogu stron na temat tego, jak powinien wyglądać dopiero powstający europejski system wdrażający model showrunnera w obszarze produkcji serialowej. Pierwsza edycja programu odbyła się w ubiegłym roku i wzięło w niej udział 12 uczestników, wśród nich polski scenarzysta Wiktor Piątkowski. Prezentarka zachęciła też doświadczonych scenarzystów do aplikowania na kolejną edycję programu, zaznaczając, że organizatorzy pragną zwiększyć liczbę uczestników ze wschodniej i południowej Europy.

Drugą częścią sekcji poświęconej roli showrunnera była moderowana przez Agatę Gruszecką rozmowa z Carolin Grosse Hellmann i jedną z uczestniczek programu European Showrunner Programme, norweską scenarzystką Julie Skaufel („Home for Christmas”, „I Do”). W rozmowie zauważono, że w europejskim systemie wyzwaniem jest potrzeba ciągłego określania na nowo, na czym polega rola showrunnera, jaki jest zakres obowiązków i odpowiedzialności oraz zapewnianie sprawnego przepływu informacji. Zdarza się bowiem, że producenci traktują taką osobę jako konkurencję, dlatego Julie Skaufel podkreśliła wagę komunikacji i wzajemnego zaufania pomiędzy showrunnerem a producentem. „Jednak przede wszystkim *showrunner* musi pisać; musi potrafić budować dramaturgię, tworzyć strukturę odcinka i całej serii oraz tworzyć postaci – musi mieć konkretny warsztat”, powiedziała. Jej model pracy z producentem zakłada ścisłą współpracę opartą na koncentracji każdego z partnerów na obszarach, które są jej lub jego mocną stroną, przy jednoczesnym uwzględnianiu opinii zamawiającego nadawcy. Za klucz do udanej roli showrunnera Julie Skaufel uważa równowagę między współpracą z partnerami a zachowaniem kreatywnej kontroli nad kluczowymi decyzjami (reżyser, obsada itp.).

W podsumowaniu dyskusji obie panie zostały poproszone o krótkie rady dla scenarzystów, którzy chcieliby zostać showrunnerami. Julie Skaufel podkreśliła, że trzeba odpowiedzieć sobie na pytanie, kim jesteśmy jako lider, oraz nauczyć się budżetowania. „Trzeba też zaufać ekspertom, szefom pionów. Znaleźć dobrych współpracowników, a następnie im zaufać”, dodała Carolin Grosse Hellmann.

W konferencji „A Story to Tell: On Creating the Script and Running the Show” łącznie wzięło udział ok. 200 uczestników.



„Ludzie i książki są różni. To, co nas łączy, to opowieść” – wywiad z Aliną Januszczyk, koordynatorką projektu „Book=Life”

Proszę przybliżyć nam, o czym jest ten projekt, a może raczej ta opowieść?

To projekt, w którym książka zbliża ludzi i pokazuje, że mimo różnic możemy się spotkać i mieć coś wspólnego, np. ulubioną książkę, autora lub bohatera. To projekt, w którym zastanawiamy się nad tym, co nam dają książki. I dochodzimy do wniosku, że każdemu coś innego. Czasami emocje, wiedzę, wartości, spokój, pomysły, tożsamość. Dzięki książkom – mimo różnic płciowych, narodowych, etnicznych, językowych, wiekowych, zdrowotnych czy zawodowych – możemy bezpiecznie dzielić swoje doświadczenia i zrozumieć, że to, co i dlaczego czytamy, może nas połączyć. Tak, ludzie i książki są różni. I to właśnie ta różnorodność jest dla nas najcenniejsza, bo pozwala na poszerzenie świadomości, a także na zbudowanie międzykulturowego dialogu. Książki dają pytania i odpowiedzi, których nam potrzeba, by się zmieniać i pozwalać nam zmieniać świat. Nie ulegają przeterminowaniu, nie znają granic, są otwarte na wszystkich. Są blisko tego, kto zechce wziąć je do ręki. Trzymając książkę w ręce, możemy także mieć poczucie, że i ona nas trzyma. Książka stała się dla nas naturalnymi drzwiami do drugiego człowieka, zwłaszcza w postpandemicznym świecie, a obecnie w świecie wojny tuż za naszą granicą, a może nawet i tej osobistej. Oczywiście sama książka sobie nie poradzi. Ktoś musi ją wziąć do ręki i zaangażować. I my właśnie w tym projekcie staramy się animować książki i używać ich

do wystaw, instalacji, festiwalu, spotkań, warsztatów czy kongresu. Wierzymy, że książka jest i może być ważną częścią życia i to postaramy się pokazać za sprawą wszystkich działań, a zwłaszcza w Web Docu – People & Books.

Do kogo adresowany jest projekt? Kto może w nim uczestniczyć?

Projekt z jednej strony jest bezpośrednio adresowany do osób czytających i tych, dla których książka jest ważna, która w jakiś sposób odegrała lub wciąż odgrywa ważną rolę w ich życiu, ale też jest to przestrzeń do zaproszenia i spotkania się różnych osób, o odmiennych pasjach, potrzebach, problemach, a książka może być tego pretekstem. W projekcie chcemy spojrzeć na człowieka i jego emocje właśnie poprzez książki i odwrotnie, zobaczyć, jak książki mogą te emocje wesprzeć. Chcemy więc dotrzeć do dzieci i tych którzy dziećmi wciąż się czują oraz do dorosłych i do tych, którzy czują się dorosłymi. Dlatego w procesie projektu spotkamy dzieci z grupy Drużyny Książki, które mają po kilka-kilkanaście lat i staną się naszymi ekspertami ds. książki i tworzenia działań dla dzieci, a także osoby dorosłe tj. specjaliści i pasjonaci psychologii, bajkoterapii, pedagogiki, literatury z Polski, Ukrainy i Niemiec czy rodziców, którzy planują lub realizują świadome rodzicielstwo. Do uczestnictwa zapraszamy każdego, kto jest „dzieckiem podszyty” i tych, co lubią książki i tych, którzy jeszcze tego nie odkryli.

Projekt zakłada organizację różnorodnych działań m.in. warsztaty, festiwal literatury czy konferencja. Proszę nam więcej opowiedzieć o działaniach, jakie zostały zaplanowane w ramach „Book=Life”? Kiedy odbędą się najbliższe z nich?

Zakres projektu to:

- Międzynarodowy Think Tank na Rzecz Rozwoju Dzieci i Młodzieży przez Literaturę
- Web Doc „Książki bez granic/ Ludzie i książki”- artystyczny projekt badawczy
- ALFABET – Festiwal literatury i rozwoju dzieci
- Wystawy: „Książka=Życie/ Book=Life” i „Books Without Border”
- Cykl warsztatów i spotkań we wszystkich miastach partnerskich projektu
- Instalacje „Książka jako pierwsza pomoc/ Book as First Aid” we wszystkich miastach partnerskich projektu
- „Książka w mieście/ Book in the City” - akcja promująca czytelnictwo
- Międzynarodowa konferencja „Książka=Życie/ Book=Life”.

Jesteśmy już po części warsztatów w Polsce. W ramach Web Doca udało nam się zebrać prawie 200 opowieści z Polski, Ukrainy i Niemiec na temat relacji ludzi i książek. Poza tym zrealizowaliśmy działania w przestrzeni miasta – mural literacki. Obecnie pracujemy nad marcowym wydarzeniem warsztatowym w Munster w ramach Nocy Bibliotek oraz nad uruchomieniem Book Busa w Polsce oraz wystawą inspirowaną Web Doc’iem. Udało nam się także wypracować wstępną koncepcję instalacji Książka to życie. Obecnie pracujemy nad programem festiwalu. W tym momencie spotyka się Drużyna Książki – nasz dziecięcy Think Tank, którego celem jest wsparcie koncepcyjno-realizacyjne naszego projektu, zwłaszcza festiwalu.

Projekt realizowany jest z organizacjami partnerskimi. Jaka jest historia tego partnerstwa? Czy współpracowali Państwo razem wcześniej, czy współpraca została nawiązana na czas projektu „Book=Life”?

Naszymi partnerami są miasta partnerskie Lublina – miasto Munster, a w nim Miejska Biblioteka Publiczna i Centrum Literatury, a we Lwowie Wydawnictwo Starego Lwa. Ośrodek Brama Grodzka – Teatr NN, koordynator projektu, nie współpracował dotychczas z żadnym z nich. Natomiast wsparcie Gminy Lublin okazało się w tym procesie kluczowe i łączące nasze potencjały. Zatem projekt „Book=Life” będzie naszym pierwszym wspólnym działaniem.

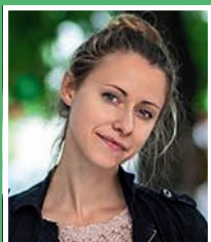


Czy w trakcie projektu pojawiły się jakieś trudności, działania nieplanowane? Jak sobie Państwo z nimi poradzili?

Pomysł na projekt pojawił się już w 2019 roku. Niestety pandemia nie pozwoliła na jego rozwój. Mimo otrzymania grantu na wizytę studyjną ze środków norweskich EOG Kultura zmuszeni byliśmy anulować zobowiązania. Ponownie do projektu wróciliśmy w 2021 roku, w nieco zmienionej i poszerzonej formule, nie wiedząc, jak bardzo nasza idea zbliżania ludzi mimo różnic i pokonywania granic będzie aktualna w obliczu sytuacji w Polsce na północno-wschodniej granicy oraz wojny w Ukrainie.

Czy po zakończeniu projektu planują państwo jego kontynuację – kolejną edycję?

Bardzo byśmy chcieli kontynuować projekt „Book=Life”. Ciągnąć jego ideę, poszerzać kręgi współpracy, sprawdzać kolejne możliwości. Myślimy, że idea Web Doca może się świetnie sprawdzić, a także chcielibyśmy, by w Lublinie na stałe zagościł Festiwal Alfabet, a nawet jego odłogi mogły migrować do innych krajów partnerskich.



ALINA JANUSZCZYK – prezeska Fundacji Beetle, na co dzień pracuje jako specjalistka ds. edukacji w Domu Słów. Zajmuje się szeroko rozumianą literaturą, popularyzacją czytelnictwa i sztuki społecznie zaangażowanej dla dzieci, organizatorka m.in. „Podwórka wyobraźni” w przestrzeni publicznej, podczas którego prezentowane są dawne książki dla dzieci; organizatorka dziewięciu edycji Festiwalu literackiego „Miasto Poezji”; koordynatorka i organizatorka Akademii Opowieści, Pracowni Książki Nieobojętnej z Iwoną Chmielewską, projektu Otwarta Szkoła o estetyzacji i funkcjonalizacji przestrzeni szkół, Wyróżnień Kulturalnych dla Młodych „Żurawie” czy programu Drzewo Opowieści uczącego dzieci sztuki opowiadania. Na co dzień zajmuje się prowadzeniem i organizacją warsztatów edukacyjnych dla dzieci w oparciu o książki społecznie zaangażowane. W 2017 r. nominowana do nagrody IBBY za upowszechnianie czytelnictwa. Od początku wojny w Ukrainie związana z Lubelskim Komitetem Pomocy Ukrainie. Pomysłodawczyni i koordynatorka projektu „Book=Life” po stronie Ośrodka Brama Grodzka – Teatr NN.

„Wszyscy jesteśmy spragnieni nowych głosów...” – rozmowa z producentką filmową Agnieszką Dziezic

Prezentacja projektu „Ministranci” podczas Polish Days,
fot. Alina Metelytsia, mat. Stowarzyszenie Nowe Horyzonty

W ramach schematu *European Slate Development* komponentu MEDIA otrzymaliście w tym roku wsparcie na rozwój pakietu projektów. Czy mogłabyś przybliżyć założenia Waszego wniosku?

Nasz slate składał się z pięciu projektów: czterech filmów i jednego serialu. Staraliśmy się, żeby odzwierciedlał on przekrój projektów, którymi zajmujemy się w firmie. Mamy zatem dwa filmy doświadczonych twórców, z którym kontynuujemy współpracę: Jan P. Matuszyński i film „Zaprowadź mnie” oraz „Ministranci” Piotra Domalewskiego. Oba projekty chcemy pozycjonować jako międzynarodowe koprodukcje. Mamy fabularny debiut reżyserski i scenariuszowy twórcy, który zwrócił uwagę swoim bardzo dobrym krótkim metrażem („Utopia” Miłosza Sakowskiego) i „Powiedz swoje imię” – film Marty Prus, która jest już doświadczoną reżyserką na polu dokumentalnym, ale debiutantką w zakresie projektów fabularnych. To naszą inicjatywą było połączenie jej ze znanym polskim pisarzem i scenarzystą Szczepanem Twardochem. Wreszcie mamy projekt dużego serialu historycznego „Hrabina” napisanego przez Martę Bacewicz.

Wśród twórców, z którymi będziecie pracować, są uznani reżyserzy młodego pokolenia: Piotr Domalewski z filmem „Ministranci”, Jan P. Matuszyński z projektem „Zaprowadź mnie”. Do współpracy zaprosiliście także debiutujących twórców: Martę Prus, Miłosza Sakowskiego oraz Martę Bacewicz. Dlaczego tak ważna jest dla Was współpraca z młodymi twórcami?

Wszyscy jesteśmy spragnieni nowych głosów i nowych odkryć – w tym jest przyszłość. To uniwersalna prawda. Zresztą bardzo lubię pracować nad debiutami, bo często jest to zajęcie niezwykle inspirujące. Jednocześnie jest to też pole, na którym nasze doświadczenie, jako kreatywnych producentów, jest najbardziej potrzebne.

Natomiast patrząc strategicznie, debiuty są ważnym elementem w balansowaniu wszystkich projektów. Wspieranie nowych talentów wpisuje się w założenia programów operacyjnych funduszy zarówno krajowych, jak i europejskich. Dobrze jest uwzględnić to, budując slate. Poza tym filmy debiutantów korzystają często ze specjalnych względów (wyższy próg wsparcia środkami publicznymi, a na etapie dystrybucji liczne sekcje festiwalowe skoncentrowane na debiutantów). Czasem łatwiej je sfinansować niż kolejny film reżysera. Jeśli przedsięwzięcie się powiedzie, skala sukcesu może być zaskakująca. Nie zawsze jednak tak się dzieje, nie zawsze nasze intuicje są trafne. W związku z tym z punktu widzenia firmy ważne, aby stawiać także na sprawdzone współpracy. Mieliśmy poczucie, że mamy w naszym pakiecie bardzo mocne nazwiska i w związku z tym możemy podjąć też ryzyko i zainwestować we współpracę z mniej doświadczonymi twórcami.

Czy mogłabyś opowiedzieć trochę więcej o samych projektach? O czym opowiadają? Na jakich etapach są obecnie?

Projekty są na różnych etapach i na tym też polega siła naszego slate'u. W końcu składając go, trzeba zaplanować prace dwa lata do przodu. Większość projektów jest na wczesnym etapie, do niektórych prace zaczniemy na dobre dopiero za jakiś czas z uwagi na inne aktywności twórców lub nasze kolizje czasowe. Mając na względzie również to, że finalnie ubiegamy się o wsparcie w kilku instytucjach, musimy też myśleć o tym, by nasze filmy nie kanibalizowały się nawzajem w czasie jednej sesji.

Wszystkie te projekty mają zarówno duży potencjał koprodukcji, jak i możliwości dystrybucji międzynarodowej. Czy łączy je coś jeszcze?

Trudno znaleźć wspólny mianownik dla naszych projektów,

jeśli chodzi o fabułę. Mogę powiedzieć, że wszystkie to projekty autorskie, wyrastające z wizji twórców, którzy w bardziej lub mniej gatunkowej formule mierzą się z tematem. Trzy projekty są kostiumowe i dzieją się w XVIII, XIX i XX wieku. Jeden z nich opowiada o współczesnej polskiej młodzieży z małego miasteczka i najbliższej mu do kina społecznego, a jeden mocno eksploruje gatunkowe konwencje takie jak horror i thriller. Duża różnorodność.

Staramy się, by wszystkie projekty, nawet te historyczne (a może wręcz szczególnie te) stawiały jakąś diagnozę współczesności. Zależy nam, by były to filmy, które komentują obecne czasy i stają się przyczynkiem do rozmów i debat. Wierzę, że kino, które prowokuje dyskusje, to kino, które znajduje potem swoją widownię. Inaczej niż w przypadku filmów realizowanych na zlecenia platform, gdzie naszym głównym celem jest dostarczanie najwyższej klasy rozrywki, budując *slate*, szukamy projektów, które będą rzucać widzom wyzwanie do głębszej refleksji, a przy tym nadal będą ubrane w formę atrakcyjnej i angażującej opowieści.

Ty sama od wielu lat uczestniczysz w różnych międzynarodowych wydarzeniach, brałaś udział między innymi w prestiżowych warsztatach EAVE Puentes, EAVE Producers Workshops oraz ACE Producers. Jakie korzyści czerpiesz ze spotkań tego typu, jak wpłynęły na Twoją pracę?

Rynek filmowy nieustająco się zmienia a my (producenci) musimy za nim nadążyć. Wszelkiego rodzaju warsztaty to nie tylko czas na rozwój i pracę nad projektami w międzynarodowym układzie, ale także platforma do wymiany doświadczeń i sposób na poznanie nowych rozwiązań. Europejski rynek filmowy i model koprodukcji to naczynia połączone. Dlatego tak ważne jest, żeby wiedzieć, jakie trendy kształtują branżę w innych krajach. Jednocześnie wszyscy podlegamy też tym samym tendencjom i zmagamy się z podobnymi problemami. Dlatego w niektórych kwestiach warto mówić jednym głosem. Aby móc brać udział w tych dyskusjach, trzeba być w stanie odnaleźć się w międzynarodowych relacjach. Warsztaty to świetny punkt startowy do ich budowania.

Aurum Film ma bardzo silną pozycję na rynku polskim, a Wasze filmy w ostatnich latach były obecne na najważniejszych festiwalach światowych. Jak uważasz, w jaki sposób wsparcie MEDIA wpisuje się w Waszą strategię rozwoju?

Aurum to firma, która w ciągu kilku lat niesamowicie się rozwinęła. W developmencie pracujemy nad bardzo wieloma projektami jednocześnie. Naturalnym jest, że najszybciej realizujemy te filmy, które możemy sfinansować. W Polsce bardzo długo nie robiło się wcale kina gatunkowego, bo brakowało partnerów, którzy chcieliby je finansować. Teraz jest odwrotnie. Platformy szukają takiego kina i mamy ogromne szczęście, że możemy z nimi współpracować i rozwijać się w tym zakresie.

Oczywiste jest jednak, że niektóre projekty powstają z myślą o widowni kinowej w modelu finansowania, który w dzisiejszych czasach jest dużo trudniejszy. Nie chcemy go porzucić, zarówno ze względu na historie, które warto opowiedzieć w autorskiej formule, ale także dlatego, że z wielu powodów warto utrzymywać model niezależnej produkcji filmowej, alternatywny dla produkcji wykonawczej na rzecz platform. Jednak abyśmy mogli sobie na to pozwolić, patrząc na to z perspektywy biznesowej, potrzebujemy zachęt. Dotacja z MEDIA jest właśnie taką finansową zachętą.

European Slate Development to wymagający schemat, a konkurencja co roku jest bardzo duża. Jakie Twoim zdaniem są kluczowe czynniki, które przyczyniły się do sukcesu Waszej aplikacji i co zaważyło na przyznaniu grantu Waszemu pakietowi projektów?

Wydaje mi się, że istotna była spójna wizja. Dużo pracy włożyliśmy w to, aby jak najpełniej zaprezentować firmę, jej osiągnięcia, plany i cele. Oczywiście ważne były także wybrane projekty, ale na każdym kroku podkreślaliśmy też, że są one reprezentatywne dla szerszej polityki doboru filmów, którą prowadzimy.

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

Wiadomo, trzeba zarezerwować czas. To gigantyczna aplikacja, którą trzeba też zrozumieć i „wyczuć”. A poza tym radzę dobrze zapoznać się z wytycznymi schematu. We wniosku jest przestrzeń na kreatywną wizję firmy i prezentowanych filmów, ale są też konkretne oczekiwania dotyczące tego, w którą stronę popchnie się development i na jakie efekty będzie się pracować. W niektórych momentach nie warto wyważać otwartych drzwi i literalnie można i powinno się powołać na zapisy z regulaminów. A jeśli chodzi o rady *stricte* pragmatyczne, to użytkownikom iOS radzę przeprosić się z pecetem.



AGNIESZKA DZIEDZIC - założycielka i współwłaścicielka firmy Koi Studio, w której w latach 2013-2022 była odpowiedzialna za produkcję filmów fabularnych i dokumentalnych. Od 2022 roku związana z Aurum Film jako producent kreatywny przy projektach filmów fabularnych i seriali. Do najważniejszych tytułów fabularnych, które zrealizowała, należą filmy: „Małe stłuczki” Aleksandry Gowin i Ireneusza Grzyba (premiera na IFF w Rotterdamie), koprodukcja polsko-niemiecka „Whatever Happens Next” Juliana Pörksena (pokazywana na Berlinale) oraz seria filmów rodzinnych „Tarapaty” i „Tarapaty 2” Marty Karwowskiej. W 2022 roku premierę miały jej dwa kolejne filmy: komedia kryminalna „Niebezpieczni dżentelmeni” Macieja Kawalskiego i polsko-niemiecko-izraelska koprodukcja „The Delegation” Asafa Sabana. Absolwentka licznych programów międzynarodowych dla producentów, w tym EAVE i EAVE Puentes. Zasiadała w Zarządzie Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych i jest członkiem Polskiej Gildii Producentów.



Creative Innovation Lab

Międzynarodowa sesja pitchingowa

2 marca 2023

Projekt współfinansowany
przez Unię Europejską



Kreatywna
Europa
MEDIA

Międzynarodowa sesja „Pitch Your Innovation!”

2 marca 2023 roku po raz kolejny odbyła się międzynarodowa sesja online „Pitch Your Innovation!” organizowana przez sieć Creative Europe Desks z 17 krajów: Austrii, Belgii, Chorwacji, Czech, Danii, Francji, Niemiec, Węgier, Irlandii, Włoch, Holandii, Hiszpanii, Portugalii, Polski, Rumunii, Słowacji oraz Słowenii. Wydarzenie było skierowane do organizacji oraz podmiotów zainteresowanych aplikowaniem w ramach obszaru dofinansowania *Creative Innovation Lab* komponentu międzysektorowego programu Kreatywna Europa. Celem schematu jest wspieranie nowatorskich rozwiązań w obszarze technologii i zielonej transformacji. Projekty powinny przyczyniać się do wspierania konkurencyjności, współpracy, rozpowszechniania, widoczności, dostępności, różnorodności i zwiększania liczby odbiorców w różnych sektorach, w szczególności w kontekście transformacji cyfrowej.

Spotkanie cieszyło się bardzo dużym zainteresowaniem – aktywnie wzięło w nim udział około 200 przedstawicieli sektora audiowizualnego, kultury oraz kreatywnego z różnych krajów europejskich.

Wydarzenie rozpoczęło się od wystąpienia przedstawiciela Komisji Europejskiej Emmanuela Cocq’a, który zaprezentował cele oraz wymogi schematu *Creative Innovation Lab*.

Następnie głos zabrali beneficjenci ubiegłorocznego konkursu: organizacja z Hiszpanii MELBOSS Music z projektem „Videomuse” oraz Lucid Realities z Francji z projektem „Cultural XR Network”. Projekt „Videomuse” planuje wykorzystać nowe możliwości oferowane przez przełomowe technologie, takie jak *blockchain* i NTF, w celu zwiększenia współpracy między sektorami muzycznym i audiowizualnym. Wykorzystując te dwa elementy – czyli nowe technologie i współpracę międzysektorową – jako siłę napędową do opracowania zrównoważonego modelu biznesowego, projekt będzie wspierał nowe europejskie dzieła, rozwój publiczności i nowe sposoby generowania dochodów dla artystów. Aby rozwinąć działania i osiągnąć

cele, powstało partnerstwo o uzupełniających się profilach i kompetencjach (sektor audiowizualny, techniczny, marketing cyfrowy i media, muzyka, badania społeczno-ekonomiczne). Z kolei projekt Lucid Realities zabiera nas do wirtualnej rzeczywistości skierowanej do instytucji kultury: Unframed Collection. W ramach działań projektowych odbędą się szkolenia, networking oraz powstanie program badawczo-rozwojowy skupiający się na światach wirtualnych (Metaverse). Konsorcjum łączy w sobie różne branże: firmę produkującą i dystrybuującą XR (Lucid Realities – Francja), agencję konsultingową i eventową specjalizującą się w sektorze kultury (Correspondances Digitales – Francja), studio rozwoju technologii immersyjnych (Ikonspace – Holandia/Niemcy) oraz organizację szkoleniową dla profesjonalistów z branży cyfrowej i gier (Netinfo – Tunezja). Obecnie prognozy wzrostu rynku XR są zawrotne, a globalny rynek szacowany jest na 35–65 miliardów do 2025 roku. Pytanie nie brzmi już, czy technologie immersyjne mają przyszłość, ale jak zbudować dochodowy ekosystem z kreacją artystyczną jako priorytetową ośią rozwoju.

W drugiej części spotkania odbyły się pitchingi – swoje projekty zaprezentowało 9 organizacji z Belgii, Czech, Estonii, Francji, Niemiec, Hiszpanii, Holandii oraz Ukrainy. Część z nich dotyczyła w znacznej mierze wykorzystania technologii immersyjnych i cyfrowych w codziennej pracy ich instytucji i organizacjach. Nacisk był położony na nowe metody tworzenia, wchodzenia w interakcje z publicznością oraz narzędzia biznesowe badające nowe sposoby produkcji, finansowania, dystrybucji lub promocji z wykorzystaniem nowych technologii: AI, NFT, *blockchain*. Po pitchingach odbył się networking.

Mamy nadzieję, że spotkanie to stanowiło zachętę dla uczestników wywodzących się z różnych sektorów, do tworzenia i próbowania innowacyjnych rozwiązań kluczowych wyzwań, które mają potencjalnie długoterminowy wpływ na różne sektory kultury i kreatywne.

Projekt „Make It Clear – educating young people against disinformation online”

Młodzież przeciwko dezinformacji

Wśród 5 projektów dofinansowanych w ramach komponentu międzysektorowego programu Kreatywna Europa w schemacie *Media Literacy* znalazł się projekt „Make It Clear – educating young people against disinformation online” (MIC), któremu przewodzi organizacja z Polski, czyli NASK – Państwowy Instytut Badawczy.

Projekt MIC realizowany jest przez konsorcjum składające się z lidera i partnerów: Latvian Internet Association (Łotwa) oraz Save the Children Romania (Rumunia). Realizatorzy projektu MIC posiadają wieloletnie doświadczenie w przeciwdziałaniu internetowym zagrożeniom i budowaniu przyjaznego środowiska online dla najmłodszych użytkowników (między innymi projekt Komisji Europejskiej „Safer Internet”), są także członkami europejskiej sieci INSAFE i międzynarodowego stowarzyszenia INHOPE.

Projekt MIC adresowany jest przede wszystkim do młodzieży w wieku 11–17 lat, ale także do rodziców, nauczycieli i osób pracujących z dziećmi. Jego celem jest rozwijanie u młodzieży kompetencji informacyjnych, a także świadomego i krytycznego podejścia do treści udostępnianych w mediach. Działania projektowe zmierzają do wzrostu umiejętności weryfikowania prawdziwości informacji zamieszczanych online, a także rozpoznania i odpowiedniego reagowania na dezinformację w internecie. Ponadto projekt ma na celu podniesienie świadomości nauczycieli w tym zakresie, co w efekcie pozwoli im rozwijać kompetencje informacyjne wśród swoich uczniów, a także zainteresować problemem rodziców.

Podstawowym sposobem zaadresowania wyzwań związanych z dezinformacją jest zwiększenie świadomości społecznej, edukacja medialna, a także dzielenie się najlepszymi praktykami w tym zakresie. Projekt MIC pozwala na zintensyfikowanie działań zmierzających do podniesienia poziomu wiedzy na temat zagrożeń związanych z dezinformacją.

Zjawisko dezinformacji jest znane od dawna, ale dopiero w dobie internetu i w obliczu dynamicznych zmian, jakie zachodzą w przestrzeni cyfrowej, jego oddziaływanie niebezpiecznie się zintensyfikowało i umożliwiło manipulowanie opinią publiczną na niespotykaną dotąd skalę. Obecnie fałszywe informacje rozprzestrzeniają się w lawinowym tempie, a ich zasięg stał się na tyle duży, że może wpłynąć na funkcjonowanie zarówno państwa i jego struktur, jak i społeczeństwa oraz jednostek. Mając na uwadze fakt, że zjawisko dezinformacji może oddziaływać na kształtowanie się opinii i decyzje podejmowane przez dorosłych (na przykład w sferze wyborów politycznych,

zachowań konsumenckich, dbałości o zdrowie), należy tym bardziej pamiętać, że szczególnie negatywny wpływ może mieć ono na najmłodszych odbiorców.

To właśnie dzieci i młodzież są szczególnie aktywnymi użytkownikami technologii cyfrowych. Badania NASK pokazują, że z roku na rok obserwowany jest stały wzrost liczby godzin przeznaczanych przez młodzież na korzystanie z internetu. Obecnie nastolatki w wieku 11–17 lat spędzają w sieci średnio 4 godziny i 50 minut dziennie, zaś blisko połowa nastolatków (47,8%) pośród swoich najczęstszych internetowych aktywności wymienia korzystanie z serwisów społecznościowych (Raport „Nastolatki 3.0”, 2021 r.). Głównym źródłem ich codziennych informacji są media społecznościowe (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, inne) i to właśnie tam 37,2% badanych najczęściej spotyka się z rozpowszechnianiem fałszywych informacji (Raport „Problem fake news w Polsce”, 2019 r.). Co piąty młody użytkownik internetu (22,1%) w ogóle nie zastanawia się nad rzetelnością docierających do niego informacji. Większość uczniów biorących udział w badaniu (56,2%) wskazała, że pojawienie się nieprawdziwych, zniekształcających rzeczywistość informacji stanowi w Polsce problem, zaś zjawisko *fake news* będzie się pogłębiać – z tym twierdzeniem zgodziło się 68,1% badanych.

Dwuletni projekt MIC, realizowany w okresie od października 2022 do września 2024 roku, jest odpowiedzią na potrzebę rozwijania u dzieci i młodzieży kompetencji medialnych, szczególnie związanych z krytycznym podejściem do informacji, a także przeciwdziałaniem dezinformacji. Realizacja założonych celów będzie odbywać się poprzez działania takie jak opracowanie materiałów i narzędzi edukacyjnych dla młodzieży i nauczycieli, opracowanie materiałów informacyjnych dla rodziców, realizacja kampanii medialnej adresowanej do młodzieży, dzielenie się, na gruncie narodowym i międzynarodowym, najlepszymi praktykami w zakresie rozwijania u młodzieży umiejętności korzystania z mediów i przeciwdziałania dezinformacji.

Schemat *Media Literacy* wspiera rozwój innowacyjnych transgranicznych inicjatyw i społeczności w zakresie umiejętności korzystania z mediów w całej Europie, w stale zmieniającym się krajobrazie mediów cyfrowych oraz z uwzględnieniem obecnych zachowań użytkowników w różnych grupach wiekowych. Projekty realizowane są w ramach dużych konsorcjów składających się z organizacji sektora kultury i kreatywnego z różnych krajów uczestniczących w programie Kreatywna Europa.

Więcej na temat projektu: makeitclear.edu.pl.

Wsparcie obiegu literatury europejskiej – wyniki naboru

Wsparcie obiegu literatury europejskiej to nabór, który powstał z myślą o zwiększeniu dostępu do wysokiej klasy literatury europejskiej oraz wzmacnianiu kulturowej i językowej różnorodności w Unii Europejskiej i innych krajach uczestniczących w programie Kreatywna Europa (komponent Kultura). Obszar grantowy wspiera działania związane z tłumaczeniem, publikacją, dystrybucją i promocją utworów literackich. Zgłaszane projekty powinny realizować między innymi cele:

- wzmacniania międzynarodowego obiegu i różnorodności europejskich dzieł literackich, w szczególności poprzez tłumaczenia z rzadziej używanych języków, aby zwiększać ich obieg na rynkach w Europie i poza nią,
- dotarcia do nowych odbiorców europejskiej literatury w Unii Europejskiej i poza nią,
- wzmacniania konkurencyjności sektora książki, między innymi poprzez podjęcie kompleksowej współpracy w ramach sektora.

W 2022 roku aż 4 podmioty z Polski otrzymały dofinansowanie na swoje działania.

Wydawnictwo Widnokrąg, projekt „HOPE – Books of Hope. Literature as Mental Sanctuary in the Unstable Times”

Literatura jako „psychiczne sanktuarium” w niestabilnych czasach jest odpowiedzią na kryzys społeczny, ekonomiczny i psychologiczny spowodowany pandemią, a także kryzys humanitarny w Europie, wywołany wojną w Ukrainie. Celem projektu jest wyjście naprzeciw potrzebom polskich i ukraińskich czytelników w wieku 6–10 lat poprzez stworzenie katalogu książek dających schronienie, zbudowanego wokół takich wartości jak: współczucie, życzliwość, tolerancja, empatia i solidarność. Proponowany pakiet 7 wysokiej jakości dzieł beletrystycznych składa się z dwóch zestawów: 4 książek napisanych w rzadziej używanych językach (fińskim,

estońskim, łotewskim i litewskim), przetłumaczonych na język polski oraz 3 książek napisanych w języku polskim i przetłumaczonych na język ukraiński. Oprócz wzmacniania transnarodowego obiegu europejskich dzieł literackich i promowania literatury z krajów niedostatecznie reprezentowanych Books of Hope daje możliwość dotarcia do ukraińskiej społeczności uchodźców w UE i poza nią. Strategia dystrybucji zapewnia szeroki i łatwy dostęp do przetłumaczonych dzieł: książki przetłumaczone na język polski zostaną wydane w 3 dostępnych formatach (papierowym, audio i e-book), a książki przełożone na język ukraiński zostaną opublikowane w formie elektronicznej (do pobrania) w celu wyeliminowania wszelkich barier geograficznych i logistycznych. Do ukraińskich czytelników wydawnictwo dotrze zarówno poprzez rozbudowaną sieć kontaktów w branży wydawniczej, jak i poprzez współpracę z organizacjami pozarządowymi. Całość dopełnia spójna strategia promocyjna, której celem jest przedstawienie każdej książki jako źródła nadziei w trudnych czasach. Działania mają na celu wspieranie czytelnictwa wśród dzieci i budowanie ich wiedzy o literaturze obcej w sposób angażujący i interaktywny (podcasty, media społecznościowe, lekcje biblioteczne, inspirujące informacje w książkach, wiadomości od autorów i tłumaczy). W centrum uwagi znajdzie się rola tłumaczy jako kluczowych podmiotów w łańcuchu wartości sektora książki, a także działania podejmowane przez UE w celu promowania tłumaczeń literackich.

Wydawnictwo Tatarak, projekt „Let’s Read Together”

Projekt ten obejmuje publikację 7 przetłumaczonych europejskich dzieł literackich, promowanie ich obiegu poprzez atrakcyjną, wielokanałową komunikację oraz uruchomienie nowego programu „Poczytajmy razem” w celu promowania zarówno tych konkretnych utworów, jak i ogólnych wspólnych działań czytelniczych rodziców i dzieci. Program „Poczytajmy razem” będzie rozwijany

wspólnie z Fundacją Powszechne Czytanie, innymi wydawnictwami i partnerami dystrybucyjnymi. Ma na celu zachęcenie rodziców, a zwłaszcza ojców, do głośnego czytania swoim dzieciom i z nimi poprzez proponowanie sprawdzonych, atrakcyjnych tytułów, wzbogaconych o najlepsze europejskie utwory, które zachęcają do zabawy z dziećmi, tworzenia więzi i wzmacniania ich relacji oraz pomagają dzieciom przechodzić od młodych słuchaczy do niezależnych czytelników we wczesnych latach szkolnych. Projekt obejmuje również kluczowe działania tłumaczeniowe, wydawnicze, dystrybucyjne i promocyjne, zarówno fizyczne (targi książki, warsztaty), jak i internetowe (reklamy, media społecznościowe, blogerzy), a także rozpoczyna budowanie bazy dla przyszłego międzynarodowego rozwoju poprzez dystrybucję i dzielenie się wiedzą z Bohem Press Italia. Przynosi korzyści rodzicom i ich dzieciom, zmniejsza obecne różnice między płciami i przyczynia się do realizacji celów naboru poprzez wzmocnienie ponadnarodowego obiegu i różnorodności europejskich dzieł literackich (tłumaczenie utworów z/do 6 krajów), zachęcanie do tłumaczeń z rzadziej używanych języków (polski, ukraiński, holenderski), docieranie do nowych odbiorców utworów literackich (rodzice, którzy obecnie nie czytają swoim dzieciom) oraz zachęcanie do współpracy krajowej i międzynarodowej w ramach łańcucha wartości książki. Zapewni również znaczną widoczność (dotarcie do ponad 500 000 rodziców za pośrednictwem mediów tradycyjnych i społecznościowych, obecność w ponad 100 punktach dystrybucji) przetłumaczonych dzieł, autorów i tłumaczy, a także funduszy UE i programu Kreatywna Europa, z ułatwionym dostępem dzięki kontaktom z bibliotekami oraz włączeniu e-booków i audiobooków.

Grupa Wydawnicza Relacja, projekt „Translator Tandems”

Projekt „Tandemy translatorskie” ma na celu wsparcie obiegu literatury europejskiej poprzez tłumaczenie na język polski 5 starannie wyselekcjonowanych, nagradzanych powieści europejskich z języków niedoreprezentowanych, takich twórców jak Johan Harstad, Jamal Ouariachi, Selja Ahava, David Foenkinos i Camille Laurens. W ramach projektu planowane jest także nawiązanie współpracy międzynarodowej z francuskim wydawcą, by zaprezentować francuskiemu odbiorcy zbiór opowiadań „Sezon na truskawki” Marty Dzido, laureatki Nagrody Literackiej Unii Europejskiej. Wybrane tytuły reprezentują wysoką jakość literacką, ale też poruszają ważne społeczne problemy i odwołują się do europejskich wartości, takich jak: równość płci, problem emigracji ekonomicznej, odporność psychiczna, problemy mniejszości narodowych czy seksualnych. Wybrani autorzy są laureatami takich międzynarodowych nagród jak: European Union Prize for Literature, Prix Femina, Prix Renaudot. Celem projektu jest również podkreślenie rangi pracy tłumacza i zainicjowanie dobrych praktyk mentoringu w tej branży. Innowacyjny pomysł stworzenia tandemów tłumaczy ma wartość promocyjną i edukacyjną. Każda książka będzie przekładana przez dwie osoby: młodego tłumacza, którego pracę będzie wspierał i komentował doświadczony tłumacz z dorobkiem występujący w roli mentora. Projekt kierowany jest szczególnie do młodych ludzi – nie tylko jako odbiorców literatury, ale też biorących udział w realizacji, włączając się tym samym w działania związane

z Europejskim Rokiem Młodzieży. Zaangażuje młodych dorosłych na każdym etapie wydawniczym – od przygotowania książki do druku po promocję. Poprzez staże w wydawnictwie i nawiązanie współpracy z młodymi influencerami działającymi w obszarze kultury ułatwi młodzieży wejście na rynek pracy, zdobycie doświadczenia, zapewni profesjonalny mentoring i możliwość rozwinięcia swojej kreatywności. Wykorzysta kanały promocji, którymi posługuje się młodzież, i wzmocni ich głos, który najskuteczniej trafi do ich rówieśników i poszerzy grupę odbiorców tłumaczonej literatury. Na etapie promocji szczególną uwagę obejmie tłumaczy, których praca i wkład będą zademonstrowane poprzez spotkania z ich uczestnictwem oraz innowacyjne metody, jak kody QR odsyłające do filmów i treści w internecie, przedstawiających sylwetki tłumaczy i poszerzających wiedzę o tle historycznym i kulturowym książek.

Wydawnictwo Dwunoga (w roli partnera), projekt „Connecting the Worlds”

„Connecting the Worlds” zawiera 31 znakomitych dzieł literackich z całej Europy, głównie w mniej używanych językach, które zostaną opublikowane na rynkach: słoweńskim, polskim, łotewskim, macedońskim, austriackim/niemieckim i włoskim. Wybrane pozycje obejmują zarówno książki obrazkowe dla najmłodszych czytelników, jak i książki dla młodzieży oraz powieści dla dorosłych. Wśród najważniejszych dzieł są kultowi europejscy autorzy, nagradzane książki obrazkowe i utwory dla dzieci, małe perełki literackie, które inaczej nie trafiłyby łatwo na wspomniane rynki. Projekt skupia 8 wydawców z różnych krajów, którzy chcą zwiększyć widoczność autorów z 14 krajów europejskich, piszących w rzadziej używanych językach, takich jak słoweński, chorwacki i macedoński, w Europie i poza nią. W ramach projektu będą organizowane spotkania wydawców, rezydencje dla wydawców spoza Europy, koncentrując się na sprzedaży praw i odwiedzając międzynarodowe targi książki. Aby pomóc w podniesieniu rangi tłumaczy, Słoweńskie Stowarzyszenie Tłumaczy Literatury zorganizuje 6 wydarzeń z udziałem tłumaczy oraz tygodniowe seminarium dla tłumaczy zagranicznych, którzy chcą tłumaczyć ze słoweńskiego na języki obce. Projekt obejmuje strategię dotarcia do większego grona czytelników i podniesienia świadomości różnorodności wspólnej europejskiej kultury wśród czytelników. Ważną rolę na wydarzeniach odegrają autorzy (15 wizyt autorskich) i tłumacze (6 wieczorów specjalnych), którzy zaprezentują swoją twórczość szerszej publiczności. Poprzez działalność Reading Train zachęcenie zostaną czytelnicy online i subskrybenci do boksów z książkami oraz zwiększy się liczba odbiorców projektu. W ciągu 36 miesięcy 9 zespołów wydawniczych i 1 stowarzyszenie tłumaczy, 27 autorów, 20 ilustratorów, 19 tłumaczy, 11 redaktorów, 9 projektantów, 23 członków zespołów projektowych, 10 dystrybutorów, 19 redaktorów zagranicznych, którzy wezmą udział w networkingu, przyczyni się do pomyślnej realizacji projektu (łącznie 138 profesjonalistów).

Wyniki naborów można znaleźć na portalu Funding&Tenders: ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/projects-results

Dlaczego zdecydował się Pan uczestniczyć w programie European Showrunner Training? Co Pana skłoniło do udziału?

Od dłuższego czasu interesuję się funkcją showrunnera i próbuję – na razie z różnym skutkiem – przenieść jego elementy na polski rynek. Do wzięcia udziału w programie skłonił mnie przede wszystkim jego praktyczny charakter oraz program, który idealnie uzupełnia się z innymi zagranicznymi studiami, kursami i szkoleniami, które odbyłem przez ostatnich 10 lat (m.in. Serial Eyes, European TV Drama Series Lab, Racconti, Berlinale Talents). Chciałem poznać doświadczenia kolegów z innych europejskich krajów, żeby mieć nowe argumenty w rozmowach z polskimi producentami i nadawcami o korzyściach płynących z implementacji przynajmniej niektórych aspektów funkcji showrunnera w Polsce.

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

Oczekiwałem praktycznych umiejętności dotyczących wszystkich aspektów pracy showrunnera poza pisaniem, prowadzeniem writers' roomów i byciem head writerem, czyli tymi elementami zawodu, które już wcześniej udało mi się poznać. Zależało mi też na wymianie myśli i doświadczeń nie tylko z prowadzącymi i mentorami, ale również z pozostałymi uczestnikami z innych krajów. I muszę przyznać, że pod tym względem program przerósł moje najśmielsze oczekiwania – udało nam się stworzyć świetną grupę aspirujących europejskich showrunnerów. Zajęcia też były interesujące i w zdecydowanej większości miały praktyczny charakter.

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?

W pierwszej edycji programu wybranych zostało 12 uczestników z całej Europy, z czego aż 6 osób z krajów skandynawskich (po dwie z Finlandii i Islandii oraz po jednej ze Szwecji i Norwegii). Poza mną byli także uczestnicy z Niemiec, Szwajcarii, Holandii, Belgii i Chorwacji. Każdy z nas miał doświadczenie jako scenarzysta i *head writer* seriali telewizyjnych. Moi koledzy byli twórcami i głównymi scenarzystami takich międzynarodowych hitów jak „Home for Christmas” czy „Young Royals”. Sam program trwał 6 miesięcy i składał się z 3 kilkudniowych zjazdów w Kolonii, 9 dwudniowych sesji online oraz z 3 spotkań mentoringowych. Wykładowcy byli z USA i Europy: showrunnerzy, producenci, kierownicy produkcji, ale także m.in. specjaliści od marketingu czy umiejętności miękkich. Zdecydowana większość z nich to praktycy, a lista seriali, przy których pracowali, jest imponująca (m.in. „Z Archiwum X”, „Borgen”, „Killing Eve”, „Przystanek Alaska”, „Dolina Krzemowa”, „Broadchurch” czy „Stranger Things”).

Czy udało się Panu nawiązać nowe kontakty podczas warsztatów?

Tak, bardzo zgraliśmy się jako grupa. Do dziś pozostajemy w ciągłym kontakcie, pomagamy sobie, konsultujemy się, a dodatkowo widzimy się na najważniejszych festiwalach i marketach w Europie (ostatnio na Berlinale i Series Manii).

Co najbardziej podobało się Panu w warsztatach?

Ich praktyczny charakter i prezentacja różnych europejskich modeli i punktów widzenia funkcji showrunnera. Dużo nauczyłem się w zakresie współpracy z producentem liniowym, kierownikiem produkcji, reżyserem, operatorem i montażyście, co powinno zaowocować bardziej „optymalnym” pisaniem, tzn. wykorzystaniem synergii płynącej ze współpracy poszczególnych pionów i jej wpływu na optymalizację kosztów dla dobra serialu.

Komu poleciłby Pan ten program?

Doświadczonym scenarzystom serialowym i head writerom, którzy interesują się produkcją i chcieliby w przyszłości mieć większy wpływ na seriale, nad którymi pracują, z jednoczesnym wzięciem odpowiedzialności za inne aspekty produkcji poza samym pisaniem. Osobom, które nie miały jeszcze doświadczenia w pracy w systemie *writers' room*, poleciłbym najpierw inne programy, bo European Showrunner Training niejako dodaje nowe umiejętności do tych, które warto wcześniej nabyć na studiach lub warsztatach scenariopisarskich oraz przede wszystkim podczas pisania seriali i prowadzenia grup scenariuszowych, żeby móc w pełni skorzystać z możliwości oferowanych przez program.

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

Jak na premierową edycję programu – zdecydowanie 10.



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego



**Współfinansowane przez
Unię Europejską**

Creative Europe Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41

00-540 Warszawa

tel. + 48 22 44 76 180

www.kreatywna-europa.eu

info@kreatywna-europa.eu