

Creative
Europe
Desk Polska

Magazyn

Creative Europe Desk Polska



nr 1/2025

04

VARIA

- 04 Lublin Europejską Stolicą Kultury 2029
- 05 Laureaci Music Moves Europe 2025
- 06 Nominacje do Nagrody Literackiej Unii Europejskiej 2025
- 07 Oscarowe filmy dofinansowane w ramach komponentu MEDIA

08

INICJATYWY I WSPÓŁORGANIZACJE

- 08 Kreatywna Europa na Europejskich Targach Filmowych
- 10 Druga edycja Forum bez barier. O kinie dostępnym - relacja z wydarzenia
- 12 Porozmawiajmy o... projektach literackich - podsumowanie panelu dyskusyjnego
- 16 Porozmawiajmy o... mobilności w kulturze - podsumowanie panelu dyskusyjnego
- 18 Międzynarodowa sesja online *Innovation Lab: case studies & matching*

20

ROZMOWY

- 20 Rozmowa z Anną Kalitą z Centrum Kultury w Lublinie o największej w Europie sieci tańca – Aerowaves
- 22 Rozmowa z Karoliną Sienkiewicz z So Films o nagrodzonym Oscarem filmie *Flow*
- 25 Wywiad z CD PROJEKT RED o *Wiedźminie 4*

27

DOFINANSOWANE PROJEKTY

- 27 Projekt *Europe Beyond Access* realizowany przez Centrum Kultury ZAMEK
- 28 Kolejna edycja Młode Horyzonty Lab za nami!
- 30 Porozmawiajmy o szkoleniach: EAVE Producers

Drodzy Czytelnicy/Drogie Czytelniczki,

prezentujemy pierwszy numer Magazynu Creative Europe Desk Polska w 2025 roku.

W tym wydaniu podsumowujemy zeszłoroczne debaty, które odbyły się w ramach cyklu spotkań skierowanych do przedstawicieli sektora kultury: Kreatywne debaty | porozmawiamy o... Od początku powstania cyklu, zależy nam na tworzeniu spotkań, podczas których zaproszeni eksperci przekazują wiedzę do wykorzystania przez wnioskodawców podczas planowania i realizacji projektów międzynarodowych. W październiku oraz listopadzie zeszłego roku rozmawialiśmy o projektach literackich oraz o mobilności w kulturze.

Kolejna edycja Młode Horyzonty Lab za nami – zamieszczamy relację uczestników warsztatów – Pawła Ferdka, Natalii Łodygowskiej, Julity Olszewskiej oraz Natalii Ossowskiej.

Na początku 2025 roku odbyły się ważne dla branży filmowej wydarzenia m.in. Berlinale oraz Oscary. Wśród nominowanych filmów oraz laureatów nagród nie zabrakło produkcji, które były dofinansowane w ramach komponentu MEDIA. Na kartach Magazynu znajduje się rozmowa z Karoliną Sienkiewicz, założycielką firmy So FILMS, która opowiada o dystrybucji filmu *Flow*, laureata statuetki dla najlepszego pełnometrażowego filmu animowanego na gali rozdania Nagród Amerykańskiej Akademii Filmowej.

W numerze prezentujemy również dofinansowane przez program Kreatywna Europa projekty - Centrum Kultury w Lublinie jest partnerem projektu międzynarodowego Aerowaves, skupiającego się na sektorze tańca. CD Projekt RED uchyla rąbka tajemnicy i po raz pierwszy możemy dowiedzieć się więcej o *Wiedźminie 4*, będącego kolejną odsłoną gry w otwartym świecie mrocznego fantasy serii *Wiedźmin*. Zachęcamy również do zapoznania się z projektami realizowanymi przez Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu – zamieszczamy relację z Drugiego Forum bez barier będącego częścią projektu *Cinema without barriers* oraz opis projektu *Europe Beyond Access* będącego międzynarodową inicjatywą skupiającą się na aktywnym uczestnictwie artystek i artystów z niepełnosprawnościami.

Na ostatnich stronach Magazynu mieści się stała rubryka „Porozmawiamy o szkoleniach”, do której tym razem zaprosiliśmy Krystynę Kantor, uczestniczkę szkolenia EAVE Producers.

Życzymy przyjemnej lektury
Zespół Creative Europe Desk Polska



Lublin Europejską Stolicą Kultury 2029

Lublin, znany jako Brama Wschodu, to miasto o bogatej historii i wielokulturowym dziedzictwie. To właśnie tu w 1569 roku zawarto unię polsko-litewską, jedną z pierwszych w Europie. Dzięki niej Rzeczpospolita stała się krajem, w którym Polacy, Litwini, Ukraińcy, Białorusini, a także Żydzi żyli obok siebie, tworząc wspólnotę o różnorodnych tradycjach. Wiele z tych kultur pozostawiło ślad w Lublinie, który wciąż jest ich żywym świadkiem.

25 września 2024 roku Lublin otrzymał rekomendację, by w 2029 roku zostać Europejską Stolicą Kultury. To wyróżnienie, po Krakowie w 2000 roku i Wrocławiu w 2016 roku, przyznali eksperci, którzy oceniali cztery polskie miasta – Bielsko-Białą, Katowice, Kołobrzeg i wyłoniony Lublin. W 2029 roku, obok Lublina, tytuł Europejskiej Stolicy Kultury będzie nosiło także szwedzkie miasto Kiruna.

Nagroda Europejskiej Stolicy Kultury została ustanowiona w 1985 roku i od tego czasu przyznawana jest corocznie miastom, które wyróżniają się aktywnością kulturalną i otwartością na międzynarodową współpracę. Dla miast, które otrzymują ten tytuł, to nie tylko prestiż, lecz także impuls do dalszego rozwoju kulturalnego i społecznego oraz szansa na zwiększenie ich rozpoznawalności na arenie międzynarodowej.

Motywy przewodnim Lublina w 2029 roku będzie hasło RE:UNION. Oznacza ono spotkanie, rozmowę i dbanie o siebie nawzajem. Nawiązuje do idei unii polsko-litewskiej i hasła „Wolni z wolnymi, równi z równymi”. W ramach wydarzeń zaplanowano liczne koncerty, wystawy, spektakle

teatralne oraz projekty artystyczne angażujące mieszkańców i gości z całej Europy. Lublin jako Europejska Stolica Kultury ma być miejscem, gdzie wszyscy mieszkańcy, niezależnie od pochodzenia czy wyznania, będą mogli czuć się częścią wspólnoty opartej na szacunku i otwartości. To miasto, które łączy tradycje z nowoczesnością i otwiera drzwi na współpracę z Europą i światem.

Oficjalna strona: lublin2029.pl





Laureaci Music Moves Europe 2025

Podczas uroczystej ceremonii na festiwalu Eurosonic Noorderslag w holenderskim Groningen ogłoszono tegorocznych laureatów nagród muzycznych Music Moves Europe (MME). Jednym z celów nagród jest wspieranie najciekawszych wschodzących talentów muzycznych z Europy w międzynarodowej karierze.

Nagrodę główną MME otrzymał **Yamé** – francusko-kameruński piosenkarz soulowy i autor tekstów.

Wśród pozostałych laureatów nagrody znaleźli się:

- **Kingfishr** (Irlandia)
- **Naomi Sharon** (Holandia)
- **Night Tapes** (Estonia)
- **UCHE YARA** (Austria)
- **Judeline** (Hiszpania)

W tym roku nagroda publiczności trafiła do hiszpańskiej wokalistki **Judeline**.

W składzie pięcioosobowego jury konkursu Music Moves Europe Awards 2025 znaleźli się uznani przedstawiciele branży muzycznej: Jess Iszatt (BBC Radio Ireland), Filip Košťálek (Festival Colours of Ostrava), Kenza Naaimi - El Fezzazi (FIP) i Annika Walsh (Spotify). Ponadto co roku do jury dołącza laureat nagrody MME Public Choice Award z poprzedniego roku. W tym roku to miejsce zajęła Zaho de Sagazan z Francji.

Wszyscy tegoroczni nominowani zostali zaproszeni do występu na festiwalu Eurosonic Noorderslag oraz do wzięcia udziału w programie edukacyjnym dotyczącym najlepszych

praktyk z branży muzycznej, mającym na celu zwiększenie ich wiedzy przydatnej w rozwoju dalszej kariery.

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



Music Moves Europe Awards to nagroda przyznawana wschodzącym europejskim artystom tworzącym muzykę popularną i współczesną. Wyróżnienie ma wesprzeć ich kariery, rozpoznawalność i dotarcie do szerszej publiczności. Spośród nominowanych międzynarodowe jury wybiera co roku pięciu artystów. Wśród laureatów i laureatek tej nagrody są tak znani i rozpoznawalni dziś artyści, jak m.in. Adele, Mariza, Katie Melua, Lykke Li, Agnes Obel, Mumford & Sons, Emeli Sandé, Kodaline, Alvaro Sorel oraz Dua Lipa.

Więcej informacji: mmeawards.eu



Nominacje do Nagrody Literackiej Unii Europejskiej 2025

Została opublikowana tegoroczna lista nominowanych do Nagrody Literackiej Unii Europejskiej (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.

Zgodnie z nowymi zasadami jury wyłania jednego zwycięzcę spośród wszystkich nominowanych oraz przyznaje pięć wyróżnień specjalnych.

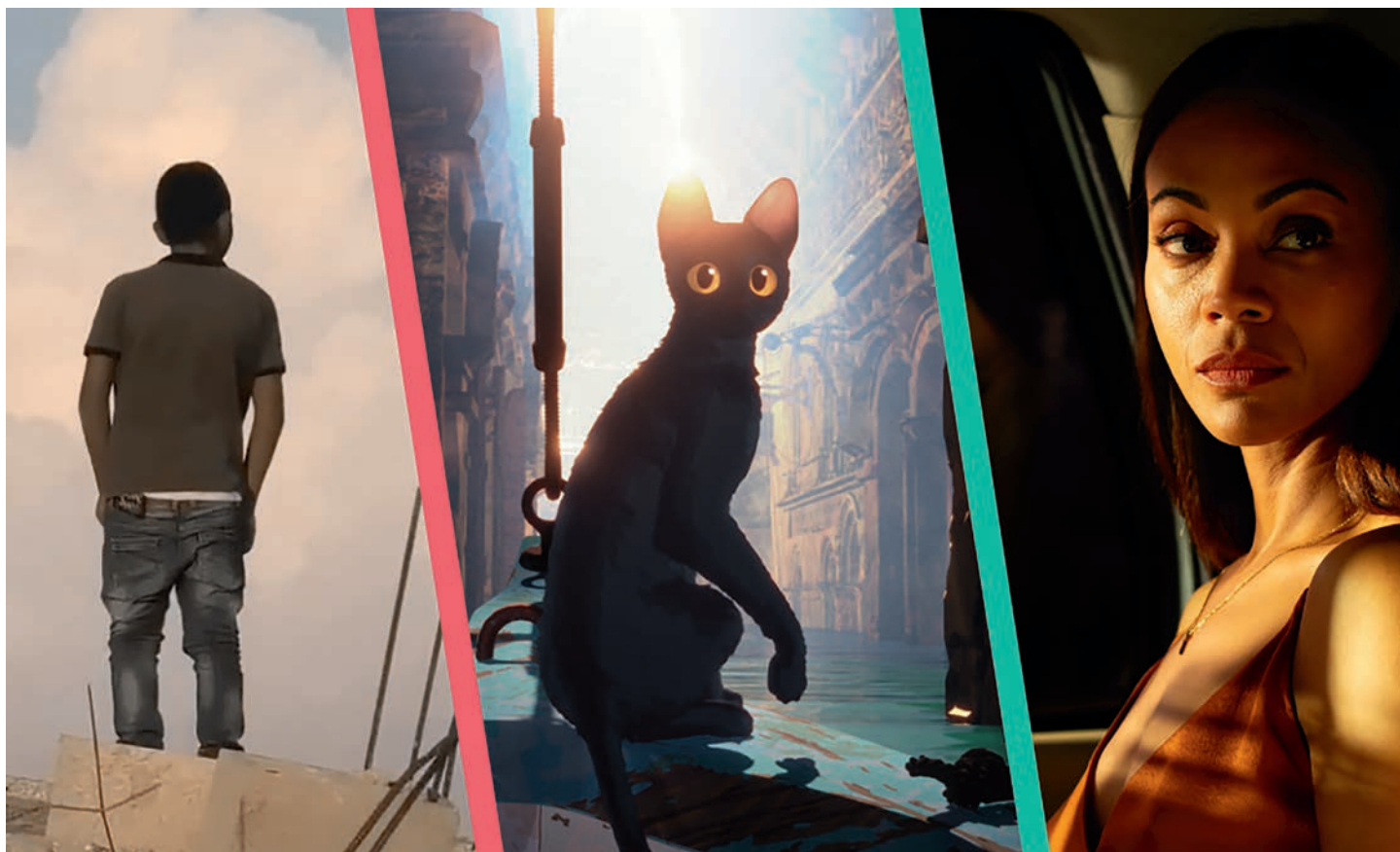
Lista nominowanych do nagrody EUPL 2025:

- Austria: Ljuba Arnautović
- Belgia: Philippe Marczewski
- Bośnia i Hercegowina: Mihaela Šumić
- Gruzja: Tea Topuria
- Grecja: Makis Malafekas
- Hiszpania: David Uclés
- Irlandia: Sheila Armstrong
- Litwa: Kotryna Zylė
- Norwegia: Maria Kjos Fonn
- Rumunia: Bogdan Crețu
- Słowacja: Lukáš Cabala
- Ukraina: Halyna Matveeva
- Włochy: Nicoletta Verna

Zwycięzcę wyłoni siedmioosobowe międzynarodowe jury, a jego werdykt zostanie ogłoszony 16 maja podczas Targów Książki w Pradze. Wszyscy nominowani autorzy będą promowani na europejskiej scenie literackiej, aby dotrzeć do szerszej międzynarodowej publiczności, a także nawiązać kontakt z nowymi czytelnikami.

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. Głównymi celami nagrody są: wzmocnienie obiegu literatury w Europie, zwiększenie transgranicznej sprzedaży książek oraz wzbudzenie zainteresowania zagranicznymi utworami literackimi. Dzięki wyróżnieniu utwory docierają do szerszej, międzynarodowej publiczności.

Więcej informacji: euprizeliterature.eu



Oscarowe filmy dofinansowane w ramach komponentu MEDIA

Tegoroczna 97. edycja rozdania Nagród Amerykańskiej Akademii Filmowej odbyła się 3 marca 2025 roku. Oczywiście światło zwróciło się na Dolby Theatre w Los Angeles, gdzie nagrodzono twórców najbardziej interesujących produkcji z 2024 roku.

Największym zwycięzcą gali okazał się film *Anora* w reżyserii Seana Bakera, który zdobył pięć statuetek, w tym w najważniejszych kategoriach: dla najlepszego filmu, najlepszego reżysera oraz dla najlepszego scenariusza oryginalnego. Trzy Oscary otrzymał film *The Brutalist* w reżyserii Bradego Corbetta za najlepszą muzykę i najlepsze zdjęcia, a Adrien Brody za najlepszego aktora pierwszoplanowego. Warto również wspomnieć o nagrodzie za drugoplanową rolę męską dla Kierana Culkina, który zagrał w filmie *Prawdziwy ból* w reżyserii Jessego Eisenberga. To mały polski akcent, bo zdjęcia do tej produkcji w całości odbywały się w Polsce.

Wśród laureatów nie zabrakło europejskich produkcji, które były dofinansowane w ramach komponentu MEDIA.

Łotewski film animowany *Flow* w reżyserii Gintsa Zilbalodisa był nominowany aż w dwóch kategoriach, ale ostatecznie zdobył nagrodę za najlepszą pełnometrażową animację. Ta niezwykła historia o międzygatunkowej przyjaźni i solidarności zauroczyła członków Akademii i pokonała wielkie amerykańskie produkcje takie jak *W głowie się nie mieści 2* czy

Dziki robot. Warto wspomnieć, że jest to pierwsza statuetka przyznana łotewskiemu filmowi w historii rozdania nagród.

Wielki sukces osiągnął również film *Nie chcemy tej ziemi* (reż. Basel Adra, Yuval Abraham, Rachel Szor, Hamdan Ballal), który otrzymał statuetkę w kategorii najlepszy pełnometrażowy film dokumentalny. To przejmująca opowieść o mieszkańcach miasteczka Masafer Yata, którzy walczą o zachowanie swojej ziemi w obliczu konfliktu między Izraelem a Palestyną.

Oscarowym faworytem zdawał się być francuski film *Emilia Perez* (reż. Jacques Audiard), który nominowany był aż w trzynastu kategoriach, jednak finalnie otrzymał dwie statuetki. Nagrodę dla najlepszej aktorki drugoplanowej odebrała Zoe Saldña. Oscara otrzymała również piosenka z filmu pt. *El mal*, którą aktorka wykonywała wspólnie z Karłą Sofią Gascón.

Wśród filmów nominowanych, które były dofinansowane w komponentie MEDIA, znalazły się także *Dziewczyna z igłą* (reż. Magnus von Horn) oraz *Nasienie świętej figi* (reż. Mohammad Rasoulof) w kategorii najlepszy film międzynarodowy oraz *Ścieżka dźwiękowa zamachu stanu* (reż. Johan Grimmonprez) w kategorii najlepszy film dokumentalny.

Tegoroczne rozdanie Oscarów pokazało, że europejskie kino ma ugruntowaną pozycję na arenie międzynarodowej i zdobywa uznanie publiczności na całym świecie.



Kreatywna Europa na Europejskich Targach Filmowych

Europejskie Targi Filmowe (EFM) przy Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie to jedno z najważniejszych miejsc spotkań międzynarodowej branży filmowej i audiowizualnej. To nie tylko sprawnie działający market, ale również platforma wymiany informacji o innowacjach i zmianach w sektorze. W ciągu siedmiu dni trwania EFM ponad dwanaście tysięcy przedstawicieli przemysłu filmowego – producentów, nabywców, agentów sprzedaży, dystrybutorów – spotyka się, aby nawiązywać kontakty, zawiązywać partnerstwa i rozwijać działania na rynku audiowizualnym. W tym roku Europejskie Targi Filmowe odbyły się w dniach 13–19 lutego.

Program Kreatywna Europa od lat jest związany z Europejskimi Targami Filmowymi w Berlinie i wspiera ich działania w ramach schematów *MEDIA 360* i *Markets&Networking*. Dofinansowywane są między innymi:

- **Berlinale Co-Production Market** – pięciodniowe wydarzenie dla około pięciuset producentów, agentów sprzedaży, dystrybutorów, a także przedstawicieli nadawców oraz funduszy filmowych aktywnych w realizacji międzynarodowych koprodukcji.
- **Berlinale Talents** – program rozwoju talentów, skupiony na tym, jak i po co tworzyć filmy.
- **Shooting Stars** – co roku do udziału w tym flagowym programie European Film Promotion wybieranych jest dziesięcioro obiecujących młodych aktorów.

Obok wsparcia finansowego Komisja Europejska oraz Europejska Agencja Wykonawcza ds. Kultury i Edukacji co roku przygotowują szereg spotkań dla uczestników targów. W tym roku mogli oni uczestniczyć w dyskusji panelowej „Media Consumption Habits of Young People in Europe”,

która odbyła się w sobotę 15 lutego w Centrum Dokumentacji Przesiedleń, Wydaleń, Pojednania.

Komisja Europejska przedstawiła wyniki 2. edycji raportu *European Media Industry Outlook* – europejskiej prognozy dla przemysłu medialnego. Podczas tegorocznego spotkania eksperci wspólnie zastanawiali się nad tym, w jakim stopniu europejskie podmioty, w tym producenci i nadawcy, mogą z tej wiedzy skorzystać. Po jakie strategie biznesowe warto sięgać, aby tworzyć wysokiej jakości seriale i filmy, oraz jak z powodzeniem wprowadzać je na europejski i światowy rynek? W jaki sposób można przyciągnąć inwestycje? Przemówienie otwierające wygłosiła Renate Nikolay, zastępczyni dyrektora generalnego Dyrekcji Generalnej ds. Sieci Komunikacyjnych, Treści i Technologii Komisji Europejskiej. W dyskusji wzięli udział Dirk Beinholt (Animation Europe), Mathias Holtz (Europa Cinemas), Jutta Croll (Company Digital Opportunities Foundation) oraz Oliver Schablitzki (Super RTL). Natomiast we wtorek 18 lutego Europejski Fundusz



EUROPEAN
FILM MARKET
SEE YOU
IN BERLIN!



Inwestycyjny (EFI) przedstawił nowe możliwości finansowania dla branży kreatywnej za pośrednictwem MedialInvest. Wydarzenie zostało zorganizowane przez niemiecki Creative Europe Desk w Domu Europejskim. Dwa panele z udziałem przedstawicieli EFI miały na celu zaprezentowanie możliwości MedialInvest – instrumentu, który zabezpiecza inwestycje i pożyczki dla funduszy inwestycyjnych i banków, które z kolei zapewniają finansowanie europejskim firmom zajmującym się produkcją i dystrybucją filmową i telewizyjną, a także twórcom gier. Jednym z pośredników korzystających z tego wsparcia jest Beta Film. Wśród przykładów pojawił się również Fundusz Logical Content Ventures, który jest kluczowym partnerem finansowym Augenschein Filmproduktion z siedzibą w Kolonii. Fundusz ten strategicznie inwestuje w europejskie filmy artystyczne o dużym potencjale sprzedaży międzynarodowej. Jeden z uczestników panelu – producent Maximilian Leo podkreślił, że współpraca z funduszem zapewnia coś więcej niż tylko wsparcie finansowe – oferuje strategiczny wgląd w pozycjonowanie na rynku i ocenę ryzyka. Osoby zainteresowane MedialInvest mogą uzyskać dostęp do obszernej listy pośredników za pośrednictwem bazy danych InvestEU, w której użytkownicy mogą zastosować filtry dla sektorów kultury i kreatywnych, aby znaleźć odpowiednie opcje finansowania.

Profesjoniści zainteresowani możliwościami finansowania w ramach programu Kreatywna Europa komponentu MEDIA jak co roku zostali zaproszeni do udziału w sesjach informacyjnych organizowanych przez Agencję Wykonawczą. W tym roku sesje odbywały się w EFM Gropius Conference Lounge i były otwarte nie tylko dla akredytowanych gości, ale również dla szerokiej publiczności. Spotkania poświęcono możliwościom oferowanym przez program w ramach schematów adresowanych do producentów audiowizualnych, organizatorów festiwalu filmowych oraz działań w zakresie rozwoju widowni i edukacji filmowej.

Jak zawsze dla uczestników Europejskich Targów Filmowych dostępne było Stoisko MEDIA, znajdujące się na parterze Gropius Bau, gdzie przedstawiciele sieci Creative Europe Desks z całej Europy odpowiadali na wszelkie pytania związane z aplikowaniem w ramach programu Kreatywna Europa i zachęcali do ubiegania się o wsparcie na europejskie projekty.

Europejskie Targi Filmowe odbywały się przy 75. Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie (13–25 lutego 2025). Berlinale to jeden z największych europejskich festiwalu filmowych, oferujący inspirujący program zarówno dla szerokiej publiczności, jak i dla przedstawicieli branży audiowizualnej.

W ramach festiwalowej selekcji zaprezentowano **czternaście tytułów zrealizowanych przy wsparciu komponentu MEDIA** programu Kreatywna Europa na development projektów, koprodukcję czy dystrybucję. Srebrnym Niedźwiedziem – Nagrodą Jury doceniono argentyńsko-hiszpański film drogi *El mensaje* (ang. *The Message*) w reżyserii Ivána Funda.

W konkursie:

- **The Message**, reż. Iván Fund (Argentyna, Hiszpania)

W sekcji Berlinale Special:

- **Ancestral Visions of the Future**, reż. Lemohang Mosese (Niemcy, Francja, Lesotho, Arabia Saudyjska)

W sekcji Perspectives:

- **The Settlement**, reż. Mohamed Rashad (Egipt, Francja, Niemcy, Katar)
- **Little Trouble Girls**, reż. Urška Djukić (Słowenia, Włochy, Chorwacja, Serbia)

W sekcji Panorama:

- **The Ugly Stepsister**, reż. Emilie Blichfeldt (Norwegia, Polska, Szwecja, Dania)
- **Home Sweet Home**, reż. Frelle Petersen (Dania)
- **Other's People Money**, reż. Dustin Loose, Kaspar Munk (Niemcy, Dania, Austria)

W sekcji Forum Special

- **Scars of a Putsch**, reż. Nathalie Borgers (Austria, Belgia)
- **The Kiss of the Grasshopper**, reż. Elmar Imanov (Niemcy, Luksemburg, Włochy)

W sekcji Generation K Plus

- **Only on Earth**, reż. Robin Petré (Dania, Hiszpania)

W sekcji Generation 14 Plus

- **Our Wildest Days**, reż. Vasilis Kekatos (Grecja, Francja)
- **Têtes Brûlées**, reż. Maja Ajmia Yde Zellama (Belgia)
- **Sandbag Dam**, reż. Čejen Černić Čanak (Chorwacja, Litwa, Słowenia)



Zdjęcia na stronach 10-11: fot. Barbara Sinica, mat. CK ZAMEK

Druga edycja Forum bez barier. O kinie dostępnym – relacja z wydarzenia

Druga edycja Forum bez barier, branżowego spotkania poświęconego zagadnieniom dostępności, odbyła się w Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu w dniach 25–27 lutego. Wydarzeniu towarzyszył Festiwal bez barier, prezentujący kino dostępne. W Forum udział wzięło kilkadziesiąt osób z całej Polski – przedstawiciele i przedstawicielki środowiska kinarskiego, animatorki kultury, dystrybutorzy, rzecznicy dostępności kultury. Organizatorem wydarzenia było Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu, które od lat tworzy programy i inicjatywy na rzecz włączania społecznego oraz upowszechniania modelu dostępnej kultury filmowej.

W programie zaplanowano osiem warsztatów, wykład interaktywny, prezentacje na temat dostępności festiwalu i finansowania projektów dostępności, prezentacje badań, a także pięć paneli dyskusyjnych. Do najważniejszych zagadnień należała promocja dostępnych pokazów kinowych. Pierwszego dnia Forum gospodarze wydarzenia – Joanna Stankiewicz i Jakub Walczyk, w trakcie wykładu interaktywnego, podzielili się z uczestnikami zestawem praktycznych rekomendacji, służących skutecznemu promowaniu pokazów, bazujących na doświadczeniach z pracy w CK ZAMEK. Ważne jest zrozumienie charakteru potrzeb i przede wszystkim różnic w potrzebach pomiędzy poszczególnymi grupami widowni. Inny rodzaj treści preferują osoby z niepełnosprawnością wzroku, inni zaś głusi. Co więcej, między tymi grupami zachodzi też wyraźna różnica preferencji w odniesieniu do

godzin pokazów. Swoimi doświadczeniami podzieliły się Anna Herudzińska z Kina Sokolnia w Słupcy oraz Małgorzata Niestrawska z Kina Echo w Jarocinie. Kina zostały zaproszone przez CK ZAMEK do współpracy przy projekcie *Cinema without barriers*, współfinansowanego w ramach inicjatywy *Europa Cinemas – Innovate to Collaborate*. Program ten wspiera projekty, które w swoich założeniach zachęcają do tworzenia nowych metod współpracy w ramach sieci i które mogą mieć wpływ na budowanie zróżnicowanej widowni kina europejskiego: nowe usługi oraz oferty dla widzów, wspólne kampanie marketingowe promujące chodzenie do kina, filmy europejskie skierowane do młodych ludzi oraz projekty służące budowaniu wspólnoty, koncentrujące się na włączeniu społecznym i dostępie. Projekt *Cinema without barriers* stanowi kontynuację Kina bez barier realizowanego od jesieni 2022 roku, którego celem było wykorzystywanie kultury na rzecz włączania społecznego, popularyzowania wartości demokratycznych, docierania do tych, którzy do tej pory z różnych względów nie mogli uczestniczyć w kulturze. Pojawiały się głosy dotyczące pierwszych niepowodzeń oraz podkreślana była potrzeba wymiany dobrych praktyk i porad. Ważne jest również edukowanie widowni pełnosprawnej, uśmierzenie ewentualnych lęków, edukacja w dziedzinie obcowania z osobami z niepełnosprawnością, tak aby pokazy dostępne nie były „wydarzeniami specjalnymi”, lecz po prostu zwykłymi pokazami z mieszaną widownią pełnosprawną i osobami z niepełnosprawnościami. Praktyka pokazuje bowiem, że



„wydarzenia specjalne” mają charakter częstokroć alienujący i wzmacniający bariery. W trakcie paneli moderowanych przez Annę Żurawską (Fundacja Kultury bez Barier) starano się wypracować konkretne postulaty dotyczące dostępności kultury filmowej w Polsce, które następnie zostaną przedstawione Ministerstwu Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Nieodzowną częścią Forum stały się warsztaty. Pod czujnym okiem samorzeczników i samorzeczniczek uczestnicy mogli poznać działania potrzebne, by tworzyć kino dostępne dla osób z różnymi potrzebami. O pokazach dla osób neuro różnorodnych opowiedzieli Anna i Jerzy Janiakowie z Fundacji FIONA, o świecie osób niewidomych i niedowidzących Robert Więckowski z Fundacji Kultury bez Barier, o kulturze osób głuchych Alicja Szurkiewicz z Fundacji Kultury bez Barier, o emocjach i zdrowiu psychicznym Justyna Mańkowska z Fundacji Katarynka, a o dostępnych festiwalach filmowych Barbora Andor Tóthová i Natália Centková z Kino Úsmev.

Ostatniego dnia Forum, 27 lutego, Bartek Lis zaprezentował wyniki badań: *Dostępność kultury filmowej dla osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi i ruchowymi w wybranych krajach Europy Środkowo-Wschodniej*. Badania te realizowane są w ramach projektu CK ZAMEK, współfinansowanego w ramach schematu *Audience Development and Film Education* komponentu MEDIA. Projekt ten obejmuje takie kraje jak: Rumunia, Słowenia, Słowacja i Węgry, gdzie lokalne kina dostosowują seanse dla widzów z niepełnosprawnościami sensorycznymi, np. poprzez instalację pętli indukcyjnych lub urządzeń do audiodeskrypcji. Częścią działań mających wesprzeć tamtejsze organizacje w realizacji idei kina dostępnego są badania społeczne. Uznano, że włączenie perspektywy odbiorców i uczestników jest kluczowe, by jak najlepiej

dostosować przygotowywaną ofertę do ich potrzeb. Raport wykazał, że w kontekście dostępu osób z niepełnosprawnościami do kultury filmowej różnice między Słowacją, Słowenią, Rumunią i Węgrami okazały się minimalne, co pozwoliło na zarysowanie wspólnego krajobrazu barier strukturalnych, komunikacyjnych i finansowych. W Forum wzięły udział przedstawicielki kin z tychże krajów: Éva Demeter z TISZApART Mozi (Węgry), Michaela Kolláriková z Kina Lumière (Słowacja) oraz Ligia Soare z Animest (Rumunia). Ekspertki podkreślały w swoich wystąpieniach, że osoby z niepełnosprawnościami powinny być częścią procesu decyzyjnego. Ich głos jest niezbędny, aby wdrażane rozwiązania faktycznie odpowiadały realnym potrzebom.

W ramach Forum bez barier odbyła się również prezentacja programu Kreatywna Europa oraz innych programów wspierających dostępność w kinie. Przedstawione zostały oferty Narodowego Centrum Kultury i Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

Forum towarzyszyły wydarzenia specjalne – pokaz filmu *Kobieta z...* Małgorzaty Szumowskiej i Michała Englerta z audiodeskrypcją oraz Gala bez barier. Nagroda Forum bez barier za zwiększanie dostępności kultury filmowej dla osób z różnymi potrzebami trafiła do Fundacji Kino Dostępne za Aplikację Kino Dostępne – mobilną aplikację dla osób z niepełnosprawnościami sensorycznymi. Dwie zachęty finansowe dla dystrybutorów, obejmujące pokrycie kosztów audiodeskrypcji i napisów do trzech filmów zagranicznych, zostały wręczone Stowarzyszeniu Nowe Horyzonty za film *Peacock* i Gutek Film za *The Last Showgirl* oraz *Vermiglio*. Jury postanowiło wyróżnić także Fundację Kinematograf i Kino Śnieżka w Rabce-Zdroju za dostępne seanse w Kinie Śnieżka.



Kreatywne debaty

Porozmawiajmy o...

projektach literackich – podsumowanie panelu dyskusyjnego

14 listopada, online



Creative Europe Desk Polska zorganizował debatę na temat projektów literackich, w której wystąpili:



MARCIN SKRABKA – moderator; absolwent Wydziału Prawa UWr oraz studiów w Instytucie Prawa Własności Intelektualnej UJ. Stypendysta MKiDN w zakresie zarządzania kulturą i wspierania rozwoju kadr kultury. Członek stowarzyszenia EURead (Stiftung Lesen). Zarządza Wydawnictwem Uniwersytetu Wrocławskiego. W 2007 roku powołał do życia inicjatywę Good Books (goodbooks.pl) skupiającą edukatorów zajmujących się podnoszeniem kompetencji kadr kultury – wydawców, księgarzy, bibliotekarzy.



MARIA DESKUR – wydawca, ekspert upowszechniania czytania. Absolwentka UJ, Sorbony oraz Université Lumière w Lyonie. Współzałożycielka wydawnictwa Muchomor, współtwórczyni serii „Basia” i „Czytam sobie”, wieloletnia dyrektor zarządzająca Książek Egmontu, współfundatorka i prezeska Fundacji Powszechnego Czytania. Zwyciężczyni konkursu Zwyrtała 2019 na najlepszy pomysł na promocję czytelnictwa za akcję „Książka na receptę. Recepta na sukces”, autorka poradnika upowszechniania czytania „Supermoc książek”.



EWA NICEWICZ – italianistka, literaturoznawczyni, tłumaczka z języka włoskiego i francuskiego. Doktor nauk humanistycznych Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu w Padwie, adiunkt w Instytucie Literaturoznawstwa UKSW. Badaczka włoskiej literatury dla dzieci i młodzieży, wielokrotna stypendystka Włoskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych, członkini kapituły Nagrody Literackiej im. Leopolda Staffa.



MONIKA WRÓBEL-LUTZ – wydawca, malarka, graficzka. Prezeska wydawnictwa Tatarak, inicjatorka projektu #TataTeżCzyta. Wydaje książki dla dzieci. Interesuje się nowatorskim podejściem do ilustracji w książkach dla dzieci. Wydawnictwo Tatarak realizuje projekty z zakresu literatury finansowane w ramach programu Kreatywna Europa.

W przypadku takiego biznesu, jakim jest prowadzenie wydawnictwa i publikowanie przekładów, myślenie projektowe to nieodłączna część codzienności. Każda książka to osobny projekt. Co ważne, jest to taki typ projektu, który nie zawsze ma swój początek i koniec, bo książki potrafią żyć długo lub ożywać w przypadku pojawienia się okoliczności rynkowych, które sprzyjają ich sprzedaży – np. autor zostaje laureatem jakiejś znanej nagrody literackiej. Czasem też pojedyncza książka wchodzi w skład większych projektów np. serii wydawniczych.

Trzeba pamiętać również, że wydawcy stale towarzyszy myślenie o zbilansowaniu publikacji – wszak projekt wydawniczy, realizowany zwłaszcza przez wydawcę prywatnego, nie powinien przynosić strat.

Podczas debaty postanowiliśmy porozmawiać o tym, jak myśleć projektowo i konstruować projekty z obszaru wsparcia obiegu literatury europejskiej. Ważnym aspektem, na który staraliśmy się zwrócić uwagę, było także wykorzystywanie

przez wydawców środków grantowych do eksperymentowania z nowymi formami promocji czy też modelami zdobywania publiczności, zwłaszcza przy wsparciu kluczowych partnerów.

W założeniu projekty wspierające obieg literatury europejskiej muszą polegać na tłumaczeniu, wydaniu, dystrybucji i promocji europejskiej fikcji literackiej, w tym też upowszechnianiu czytelnictwa oraz w dużej mierze promocji zawodu tłumacza.

Teoria zarządzania projektami mówi, że każdy projekt ma swój cel, początek i koniec, budżet, zespół projektowy oraz interesariuszy, czyli osoby, które mają wpływ na projekt lub pozostają pod wpływem projektu. Identyfikacja interesariuszy w każdym projekcie bezsprzecznie wpływa na jego sukces.

Dla każdego projektu literackiego opierającego się na tłumaczeniu należy zidentyfikować kluczowych interesariuszy. Bez wątpienia są nimi wydawca, tłumacz i końcowy klient, który w ostatecznym rozrachunku książkę zakupi.

WYDAWCA

Wydawca jest najczęściej podmiotem komercyjnym, który postanowił:

- dokonać autorskiego wyboru (curated selection) określonych tytułów, obejmujących dane zagadnienie, ważnych z punktu widzenia rozumienia potencjalnej grupy odbiorców,
- zainwestować pieniądze w przekład np. na język polski,
- wypromować swój pomysł i produkt na np. polskim rynku wydawniczym.

Powyższe czynności każdy wydawca podejmuje codziennie w swojej praktyce wydawniczej.

Niemniej ważnym, o ile nie najważniejszym motorem działania wydawcy, jak i każdego przedsiębiorcy (gdy mowa o wydawnictwach komercyjnych), jest zysk.

I tu trzeba podkreślić, że obszar Wsparcia obiegu literatury europejskiej nie służy temu, żeby wygenerować zysk finansowy. Optyka celów tego schematu jest zupełnie inna. Projekty mają z zasady wspierać międzynarodowy obieg i różnorodności europejskich dzieł literackich, dotarcie do nowych odbiorców (zwłaszcza młodych ludzi) europejskiej literatury w Unii Europejskiej i poza nią, a także promowanie zawodu tłumacza, w tym zasady godziwego wynagrodzenia – zgodnie z raportem „Tłumacze na okładce” przygotowanym przez grupę ekspertów z państw członkowskich UE ds. wielojęzyczności i tłumaczeń.

Jak zatem pogodzić podejście wydawcy (lidera projektu) z potrzebami programu Kreatywna Europa? Wydawcy tacy jak np. Wydawnictwo Tatarak, które aplikuje i realizuje kolejne projekty literackie finansowane przez Kreatywną Europę, podpowiadają, że kluczowym elementem jest unikanie sytuacji, w której wydawca, mając na uwadze grant, niejako „na siłę” tworzy listę książek, które pasują do priorytetów programu.

Zdecydowanie lepiej jest, aby – mając swoje plany wydawnicze, a każdy wydawca takowe posiada – poszukać możliwości wpisania ich w priorytety programu. Jak mówi Monika Wróbel-Lutz z wydawnictwa Tatarak: „w naszym przypadku chodziło o książki, których normalnie byśmy być może nie odważyli się komercyjnie wydać, bo są albo niszowe, albo z jakichś bardzo rzadkich języków, trudne w produkcji, wymagające dużych nakładów pracy w tłumaczeniu. Książki przed wydaniem, które z różnych względów wstrzymujemy. Dlatego warto pisać projekty, bo pozwalają one nam wyjść poza strefę bezpieczeństwa, jeśli chodzi o realizację bardziej ambitnych pomysłów i projektów. Przed realizowaniem projektów z Kreatywnej Europy wydawaliśmy około

pięciu–sześciu książek rocznie, a teraz doszliśmy do jedenastu rocznie. Środki z grantów pozwoliły nam nieco szybciej dojść do takiego poziomu, jednocześnie ograniczając ryzyko związane z eksperymentowaniem z różnymi tytułami”.

Żeby dobrze przygotować się do projektu, trzeba poświęcić czas nie tylko na przeczytanie regulaminu naboru, ale także dokumentów programowych.

Dzięki nim możemy uzasadnić taki, a nie inny wybór dzieł, które chcemy przekładać. Najważniejsze jednak jest to, aby dobrze zdiagnozować potrzebę istniejącą w danym kraju i podeprzeć ją dostępnymi danymi. Gdzie znaleźć statystyki dotyczące czytelnictwa? Na przykład w badaniach publikowanych przez Bibliotekę Narodową lub inne podmioty rynku wydawniczego. Dzięki danym możemy pomóc czytającemu i oceniającemu projekt w zrozumieniu potrzeb, na które takowy odpowiada. I nie może to być potrzeba biznesowa. W przypadku projektu, który prowadziło wydawnictwo Tatarak, chodziło o wzmocnienie czytelnictwa na osi ojcowie–dzieci i wybór książek miał służyć właśnie temu celowi.

Proces pisanie samego wniosku zajął kilka miesięcy i odbywał się przy udziale kilku osób. Jak wspominała Monika Wróbel-Lutz – ktoś odpowiadał za wybór książek, ktoś inny za budżet, a ktoś inny czuwał nad tłumaczeniem aplikacji projektowej na język angielski. Wyzwaniem było oszacowanie budżetu i przewidzenie, co się może wydarzyć w trakcie realizacji projektu, jakie będą koszty poszczególnych działań, nie mówiąc już o zabezpieczeniu sobie praw do tytułów, które chcieliśmy wydać – wszak wniosek na nich bazuje. Rzeczywistość jest nieubłagana i na etapie pisanie wniosków mamy najczęściej tylko *gentleman's agreement* z właścicielem praw, co oznacza, że jeżeli dostaniemy grant, to wydamy proponowane tytuły. A czas ucieka i może się zdarzyć, że pojawi się inny wydawca, który będzie miał środki finansowe „od ręki”, a udzielający praw nie będzie chciał czekać.

Wniosek to mnóstwo informacji, które trzeba zebrać i w sposób sensowny poukładać. Zaprosić tłumaczy, sprawdzić, czy chcą i mogą wziąć udział w projekcie. Jeżeli planujemy współpracę z organizacją zewnętrzną, np. z organizacją pozarządową, to też trzeba taką organizację wcześniej o tym poinformować i zapytać, czy jest zainteresowana. Idealnie oczywiście jest zaangażować wszystkie podmioty w trakcie pisanie wniosku, niekoniecznie aktywnie, lecz będąc z nimi w kontakcie, tak aby zrozumieć ich potrzeby, które taki wniosek musi także uwzględniać. Tylko wtedy współpraca będzie udana i satysfakcjonująca dla wszystkich uczestników.

TŁUMACZE NA OKŁADCE

Ewa Nicewicz wskazywała rolę tłumacza na etapie tworzenia całej koncepcji tego projektu. Trzeba bowiem pamiętać, że w centrum tych projektów są tłumacze. KE i UE szcze-

gólny nacisk kładą na honorowanie tłumaczy, odpowiednie ich wynagradzanie, rolę tłumacza w promocji projektu translatorskiego.

Wszyscy, którzy chcą pisać wnioski translatorskie, chcą mieć tłumaczy wokół siebie, bo współpracując z tłumaczem, łatwiej się pisze aplikację. Samo pisanie to oczywiście proces obciążony ryzykiem, ale większość z tłumaczy zdaje sobie sprawę z realiów i chętnie się angażuje w przygotowania.

Dobrze rozmawiać już na etapie pisania wniosku o wynagrodzeniach tłumaczy, ponieważ zwykły przelicznik liczby znaków często nie jest wystarczający. W przypadku literatury dziecięcej czy poezji mamy często do czynienia z bardzo krótkimi tekstami, więc trzeba pamiętać, że trudno się rozliczać w takiej sytuacji metodą arkusową. Trzeba myśleć o tym inaczej. W perspektywie projektu pojawia się jeszcze dodatkowa rola tłumacza jako osoby wspierającej promocję projektu, poszczególnych dzieł, często prowadzącej spotkania autorskie lub warsztaty np. dla dzieci. Dlatego wybór tłumacza jest bardzo ważny, wręcz kluczowy. Nie wszyscy tłumacze, szczególnie jeśli chodzi o literaturę dziecięcą, są gotowi na spotkanie z dwudziestką dzieci, więc warto wybrać takich, którzy są na to otwarci i będą chcieli w ten sposób współpracować. Tłumacz powinien wiedzieć, że w projekcie przewidziano dodatkowe aktywności i że będą one wynagradzane.

Warto też pamiętać o tym, żeby byli to ludzie, którzy są doświadczeni, którzy mogą się pochwalić CV tłumaczeniowym. Chodzi o to, żeby nie okazało się, że będzie to ich pierwszy projekt wydawniczy w ogóle albo pierwsza przygoda z przekładem literatury pięknej.

Z perspektywy tłumacza bardzo ważny jest dokument „Tłumacze na okładce”, do którego wprost odwołuje się regulamin naboru. Wskazuje on, w jaki sposób musimy zapewnić tłumaczom widoczność, np. czy ich nazwiska będą obecne na okładkach, a biogramy w książce i materiałach marketingowych.

Jak wskazuje Ewa Nicewicz: „w przypadku projektów Kreatywnej Europy mieliśmy zagwarantowaną cudowną opiekę wydawcy. Wiedzieliśmy, że nie będziemy się promować tylko we własnym zakresie. Wręcz przeciwnie, że wydawca kładł szczególny nacisk, żeby to z nami się odbywały spotkania. Już na etapie pisania wniosku grantowego czułam się podmiotem i ważną częścią tego projektu. Kontaktowaliśmy się telefonicznie, mailowo, spotykaliśmy się, żeby rozmawiać na temat tekstów, tego, jak będzie wyglądała rola tłumacza w projekcie. Była to bardzo przyjemna, a jednocześnie efektywna praca”.

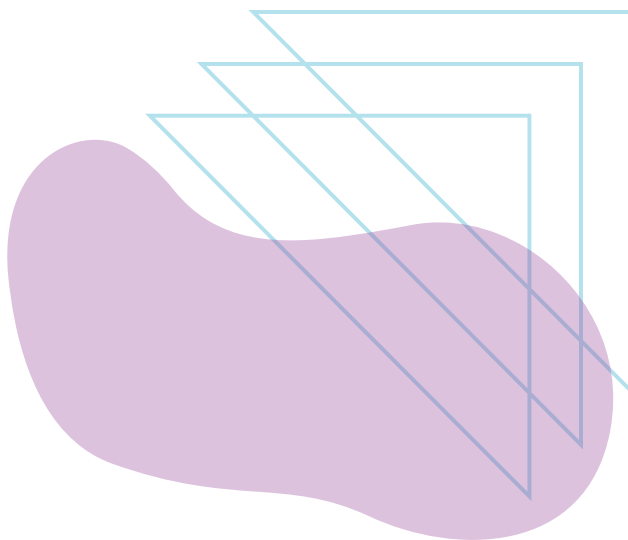
PARTNERZY PROJEKTU

Jak wskazuje wydawnictwo Tatarak: „diagnozując potrzeby poszczególnych grup odbiorców projektu, np. czytając raporty Biblioteki Narodowej, z których wynikało, ile mężczyzn po prostu nie czyta albo czyta mało, jako wydawca zaczęliśmy zdawać sobie sprawę, że będąc małą, trzyosobową organizacją, żeby udźwignąć taki projekt, potrzebujemy wsparcia organizacji pozarządowej oraz instytucji publicznych (bibliotek), które mają pokrewne do nas cele. Tak trafiłyśmy na Fundację Powszechnego Czytania. Pierwszym krokiem był kontakt w celu przedstawienia założeń naszego projektu i próba odpowiedzi na pytanie, czy w ogóle to dla nich byłoby interesujące, czy pokrywałoby się z ich celami i priorytetami. Mając wstępną zgodę i rozpoczynając opracowanie wniosku, mieliśmy już zarys wspólnych działań”.

Jak wspomina Prezes Fundacji, Maria Deskur: „było to zaproszenie partnerskie i od samego początku wiadomo było, że razem będziemy kreować i współtworzyć obecność organizacji w projekcie. To był bardzo ważny element dla wspólnotowego poczucia, że coś robimy razem, i pozwoliło to zachować podmiotowość w projekcie. Fundacja włączyła działania projektowe #TataTeżCzyta do swojego projektu Supermoc książek, co przyniosło dużą wartość dodaną oraz spektakularne zasięgi. I nie chodziło o promowanie konkretnego wydawnictwa, a raczej idei, w którą całkiem przypadkowo projekt wydawnictwa Tatarak znakomicie się wpasował. Organizacje pozarządowe jako partnerzy wnoszą do projektów coś, czego przedsiębiorca nie ma, czyli niekomercyjne postrzeganie potencjalnych partnerów przez otoczenie projektowe. Dzięki partnerstwu z Fundacją można było wystąpić do agencji reklamowych czy też kreatywnych, które bezpłatnie wyprodukowały np. spot reklamowy.

To samo miało miejsce w przypadku osób, które mają zasięgi i mogą realizować influencering społeczny poprzez to, że są znane, szanowane, wielbione – wspierając projekt fundacji, a pośrednio także projekt i książki wydawnictwa”.

Nie należy zapominać o bibliotekach, które również okazały się świetnymi partnerami projektu, już na etapie realizacji. Biblioteki publiczne to potężna sieć, licząca ponad siedem i pół tysiąca instytucji w całej Polsce zajmujących się wspieraniem rozwoju czytelnictwa. Wydawnictwo Tatarak zaprosiło do projektu wiele bibliotek, zwłaszcza wojewódzkich, które pomogły skalować rezultaty projektu i kaskadowo przekazywać je na szczeble powiatów i gmin.



**Kreatywne
debaty**

Porozmawiajmy o...

mobilności w kulturze – podsumowanie panelu dyskusyjnego

3 października, online



Deбата na temat mobilności w kulturze dotyczyła różnych aspektów tego zjawiska w kontekście indywidualnych twórców, kuratorów i praktyków kultury, z uwzględnieniem programów grantowych, takich jak Kreatywna Europa, które wspierają finansowanie mobilności.

W dyskusji wzięły udział: Anna Konik – interdyscyplinarna artystka i wykładowczyni na Uniwersytecie Artystycznym w Poznaniu, Małgorzata Szlendak – przedstawicielka Komisji Europejskiej odpowiedzialna za program *Culture Moves Europe*, oraz Anna Galas-Kosil – kuratorka i menedżerka kultury, obecnie zastępczyni dyrektorki Warszawskiego Obserwatorium Kultury. Rozmowę poprowadziła Ika Sienkiewicz-Nowacka, zastępczyni dyrektorki Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski i założycielka jednego z pierwszych programów rezydencyjnych w Polsce.

Uczestniczki, pracując na co dzień z mobilnością lub korzystając z programów ją wspierających, podzieliły się swoimi doświadczeniami oraz próbowały uchwycić zmiany zachodzące w tym obszarze. Rozmowa dotyczyła mobilności nie tylko jako fizycznego przemieszczania się, ale przede wszystkim jako wymiany idei, doświadczeń i perspektyw. Tak rozumiana mobilność wzbogaca zarówno artystów, stanowiąc kluczowy element ich rozwoju artystycznego i zawodowego, jak i społeczności goszczące twórców.

Prelegentki zachęcały młodych artystów do wytrwałości w poszukiwaniu grantów, stypendiów czy możliwości wyjazdu na rezydencje. Nie zawsze udział w konkursach zwieńczone

jest sukcesem, ale kiedy już się uda znaleźć finansowanie na wyjazd, warto z niego skorzystać. Bazując na swoim wieloletnim doświadczeniu, Anna Konik zachęcała indywidualnych twórców do determinacji w szukaniu grantów na podróż. W jej przypadku udział w rezydencjach artystycznych zaraz po ukończeniu studiów był kluczowy dla rozwoju twórczości, dawał możliwość zdobywania nowych doświadczeń i współpracy z artystami z różnych krajów. Artystka podkreśliła, że kluczowe jest zrozumienie, że mobilność to proces, który wymaga elastyczności i otwartości na dialog. Często pobyty artystyczne wymagają akceptacji różnic kulturowych i wyjścia ze strefy komfortu, co prowadzi do wartościowych doświadczeń i jest istotne dla rozwoju artystycznego. Bywa, że początkowo dostosowanie się do warunków rezydencji nie jest łatwe, a współpraca z instytucjami goszczącymi wymaga od obu stron elastyczności. Często potrzebny jest też czas na zbudowanie wartościowych relacji i zrozumienie lokalnego kontekstu.

Wraz z popularyzacją mobilności w sektorze kultury i rozwojem rezydencji artystycznych również programy takie jak *Culture Moves Europe*, które oferują wsparcie finansowe dla indywidualnych artystów i organizacji goszczących, zmieniają kryteria oceny oraz wymagania wobec grantobiorców. Przejawia się to między innymi w postrzeganiu polityki kulturalnej w Europie. Przestaje ona polegać na jednostronnej dyplomacji kulturalnej na rzecz międzynarodowych stosunków kulturalnych, które uwzględniają wymianę i dialog.

Małgorzata Szlendak podkreśliła, że z perspektywy europejskiej celem takich programów jak *Culture Moves Europe*

jest wsparcie długofalowej współpracy międzynarodowej, wykraczającej również poza Europę. Wspomniany program obejmuje czterdzieści krajów, w tym państwa UE, Bałkany, Armenię, Gruzję, Ukrainę, Tunezję oraz kraje EFTA. Program ten sformułowany został w taki sposób, by był łatwo dostępny i przekładał się na nawiązywanie więzi i rozwijanie wspólnych projektów pomiędzy profesjonalistami oraz organizacjami z obszaru kultury. Niegdyś sukces projektów mierzyło się trwałymi wskaźnikami i najważniejsza była publiczna prezentacja efektów, w dzisiejszych czasach stawia się na sieciowanie i relacje. Użyty przez Johana Pousetta i spopularyzowany w obszarze rezydencji artystycznych po konferencji *e-tooling Residencies* w Centrum Sztuki Współczesnej w Warszawie w 2009 roku termin *Happy Failure*, oznaczający możliwość prowadzenia badań, nie zawsze zwieńczonych sukcesem, jest zrozumiały i akceptowany nie tylko przez organizacje goszczące, ale także grantodawców. Ci ostatni przestali oczekiwać prezentacji wymiernych efektów.

Przekłada się to na procedury aplikacyjne czy rozliczeniowe, które w programach takich jak *Culture Moves Europe* są uproszczone. Kluczowe w procesach ewaluacyjnych staje się zbieranie informacji zwrotnych od uczestników, by ocenić, czy rzeczywiście mobilność przyniosła oczekiwane rezultaty. Często bywa, że efekty mobilności artystycznej są odczuwalne długofalowo – w późniejszych projektach i inicjatywach, które wynikają z wcześniejszych doświadczeń twórców w ramach takich programów.

Spotkanie między artystą a organizacją goszczącą może być początkiem długotrwałej współpracy, wymiany wiedzy i doświadczeń, a nawet inicjowania kolejnych projektów. Ważna jest tu elastyczność i otwartość instytucji na potrzeby artystów, a także na zmieniający się kontekst kulturowy, w którym działają.

Prelegentki zwróciły uwagę na fakt, że mobilność artystów powinna być oceniana nie tylko z indywidualnej perspektywy, lecz także z perspektywy lokalnych społeczności. Współpraca i wymiana między artystami a lokalnymi społecznościami są kluczowe dla budowania wzajemnego zrozumienia oraz łagodzenia napięć geopolitycznych. Obecność zagranicznych twórców wzbogaca lokalną kulturę i sprzyja tworzeniu miękkich relacji, które mogą prowadzić do pozytywnych zmian społecznych.

W rozmowie zwrócono uwagę na problem wykluczenia artystów, szczególnie tych, którzy są uchodźcami i mają trudności z nawiązaniem kontaktu z lokalnymi środowiskami artystycznymi. Osoby znajdujące się w takiej sytuacji potrzebują nie tylko pomocy finansowej, ale też wsparcia w nawiązywaniu relacji i dostępie do informacji. W związku ze skomplikowaną sytuacją geopolityczną, wojną w Ukrainie, w Strefie Gazy, Libanie, coraz częściej w zagranicznych pobytach rezydencyjnych biorą udział twórcy, którzy nie mieli możliwości samodzielnego podjęcia decyzji o opuszczeniu swojego miejsca zamieszkania. Wiele organizacji takich jak m.in. *On The Move*, *ICORN*, *Artists in Risk* czy *Warszawskie Obserwatorium Kultury* pełni rolę platform goszczących, które umożliwiają twórcom doświadczającym przymusowego uchodźstwa

rozwój i interakcję w nowych środowiskach. A dzięki takim programom jak *ICORN* czy *Culture Moves Europe* mogą wspierać artystów będących w szczególnie trudnych sytuacjach, w tym tych, którzy doświadczali przymusowej migracji.

Anna Galas-Kosil zauważyła, że Warszawa staje się coraz bardziej wielokulturowa, co wpływa na codzienne życie, komunikację oraz edukację. Współpraca z artystami z Ukrainy, Białorusi oraz krajów Bliskiego i Dalekiego Wschodu przyczyniła się do wzbogacenia lokalnego środowiska artystycznego. W swojej wypowiedzi przypominała projekty, które miały na celu zrozumienie przeszłych relacji z artystami z krajów takich jak Syria, Maroko czy Egipt, a także o obecnym napływie artystów z Ukrainy, którzy przybywają do Polski z powodu konfliktu zbrojnego.

Rozmówczynie podkreśliły znaczenie stworzenia bezpiecznej przestrzeni dla dialogu, aby migranci mogli dzielić się swoimi doświadczeniami, zwrócić też uwagę na czas, jaki jest potrzebny, by mogły zajść procesy integracyjne. Ten wymiar rezydencji artystycznych odróżnia je od projektów nastawionych na produkcję. Uczestniczki spotkania potwierdziły, że kluczowym elementem odpowiadającym za sukces mobilności, która przyczyni się do budowania relacji między artystami z różnych kultur jest stworzenie bezpiecznej przestrzeni dla spotkań i wymiany pomysłów. Zintensyfikowana w ostatnich latach na gruncie polskim współpraca z artystami z Ukrainy, Białorusi i krajów Bliskiego oraz Dalekiego Wschodu przyczyniła się do wzbogacenia lokalnego (warszawskiego) środowiska artystycznego. Ale bez czasu i zgody na proces nie mogłyby zajść wartościowe interakcje, wymiana doświadczeń oraz wzajemne uczenie się.

Program taki jak *Culture Moves Europe* oferuje specjalne wsparcie finansowe osobom artystycznym, które doświadczają wykluczenia nie tylko ze względu na swoje pochodzenie czy sytuację polityczną, ale również ze względu na niepełnosprawność fizyczną czy umysłową, albo rodzicielstwo. Obecnie coraz więcej ośrodków rezydencyjnych jest otwartych na goszczenie rodzin, pojawiły się też możliwości finansowania wyjazdów z dziećmi, co jest istotne w kontekście rodzicielstwa w środowisku artystycznym.

Od kilku lat tematem skupiającym uwagę grantodawców, jak i organizacji goszczących, jest kwestia pogodzenia wartości ekologicznych, nacisku na zrównoważony rozwój z tendencją do intensyfikowania i skracania podróży w sferze zawodowej. Odpowiedzią na to wyzwanie jest zdaniem uczestniczek panelu „zielona mobilność”, polegająca między innymi na promowaniu podejścia *slow mobility*, które zakłada korzystanie z alternatywnych środków transportu, co wymaga więcej czasu i elastyczności, ale również jest finansowo wspierane, a także większej elastyczności w formach mobilności, która może przybierać również formy wirtualne.

Podczas spotkania dyskutowano także o kwestiach związanych z finansowaniem rezydencji oraz opodatkowaniem grantów. Podkreślono, że są to kwestie skomplikowane, ponieważ często regulowane w odmienny sposób przez poszczególne kraje.

GO

DEVELOP
CREATE
LABORATE
OPERATE
PRODUCE
FUND

#CreativeEuropeDesks

Innovation Lab: case studies & matching 6 February at 10:30 (CET)

Międzynarodowa sesja online *Innovation Lab: case studies & matching*

W lutym odbyła się międzynarodowa sesja online *Innovation Lab: case studies & matching*, organizowana przez sieć Creative Europe Desks z dziewiętnastu krajów, we współpracy z Komisją Europejską i Agencją EACEA. Wydarzenie skierowane było do organizacji zainteresowanych ubieganiem się o dofinansowanie w ramach schematu *Creative Innovation Lab*. W wydarzeniu wzięło udział ponad czterystu przedstawicieli sektora audiowizualnego i kreatywnego z całej Europy. Spotkanie rozpoczęło wystąpienie Arnauda Pasqualiego z Komisji Europejskiej, który omówił zasady schematów międzysektorowych, a następnie Emmanuel Cocq z EACEA przedstawił cele i wymagania schematu *Creative Innovation Lab*. Celem schematu jest wsparcie rozwoju innowacyjnych narzędzi, modeli i rozwiązań w sektorze audiowizualnym i kreatywnym, szczególnie w kontekście transformacji cyfrowej i działań proekologicznych.

Podczas spotkania zaprezentowano cztery projekty, które otrzymały wsparcie w ramach tego obszaru grantowego. Uczestnicy mieli możliwość zadania pytań dotyczących projektów, partnerstw, budowania konsorcjum czy procesu aplikowania. Wszystkie zaprezentowane projekty koncentrowały się na wykorzystaniu innowacyjnych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, w celu zmodernizowania i zrównoważenia procesów w sektorach kreatywnych i audiowizualnych. Łączyło je dążenie do zwiększenia dostępności, widoczności oraz konkurencyjności europejskich treści i artystów, przy jednoczesnym uwzględnieniu transformacji cyfrowej i działań proekologicznych.

Na zakończenie Lone Garde z Creative Europe Desk w Danii przedstawiła narzędzie ułatwiające wyszukiwanie partnerów w projektach. Sesja dostarczyła uczestnikom cennych informacji o dobrych praktykach w sektorze audiowizualnym i kulturowym oraz narzędzi do realizacji innowacyjnych projektów.

Creative Innovation Lab – międzysektorowy schemat realizowany w ramach programu Kreatywna Europa. Obszar ten ma na celu wsparcie projektowania, rozwoju i testowania innowacyjnych narzędzi, modeli i rozwiązań mających zastosowanie w sektorze audiowizualnym oraz innych sektorach kultury i kreatywnych. Działania powinny dotyczyć wspierania konkurencyjności, współpracy, obiegu, widoczności, dostępności, różnorodności i zwiększania liczby odbiorców we wszystkich sektorach. Projekty muszą skupiać się na jednym (lub kilku) z poniższych tematów: visual worlds, innowacyjne narzędzia biznesowe, działania proekologiczne.

Projekty prezentowane podczas sesji online:

VisionaryTales – WEDAVINCI GmbH – Niemcy

VisionaryTales to platforma oparta na generatywnej sztucznej inteligencji, łącząca branżę wydawniczą z sektorem audiowizualnym. Jej celem jest ułatwienie tworzenia zwiastunów filmowych na podstawie książek, zwiększając ich szanse na adaptację i ułatwiając pozyskanie nowych źródeł przychodów dla autorów oraz wydawnictw. Dzięki projektowi firmy produkcyjne będą mogły szybko przeglądać literaturę pod kątem potencjalnych adaptacji, odkrywając mniej znane tytuły. Platforma umożliwia także generowanie różnych wariantów wizualnych – dostosowanych do odmiennych języków, kontekstów kulturowych czy historycznych. W efekcie przyczynia się do większej widoczności europejskich dzieł i ich szerszego rozpowszechniania poza granicami, wzbogacając europejski krajobraz kulturowy. Celem firmy jest umożliwienie różnym środowiskom dotarcia do podmiotów produkujących gry i filmy, a następnie przyspieszenie i ułatwienie procesu pozyskania praw do adaptacji literatury.

GameBook PIC Platform – Gamebook Studio HQ GmbH – Niemcy

Gamebook PIC to platforma internetowa oparta na sztucznej inteligencji, stworzona z myślą o promowaniu własności intelektualnej w sektorach kreatywnych. Wykorzystuje interaktywne treści promocyjne (PIC), aby zwiększyć zasięg i zaangażowanie odbiorców. Platforma skierowana jest do różnych branż – od wydawnictw książkowych i filmowych, przez sektor gier, zabawek i muzeów, aż po nadawców, sztuki performatywne i reklamę. Jej celem jest poszerzenie tradycyjnych grup docelowych poprzez interaktywne kampanie promocyjne, dostępne na wszystkich kluczowych platformach cyfrowych i w wielu językach. Projekt łączy wiedzę z zakresu tworzenia gier i marketingu, aby uczynić proces podejmowania decyzji angażującym i zabawnym. Dzięki temu odbiorcy wchodzi w interakcję z treściami kulturowymi w nowy, bardziej immersyjny sposób. Projekt jest rozwijany międzysektorowo i zapewnił partnerstwo z europejskimi liderami sektora kreatywnego.

Emerge – Stichting Eurosonic Noorderslag – Holandia

Emerge to innowacyjny projekt, którego celem jest ułatwienie odkrywania i wykorzystywania europejskiej muzyki w produkcjach audiowizualnych na całym świecie. Dzięki opracowaniu interfejsu i wyszukiwarki opartej na sztucznej inteligencji, Emerge ma otwierać przed artystami nowe źródła przychodów, zwiększając stabilność ich karier i wzmacniając pozycję europejskiej muzyki na rynku globalnym. Jego główne cele to zrewolucjonizowanie sposobu odkrywania muzyki oraz zwiększenie widoczności i konkurencyjności europejskich produkcji muzycznych, co ma przełożyć się na ich szerszy obieg, dystrybucję i promocję. Projekt ma przynieść bezpośrednie korzyści muzykom, firmom w branży audiowizualnej i wszystkim innym profesjonalistom poszukującym muzyki do wykorzystania w produkcji. Jest on ukierunkowany na bezpośrednich użytkowników (ponad 40 000 profesjonalistów i fanów), partnerów zrzeszonych w stowarzyszeniach, a także międzynarodowe media, prasę specjalistyczną i organizatorów wydarzeń. Narzędzie będzie miało duży wpływ na widoczność europejskiej muzyki wśród szerokiej publiczności i kreatywnych profesjonalistów. Projekt ma pozytywnie wpłynąć na możliwości muzyków, artystów i twórców w zakresie godziwego wynagradzania.

Auvent – TheGreenShot – Belgia

Auvent to projekt, który rozszerza i wymienia praktyki zrównoważonego rozwoju między sektorami produkcji audiowizualnych i organizacji wydarzeń. Inicjatywa ta ma charakter międzysektorowy, ponieważ wydarzenia stanowią kluczową bramę do odbiorców z różnych podsektorów w branży kultury i branży kreatywnej. Rozwiązania obejmują połączenie w czasie rzeczywistym finansów, śladu węglowego i wskaźników ilościowych, wprowadzając nowy paradygmat: „oszczędzaj pieniądze, przechodząc na ekologię”. Platforma cyfrowa zostanie przeszkolona w zakresie analizy danych wydarzeń historycznych, by przetestować użyteczność oraz wpływ na poprawę zrównoważonego rozwoju i konkurencyjności wydarzeń w różnych sektorach. Platforma pozwoli organizatorom wydarzeń i powiązanim interesariuszom na planowanie i mierzenie śladu węglowego. Zaproponuje również bardziej ekologiczne rozwiązania logistyczne, zakupowe i administracyjne, aby poprawić zrównoważony rozwój różnych wydarzeń CCI poprzez niezawodne i zautomatyzowane wskazówki.



Rozmowa z Anną Kalitą z Centrum Kultury w Lublinie o największej w Europie sieci tańca – Aerowaves

Centrum Kultury w Lublinie jest partnerem projektu międzynarodowego Aerowaves. To projekt skupiający się na sektorze tańca, który realizują organizacje z ponad trzydziestu krajów. Proszę przybliżyć jego koncepcję i główne założenia.

Aerowaves to jedna z największych i najbardziej znanych w Europie sieci tańca. Charakteryzuje się wspieraniem i promocją najbardziej obiecujących, nowych prac wschodzących artystów sztuki tańca i performansu.

Sieć partnerów Aerowaves obecnie działa w trzydziestu czterech krajach i tym samym umożliwia młodym twórcom, choreografom prezentowanie zupełnie nowego tańca równie nowej publiczności.

Aerowaves szczyty się swoją wyjątkową rolą łącznika między choreografami, kuratorami i entuzjastami tańca w całej Europie.

Aerowaves rozpoczęło działalność w 1996 roku w The Place w Londynie, jako niewielka grupa przyjaciół, tancerzy i miłośników tańca, zebrana przez Johna Ashforda – ówczesnego dyrektora teatru. Chciał on wykorzystać ich międzynarodową wiedzę, aby pomóc w uporządkowaniu nieprzebranej ilości kaset wideo, które otrzymał od młodych zespołów tanecznych z całej Europy, a następnie zaprezentować dziesięć najbardziej obiecujących, krótkich utworów w The Place Theatre.

Wymiana informacji i czerpanie z opinii międzynarodowych kolegów stało się podstawą tego, jak Aerowaves działa od tamtej pory. Wkrótce eksperci oferowali występy w swoich krajach, niezależnie od tego, czy artyści byli wśród dziesięciu wybranych spektakli wystawianych w Londynie.

Aerowaves obecnie obejmuje partnerstwa w trzydziestu czterech krajach. Sieć łączy profesjonalną wiedzę, osobiste spostrzeżenia i miłość do tańca czterdziestu sześciu członków.

Proszę przybliżyć nam historię partnerstwa. Czy współpracowali Państwo razem wcześniej? Jak powstała idea tak dużego partnerstwa międzynarodowego?

Centrum Kultury w Lublinie oraz Lubelski Teatr Tańca, zanim przystąpiły do partnerstwa, śledziły działania, jakie organizowane były w ramach sieci, ale sami nie podejmowaliśmy inicjatywy, żeby włączyć się w organizację. Dopiero w roku 2013 Edyta Kozak – Dyrektorka Festiwalu Ciało/Umysł zaproponowała nam wejście do sieci, ponieważ ona sama planowała ją opuścić.

W tamtym czasie w Aerowaves było dwóch partnerów z Polski, z czego jeden pełnił funkcję partnera, a drugi funkcję tzw. „presenting partner”, czyli partnera, który ma za zadanie prezentację trzech wybranych spektakli spośród tzw. TOP20, czyli dwudziestu najlepszych spektakli wybranych przez komisję ekspertów. W owym czasie oprócz Festiwalu Ciało/Umysł, drugim polskim podmiotem był Stary Browar Nowy Taniec z Poznania, na czele którego stała Joanna Leśniewska, która po dziś dzień – teraz już jako ekspertka niezależna – współpracuje z Aerowaves.

Pierwsza nasza wizyta miała miejsce w październiku 2013 roku na Cyprze, gdzie miałam możliwość podglądania pracy komisji i całego procesu wyboru najlepszej dwudziestki. Celem wizyty było również zapoznanie się z formalną stroną organizacyjną, ponieważ rok później, w październiku 2014, właśnie w Centrum Kultury w Lublinie zorganizowaliśmy spotkanie ekspertów. Od tego też roku oficjalnie jesteśmy partnerem sieci.



Jakie działania w ramach projektu realizuje Centrum Kultury w Lublinie?

Centrum Kultury w Lublinie i działający w nim Lubelski Teatr Tańca co roku prezentuje trzy spektakle, które znajdują się w wybranej dwudziestce. Prezentacja ma miejsce każdego roku w listopadzie w ramach Międzynarodowych Spotkań Teatrów Tańca. To najlepsza okazja do zaprezentowania niejednokrotnie odmiennego oblicza tańca i ruchu. Spektakle wybierane w sieci mają bardzo specyficzny, niejednokrotnie zaskakujący charakter, ale dzięki swojej oryginalności są bardzo oczekiwane przez lubelską publiczność. Zestawienie w trakcie Festiwalu takich prezentacji ze spektaklami znanych i rozpoznawanych teatrów tańca, jak i z polskimi tancerzami, daje niesamowity obraz i kolaż, jakim posługuje się świat tańca.

Projekt skierowany jest do środowiska tanecznego. Kto jeszcze może skorzystać z działań projektowych? Kto będzie pośrednim i bezpośrednim uczestnikiem działań?

Projekt generalnie skierowany jest do młodych tancerzy, choreografów, twórców tańca. Jednocześnie sieć bardzo pręźnie rozwija swoją działalność na innych polach, które są wsparciem dla środowiska tańca.

Od kilku lat działa program rozwoju młodych krytyków tańca pt. *Springback*, który szkoli młodych ludzi piszących o tańcu. Do programu może zgłosić się każdy, kto zajmuje się pisaniami, recenzowaniem i zna język angielski. Dodatkowo Aerowaves otworzył program o nazwie *Startup Forum*, który ma za zadanie wprowadzenie do sieci nowych „prezenterów”. Do *Startupa* każdy obecny partner może zgłosić nowego przedstawiciela swojego kraju, który będzie gotowy na to, aby wejść do sieci i działać na ogólnie przyjętych warunkach. Aerowaves otwiera się również na inne współpracy poza Europą, chętnie zaprasza do współpracy artystów z Azji czy Kanady.

Od roku 2022 wspiera również artystów z Ukrainy, biorąc udział w programie *Moving Borders*.

Jaki jest harmonogram projektu? Jakie konkretne działania zostały zaplanowane na najbliższy czas?

Aerowaves ma zawsze bardzo ściśle określony harmonogram swoich działań. Aktualnie czekamy na ogłoszenie open calla do zgłaszania spektakli, które zostaną wybrane na rok 2026. Aplikacje składa się zazwyczaj do końca lipca, później zarząd robi wstępną selekcję po to, aby odrzucić zgłoszenia

z błędami formalnymi, natomiast te, które przejdą pierwszą selekcję, są przekazywane ekspertom do dalszej oceny. Co roku w innym kraju w październiku odbywa się spotkanie ekspertów, którzy spośród setek zgłoszeń wybierają TOP20, czyli najbardziej ich zdaniem reprezentatywne i godne wsparcia spektakle, które zostaną zaprezentowane u partnerów w całej Europie.

Z kolei na wiosnę (marzec – kwiecień) organizowany jest Festiwal Spring Forward, w ramach którego wybrane spektakle prezentowane są na żywo. W Festiwalu może wziąć udział każdy, kto wyśle zgłoszenie w określonym terminie oraz pokryje sobie koszty organizacyjne. W tym roku Festiwal odbywa się w dniach 23–26 kwietnia w Novej Goricy (Słowenia) i Gorizii (Włochy) – tegorocznych gospodarzy Europejskiej Stolicy Kultury.

Czy projekt zakłada realizację działań w naszym kraju? Kto będzie mógł wziąć udział w tych działaniach?

Wszyscy artyści – twórcy, którzy spełniają wymogi formalne, czyli są młodymi na rynku twórcami i nie chodzi tutaj o wiek, tylko o dorobek, którzy nie mają na swoim koncie bogatego repertuaru oraz nie byli dwukrotnie w TOP20, mogą aplikować do kolejnej edycji.

A dodatkowo możemy się pochwalić, że Lublin w roku 2029 będzie Europejską Stolicą Kultury i jednym z głównych wydarzeń będzie organizacja Festiwalu Spring Forward. Zatem już dzisiaj zapraszamy na wielkie święto tańca!





Rozmowa z Karoliną Sienkiewicz z So Films o nagrodzonym Oscarem filmie *Flow*

Założyłaś firmę So FILMS w 2023 roku. Nie obawiałaś się, że po pandemii zajmowanie się dystrybucją może być dużym wyzwaniem?

Wychodzę z założenia, że trzeba szukać nowych sposobów komunikacji i dostosować się do nowej rzeczywistości. Świat sprzed pandemii nie wróci, to fakt – dlatego kluczowe jest reagowanie na to, co tu i teraz. Zmieniło się podejście do promocji, zmieniły się kanały komunikacji. Widzowie przyzwyczaili się do szybszej dostępności filmów online, co wynika także z decyzji producentów. To oznacza, że trzeba myśleć inaczej – szybciej, bardziej elastycznie, krótszymi dystansami. Nie postrzegałam tego jako przeszkody, bo wierzę, że jeśli film ma potencjał, zawsze da się go wypromować. Wiedziałam, że chcę wprowadzać na ekrany filmy dojrzałe, dobre, jakościowe, festiwalowe. Takie, które przemawiają do wielu, niezależnie od szerokości geograficznej. Podróżując po różnych festiwalach, widziałam, że są filmy, które poruszają widzów na całym świecie – bez względu na miejsce zamieszkania, wiek czy status ekonomiczny. Po prostu takie, których prawdy są uniwersalne.

Czy to zadecydowało o tym, że wybrałaś *Flow*?

Kiedy jechałam w zeszłym roku na targi filmowe w Cannes, moją uwagę przykuło jedno zdjęcie – kociak. Jeszcze przed premierą poczułam, że to film, który mnie interesuje.

Postanowiłam zaryzykować. Skontaktowałam się z agentem sprzedaży, który odesłał mnie na pokaz filmu. Po seansie, stojąc w drzwiach kina, napisałam emocjonalnego maila i dołączyłam zdjęcie moich kotów, podkreślając, jak silnie ten film do mnie trafia i jak bardzo chcę go dystrybuować. Od słowa do słowa okazało się, że agent zna firmy, z którymi wcześniej współpracowałam, bo sam sprzedawał im filmy. Ostatecznie nie rozeszło się o pieniądze – a często w takich sytuacjach wygrywa ten, kto zapłaci więcej. Tutaj kluczowe było zaufanie, co agent sam podkreślił. I bardzo się cieszę, bo jak widać, kociak urósł do niewyobrażalnych rozmiarów.

To pokazuje, jak istotny jest pierwszy komunikat wizualny, który wysyłamy w świat. To właśnie on ma przyciągnąć uwagę widzów, potencjalnych selekcjonerów festiwalu i zaintrygować jeszcze przed premierą. Promocję trzeba zacząć wcześniej, a agent sprzedaży *Flow* wykonał tu genialny ruch. Pierwszy fotos miał w sobie coś wyjątkowego, ale to film całkowicie mnie pochłonął. Od lat jeżdżę do Cannes i oglądam mnóstwo filmów, a ten trzymał mnie w napięciu od początku do końca. Jest w nim coś magnetycznego. Nie ma tam ani jednego słowa, a mimo to narracja płynie wartko, budowana dźwiękiem, obrazem, ruchem kamery i animacją. Historia jest opowiedziana nie wprost, ale wyraziście. I tu wracam do tego, co zaznaczyłam na samym początku – to kino, które działa na każdego, niezależnie od tego, kim jest i gdzie je ogląda.



Opowiedz proszę o promocji filmu. Wykorzystano w nim ... kilka nieoczywistych rozwiązań.

Pracę nad promocją filmu zaczynam od wypisania kontekstów, które mogą otworzyć drzwi do różnych kanałów komunikacji. Tak było też w przypadku *Flow* – spisałam kluczowe wątki, które można wykorzystać do stworzenia materiałów wizualnych i w ten sposób opowiedzieć potencjalnym widzom o filmie. Przykładowo, we *Flow* widzimy świat natury, ale bez ludzi. Ma miejsce katastrofa ekologiczna – wielka fala, której przyczyna pozostaje nieznana. To pierwszy kontekst. Kolejny to międzygatunkowa solidarność i współpraca mimo różnic. Później zauważyliśmy, że *Flow* momentami przypomina grę komputerową. Skonsultowałam to z doświadczonymi graczami i potwierdzili moje przypuszczenia – dostrzegli podobieństwo do gry *Stray*. Na tej podstawie przygotowaliśmy spot, który koncentruje się wyłącznie na scenach najbardziej przypominających grę, ukazanych z perspektywy kota. Ten zabieg pozwolił nam dotrzeć do osób, które mogłyby nie wybrać się na ten film.

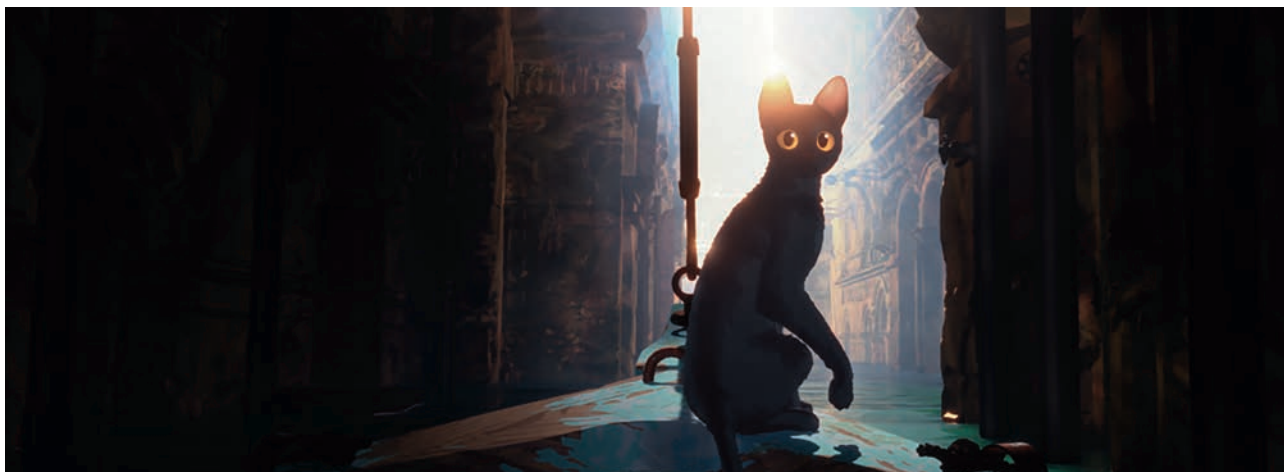
Myśląc o promocji, chcieliśmy stworzyć coś prostego, ale viralowego – marzenie każdej agencji promocyjnej. Tak powstały cztery trzymetrowe dmuchane koty. Znalazłam świetnego producenta dmuchańców, który na co dzień robi zamki dla dzieci. Razem z moją przyjaciółką z kina Żeglarsz wpadłyśmy na pomysł: postawmy jednego kota na plaży. Skoro *Flow* to woda, to czemu nie? Tak też zrobiliśmy – dmuchany kot wylądował na plaży. Przy współpracy z Bałtykami, cudownym kolektywem wideo, nagraliśmy ujęcia dronem. Powstał filmik, który rozszedł się viralowo – dotarł nawet do producentów, którzy przesyłali nam gratulacje.

Drugim pomysłem było stworzenie graffiti łapek na ulicach. Szybko zderzyliśmy się z rzeczywistością – zgody zarządów dróg miejskich, formalności... My mieliśmy tydzień do premiery. Wtedy pojawiło się rozwiązanie: reverse graffiti, czyli odwrotne graffiti. Zamiast malować farbą, używa się szablonu i... czyści powierzchnię. Im brudniejsza, tym lepiej! Akcja okazała się strzałem w dziesiątkę. Na początku wysłałam znajomych, żeby zobaczyli efekt i wrzucili zdjęcia na Instagrama. Szybko zaczęło się o tym robić głośno.

Film otrzymał wsparcie z programu Kreatywna Europa w ramach schematu *Film on the Move*. W ramach projektu dystrybutorzy z osiemnastu europejskich państw mogli współpracować przy wprowadzaniu filmu na krajowe rynki. Mogłabyś opowiedzieć, jak wyglądała realizacja projektu?

Zwrócił się do mnie, jak i do innych dystrybutorów, francuski agent sprzedaży filmu, koordynator projektu. Zorganizowaliśmy kilka spotkań grupowych, na których omawialiśmy pomysły, dzieliliśmy się inspiracjami, a agent zbierał nasze propozycje. To była świetna okazja, by poczuć ducha współdziałania na rzecz filmu, a nie rywalizacji – co było bardzo cenne. Projekt sprzyjał współpracy i poznawaniu się między dystrybutorami z różnych krajów. Po spotkaniach grupowych każdy z nas przygotowywał aplikację dostosowaną do specyfiki swojego rynku, bo każdy kraj ma inną widownię i inne wyniki frekwencyjne. Bardzo zależało mi na tym dofinansowaniu, ponieważ jako mała firma miałam już pewne osiągnięcia, ale wiedziałam, że to wsparcie pozwoli nam na dalszy rozwój i większe inwestycje. I udało się. Najwięcej korzyści wyniosłam jednak z samej współpracy. To była świetna okazja do poznania innych dystrybutorów, do wymiany doświadczeń i pomysłów. Niektóre rynki są bardziej zaawansowane, inne mniejsze – te różnice nie są jednak wadą. Wręcz przeciwnie, możemy się od siebie nawzajem uczyć.

Jako przykład tej międzynarodowej współpracy mogę podać naszą akcję z dmuchanymi kotami. Dystrybutorzy z Rumunii i Litwy skontaktowali się ze mną, chcąc stworzyć podobne instalacje w swoich krajach. Zamiast wypożyczać moje koty, które podróżują po Polsce, postanowiliśmy wyprodukować nowe. Powstały dwa kolejne dmuchane koty, które trafiły do Bukaresztu i Wilna. Każdy z nich został spersonalizowany, więc teraz *Flow* będzie dostępne również po rumuńsku i litewsku. To pokazuje, jak ta współpraca może przenikać granice. To właśnie jest efekt współpracy w ramach programu – wymiana pomysłów, wzajemne inspiracje i budowanie globalnej promocji filmu, która jest spójna, ale dostosowana do lokalnych rynków.



Film otrzymał Oscara w kategorii najlepszy długometrażowy film animowany. Co to oznacza dla Ciebie jako dystrybutorki?

Już w ubiegłym roku, kiedy pojawiły się pierwsze duże plebiscyty, jak nominacje do Europejskich Nagród Filmowych oraz Złotych Globów, zaczęliśmy ostrożnie myśleć, że nominacja do Oscara może się wydarzyć. To miało również wpływ na planowanie daty premiery. Premiery europejskie *Flow* rozpoczynały się od września. Ja zdecydowałam się na styczeń, analizując rynek i wiedząc, że rok wcześniej w analogicznym okresie pojawiały się takie filmy jak *Pies i Robot* oraz *Chłopiec i Czapla*. To były dwie produkcje, w oparciu o które estymowałam zasięg i wyniki. Wiedziałam, że w styczniu będą ogłoszone nominacje. Niestety, z powodu pożarów w Los Angeles, które wpłynęły na dynamikę sezonu nagród, terminy ogłoszenia nominacji przesunęły się codziennie o dzień lub dwa, co znacznie komplikowało sytuację, ponieważ nasza premiera miała odbyć się 24 stycznia, a nominacje miały być ogłoszone 17 stycznia. Chciałam wykorzystać ten tydzień na ostatnią intensyfikację działań promocyjnych, jednak terminy okazały się trudne do przewidzenia. Ostatecznie nominacje ogłoszono dzień przed premierą filmu. Nominacje dały ostatni impuls, ale nasza praca była wieloetapowa, rozpoczęła się wcześniej.

Kiedy Oscary ostatecznie przyznano, mieliśmy już przekroczony próg 100 000 widzów, co traktuję jako absolutną nagrodę za wiarę w film już na samym początku. To był nasz pierwszy międzynarodowy film, który trafił do kin. Dla mojej firmy ta nagroda oznacza, że wybraliśmy dobry kierunek i że możemy na tym rozwijać naszą działalność. Dla filmu Oscar oznacza dodatkowe zamówienia i kontynuację pokazów w kinach, które uzyskały świetne wyniki w styczniu i teraz planują wznowienie. Podsumowując, Oscar jest nagrodą dla wszystkich twórców oraz ludzi pracujących wokół filmu, którzy uwierzyli w niego i wspierali go. Film został sprzedany bardzo wcześniej, a sukces na rynkach nie jest tylko efektem Oscara. Praca zespołowa, chociażby ta w ramach programu Kreatywna Europa, rozpoczęła się znacznie wcześniej i obejmowała przygotowanie materiałów promujących film, które zaczęły pojawiać się bliżej premiery, ale były gotowe już wcześniej.

Czy możesz zdradzić najbliższe plany So FILMS?

Jednym z pytań, które zadawali mi agenci sprzedaży, było: „Jakie macie plany? Ile filmów rocznie zamierzacie

wprowadzać?”. Na co odpowiadałam: „Nie wiem. Jeśli w ciągu roku poczuję, że mam trzy filmy, które chciałabym wypromować na taką skalę jak *Flow*, to zrobię wokół nich skrojoną kampanię, skupiając się na nich, a nie wprowadzając film co miesiąc”. Zaczęłam odczuwać delikatną presję dotyczącą drugiego filmu – tak jak reżyserzy po świetnym debiucie muszą udowodnić, że to nie był tylko łut szczęścia. Dlatego bardzo dokładnie oglądam tytuły i negocjuję kilka, ale bez poczucia presji. Chcę inwestować w kino, które przemawia do wielu, ale niekoniecznie musi to być zupełnie nowy film. Uznałam, że na pierwszy ogień pójdzie coś, co ludzie dobrze znają, ale wciąż kochają, dlatego postanowiłam kupić filmy Davida Lyncha. Nabyłam trzy pełne filmy fabularne: *Twin Peaks*, *Głowę do wycierania* oraz *Zagubioną autostradę*, a także dokument *Missing Pieces*, który opowiada o *Twin Peaks*, oraz dwadzieścia dwa krótkie metraże Lyncha, począwszy od tych najwcześniejszych, a także animacje, które są równie unikalne jak sam reżyser. Te filmy nie zostały jeszcze w pełni wyeksploatowane na polskim rynku, mimo że były w rękach innych dystrybutorów, pojawiały się na DVD, w telewizji, w kinach i internecie. Co roku, kiedy te filmy znów trafiają do kin na specjalnych pokazach, sale są pełne, bo kolejne pokolenia chcą je oglądać na dużym ekranie. To jest właśnie ta magia kina, której pandemia nie zniszczyła. Nabyłam te tytuły, w większości odrestaurowane w 4K, i ruszamy z pokazami. Nie chcę ich wprowadzać do kin jako redystrybucję (re-release), ale zorganizować wokół nich jakieś ciekawe wydarzenia. Na razie stawiamy na klasykę. W przyszłości na pewno wrócimy z nowymi, wartościowymi tytułami.

KAROLINA SIENKIEWICZ – dystrybutorka filmowa, założycielka firmy So FILMS. Od ponad ośmiu lat działa w branży filmowej, przechodząc drogę od wolontariuszki festiwalowej po niezależną przedsiębiorczynię. Pracowała przy promocji filmów dla polskich dystrybutorów, a następnie jako freelancerka realizowała projekty z festiwalami (Script Fiesta, Octopus Film Festival, Short Waves, Spektrum), dystrybutorami i producentami (*Psy 3*). Przełomowym momentem w jej karierze było zaangażowanie w promocję filmu *Skąd dokąd* (*In the Rearview*). W 2023 roku założyła So FILMS, skupiając swoją działalność pod jedną marką. Największym sukcesem firmy jest dystrybucja filmu *Flow* – zdobywcy Oscara w kategorii najlepszy długometrażowy film animowany.



Wywiad z CD PROJEKT RED o *Wiedźminie 4*

W 2023 roku CD PROJEKT RED po raz kolejny uzyskało dofinansowanie w ramach schematu *Video Games and Immersive Content Development* na rozwój projektu *Wiedźmin 4*, będącego kolejną odsłoną osadzoną w otwartym świecie mrocznego fantasy serii *Wiedźmin*. W poprzednich latach, do gier dofinansowanych w komponencie MEDIA dołączył *Wiedźmin 3: Dziki Gon*.

Zespół CD PROJEKT RED ma ogromne doświadczenie w tworzeniu gier z otwartym światem. Czy mogliby Państwo podzielić się, jakich zmian możemy spodziewać się w procesie tworzenia *Wiedźmina 4*, biorąc pod uwagę rozwój technologii?

Wiedźmin 4 powstaje z myślą, by stać się najbardziej ambitną i wciągającą odsłoną serii. Oznacza to, między innymi, że świat gry będzie oferował jeszcze większą głębię doświadczeń niż do tej pory — jeszcze za wcześnie, by rozmawiać o szczegółach, ale nasz zespół ciężko pracuje, by zaoferować graczom coś wyjątkowego. Technologia oczywiście ma na to ogromny wpływ, wraz z jej rozwojem jesteśmy w stanie sięgać po rozwiązania, które wcześniej nie były możliwe — zmiany są nieodłączną częścią tego całego procesu.

Tworzą Państwo zawsze niesamowitą społeczność wokół gry, jeszcze zanim ona ujrzy światło dzienne. Jak podchodzą Państwo do oczekiwań graczy? Czy staracie się uwzględnić ich głos i doświadczenia z poprzednich gier studia?

Cokolwiek robimy, robimy z myślą o graczach, a w swojej pracy na co dzień wykorzystujemy zgromadzone przez lata doświadczenia. Przy *Wiedźminie 4* pracuje spora część osób, które tworzyły poprzednią grę z serii — ich wiedza i umiejętności pomagają nam nadać kształt całej grze. *Wiedźmin 4* to początek nowej sagi, ale czwórka w tytule jest nieprzypadkowa, to kolejna część, którą budujemy na barkach jej poprzedniczek.

Wraz z kolejną częścią gry zmienia się jej główna bohaterka. Bohaterką nowej sagi będzie Ciri wiedźminka. Ciri jest dużo młodsza od Geralta, zatem będzie miała inne spojrzenie na świat. Na ile ta zmiana wpłynie na sposób opowiadania historii i klimat gry? Czy wybory podejmowane przez gracza będą inne, jeżeli mamy inny charakter bohatera?

Ciri i Geralta wiele łączy, dzielą te same wartości, mają podobny kompas moralny, ale przez Geralta często przemawia doświadczenie zebrane przez lata spędzone na szlaku.



Dla Ciri to dopiero początek jej podróży, przed nią wydarzenia, które będą miały charakter formacyjny, od niej zależy, jaką wiedźminką się stanie. Wybór Ciri na główną bohaterkę gry ma gigantyczny wpływ na rozgrywkę, począwszy od tego, jak nasza postać się zachowuje, po miejsca, które gracze zobaczą na ekranie.

Dzięki interaktywności i otwartości na interpretację, gry fabularne stają się nie tylko formą rozrywki, ale również narzędziem do eksploracji wzorców opowiadania historii, które uzupełniają i wzbogacają tradycyjne formy narracyjne. Państwa zdaniem jak ważną częścią procesu powstawania gry jest storytelling i kreowanie świata? Czy w *Wiedźminie 4* będziemy mieli możliwość eksplorowania nowej rzeczywistości?

Tworzymy gry role-playing, w których szeroka rozumiana „fabuła” jest kluczowa. Narracja jest naszym podstawowym narzędziem, a wciągające, poruszające historie, to nasz znak rozpoznawczy. Nie bez powodu, bo wkładamy naprawdę ogrom pracy, by nasze gry przemawiały wprost do serc graczy. Każda gra to splot wielu elementów, co czyni je takim wyzwaniem, naprawdę trudno powiedzieć, który z nich jest ważniejszy od pozostałych.

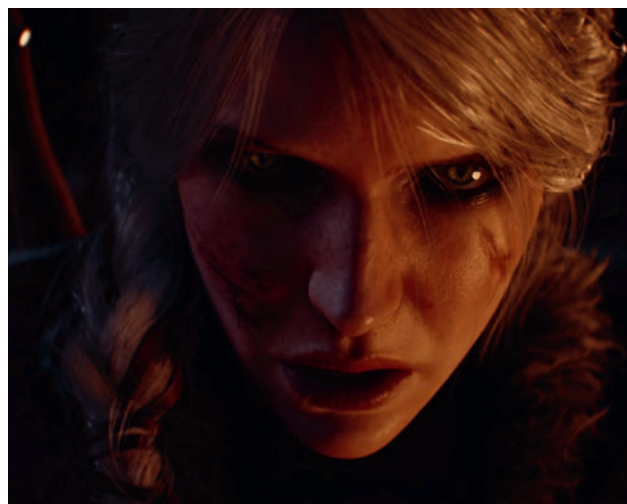
W odniesieniu do wniosku przygotowywanego w ramach programu Kreatywna Europa, czy mogą Państwo zdradzić jakie cele stawialiście sobie w trakcie developmentu gry? Co będzie największym wyzwaniem w realizacji projektu?

Tworzenie gry niesie ze sobą wiele wyzwań, a podstawowym celem, jaki zawsze sobie stawiamy, jest dostarczenie graczom niezapomnianych wrażeń — chcemy, żeby nasze gry przemawiały do nich na różnych poziomach, od rozgrywki

po historię. Mówiąc, krótko, chcemy, żeby nasze gry miały znaczenie, dlatego też tak dbamy o to, by były częścią kultury — polskiej i globalnej — korzystały z jej bogactwa i wносиły do niej coś nowego.

Tak jak zostało wspomniane na wstępie, CD PROJEKT RED dwukrotnie otrzymało dofinansowanie na development gry ze środków Kreatywnej Europy. Jakich rad mogą Państwo udzielić podmiotom planującym i przygotowującym aplikację?

Z naszego doświadczenia najważniejsze jest dobre uzasadnienie, dlaczego wasz projekt pasuje do celów Kreatywnej Europy. Nie chodzi tylko o to, żeby stworzyć ciekawą grę – trzeba pokazać, że ma ona wartość kulturową, artystyczną i potencjał międzynarodowy. W naszym przypadku dużą rolę odegrało to, że nasze gry czerpią z europejskiej kultury i historii, ale jednocześnie trafiają do graczy na całym świecie.



Projekt *Europe Beyond Access* realizowany przez Centrum Kultury ZAMEK



Europe Beyond Access to największa i najbardziej wpływowa międzynarodowa inicjatywa skupiająca się na aktywnym uczestnictwie tancerki i aktorów z niepełnosprawnościami w głównym nurcie tańca i teatru, której działania możliwe są dzięki grantowi z programu Kreatywna Europa.

Pierwsza edycja projektu trwała od 2018 do 2023 roku i skupiała siedem partnerskich instytucji pod egidą British Council. W 2024 roku rozpoczęła się druga edycja, w której uczestniczy dziesięcioro partnerów: Skånes Dansteater (Szwecja), Holland Dance Festival (Holandia), Onassis Stegi (Grecja), Oriente Occidente Dance Festival (Włochy), Kampnagel (Niemcy), CODA Oslo International Dance Festival (Norwegia), Project Arts Centre (Irlandia), Mercat de les Flors (Hiszpania) i Culturgest (Portugalia), Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu (Polska) oraz partner stowarzyszony, British Council (Wielka Brytania). Konsorcjum to pracować będzie przez kolejne cztery lata, aktywnie wspierając tancerki i aktorów z niepełnosprawnościami oraz głuchych w pokonywaniu szklanych sufitów istniejących w obszarze współczesnych sztuk performatywnych.

W ramach *Europe Beyond Access* każda z instytucji partnerskich realizować będzie własny program wydarzeń artystycznych i edukacyjnych, dedykowany lokalnym odbiorczynom oraz artystom z niepełnosprawnościami. Na program teatralny CK ZAMEK w Poznaniu składają się: gościnne spektakle czołowych światowych kolektywów, spotkania z wybitnymi osobami artystycznymi, warsztaty, laboratoria, panele dyskusyjne. Najważniejszą częścią aktywności jest jednak praca i rozwój trzech funkcjonujących w naszej instytucji grup teatralnych: Teatru Pod Fontanną, Teatru Klucz, Teatru Jest Jak Jest oraz tworzone i prezentowane przez nich spektakle.

Oprócz wydarzeń organizowanych przez CK ZAMEK w Poznaniu, w ramach *Europe Beyond Access* zaplanowanych zostało szereg działań transnarodowych, m.in.:

- zlecenie i prezentacja nowych realizacji tanecznych i teatralnych stworzonych przez artystki(-ów) z niepełno-

sprawnościami. Trzem dużym międzynarodowym koprodukcjom towarzyszyć będzie kilkanaście innych nowych dzieł tworzonych lokalnie oraz prezentacje już istniejących spektakli.

- wsparcie dla artystek oraz artystów z niepełnosprawnościami w umiędzynarodowieniu ich innowacyjnych praktyk artystycznych oraz zmniejszenie geograficznej i artystycznej izolacji, której artystki(-ści) z niepełnosprawnościami doświadczają w sposób szczególny. Wiele osób artystycznych z całej Europy weźmie udział w rezydencjach, warsztatach i międzynarodowych laboratoriach artystycznych.
- stworzenie sieci wiodących europejskich organizacji głównego nurtu, które zobowiążą się do prezentowania i zlecania realizacji twórcom(zyni)om obszaru teatru i tańca, zgodnie z najwyższymi standardami praktyk artystycznych. Dziesięcioro głównych partnerów projektu będzie współpracować z licznymi instytucjami kulturalnymi głównego nurtu, w celu prezentacji i wymiany najlepszych praktyk.
- opracowywanie stosownych narzędzi i popularyzacja zagadnienia na szerszym rynku sztuk performatywnych, w głębokim przekonaniu, że europejski sektor kultury musi jak najszybciej zmniejszyć bariery, z którymi stykają się artystki(-ści) z niepełnosprawnościami.

Anna Hryniewiecka, dyrektorka Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu:

Centrum Kultury ZAMEK, instytucja realizująca od kilku lat program performatywny oparty na twórczości artystek(-ów) z niepełnosprawnościami, z ogromnym entuzjazmem dołącza do programu, który udowodnił, że niektóre z najbardziej ekscytujących i innowacyjnych dzieł tanecznych w Europie są tworzone właśnie przez artystki(-ów) z niepełnosprawnościami. Z niecierpliwością czekamy na możliwość budowania relacji z artyst(k)ami w Polsce i wspierania ich w rozwijaniu ich praktyk artystycznych oraz, oczywiście, w tworzeniu fascynujących, prowokujących i pięknych realizacji tanecznych.

Źródło: ckzamek.pl/podstrony/11376-europe-beyond-access-eba/



Zdjęcia na stronach 28-29: fot. Piotr Kruszek, mat. Młode Horyzonty Lab

Kolejna edycja Młode Horyzonty Lab za nami!

W lutym zakończyła się kolejna edycja warsztatów Młode Horyzonty Lab. To program skoncentrowany na rozwijaniu scenariuszy filmów i seriali aktorskich oraz animowanych skierowanych do młodych widzów, który realizowany jest od 2014 roku. *Tarapaty i Tarapaty 2*, a także *Detektyw Bruno*, *Oskar*, *Patka i Złoto Bałtyku* oraz *Dziadku, więcej!* to tylko kilka filmów, których scenariusze są efektem udziału w warsztatach.

W edycji 2024/2025 wzięło udział czworo twórców: Paweł Ferdek z projektem *Araaki. Pierwszy pies*, Natalia Łodygowska z projektem *Tajemniczy Plusk*, Julita Olszewska z projektem *Patchworkowe wakacje* oraz Natalia Ossowska z projektem *Niezwykli Młodzi Detektywi i zagadkowa sprawa zranionego stołu*.

Uczestnicy w trzech stacjonarnych sesjach warsztatowych rozwijali swoje projekty pod kątem struktury, rozwoju postaci, dramaturgii. Mieli niepowtarzalną okazję pracy ze światowej

klasy tutorami: współscenarzystą m.in. *Pocahontas*, który pracował z Disneyem i DreamWorks – Philipem LaZebnikiem oraz producentem i scenarzystą Ronaldem Kruschakiem. Twórcy korzystali też z konsultacji scenariuszowych, które prowadziła Aleksandra Aleksander. Całość zakończyła się pitchingiem, podczas którego uczestnicy mogli zaprezentować siebie i swój projekt, wykorzystując umiejętności zdobyte dzięki scenarzystce i trenerce Agacie Darlasi.

Warsztaty organizowane były przez Młode Horyzonty, należące do Stowarzyszenia Nowe Horyzonty we współpracy z Creative Europe Desk Polska. Partnerami wydarzenia byli Mazowiecki Instytut Kultury i Mazovia Warsaw Film Commission. Projekt został Natomiast Polski Instytut Sztuki Filmowej współfinansował projekt. Polski Instytut Sztuki Filmowej.

Następna edycja rozpocznie się w maju 2025 roku.

Twórcy i ich projekty:

Araaki. Pierwszy pies

Alik to jedenastoletnia dziewczynka żyjąca piętnaście tysięcy lat temu. Alik posiada supermoce – ma połączenie z naturą. Prowadzi ciężkie życie w swoim plemieniu. Wódz Grind utrzymuje surową władzę, podsycając strach przed wilkami. Pewnego dnia Alik znajduje w lesie ranne wilcze szczenię. Zabiera je w sekrecie do siebie, by uratować mu życie. Tajemnica wychodzi na jaw. Alik czeka nie tylko walka o swoją przyszłość w osadzie, ale i pełna przygód droga do przyjaźni z pierwszym wilkiem, jaki zamieszkał z ludźmi. *Araaki* to poruszające, przygodowe kino rodzinne dla małych i dużych.

Paweł Ferdek:

Na zakończenie warsztatów miałem dopracowany treatment. Dzięki intensywnej pracy projekt przeszedł wiele zmian dramatycznych, ale jego sedno – emocja i główne przesłanie – pozostały niezmiennie od początku.

Warsztaty obejmowały trzy intensywne sesje stacjonarne w Warszawie oraz dwa spotkania online. Każdy projekt był omawiany najpierw na forum grupy oraz przez konsultantkę scenariuszową Aleksandrę Aleksander, a na końcu dyskutowany z tutorami – Philipem i Ronaldem. Były to doskonałe rozmowy, otwierające szeroko oczy. Doświadczenie, precyzja, życzliwość tutorów pozwoliły mi napiąć struny dramatyczne i uformować opowieść z użyciem sprawdzonych narzędzi hollywoodzkich.

*Po pitchingu rozpocząłem rozmowy z producentem z międzynarodowej grupy. To szczególnie ważne, ponieważ tutorzy podkreślali, że *Araaki* ma uniwersalny charakter i silny potencjał międzynarodowy.*



Tajemniczy Plusk

Dwunastoletnia Kaja uwielbia historie o potworach. Właśnie spędza wakacje u dziadków w małej wsi nad morzem. Kiedy Babcia Kai w niewyjaśnionych okolicznościach trafia do szpitala, a lekarze nie wiedzą, co jej jest, Kaja nie ma wątpliwości – babcia została zaczarowana przez złą syrenę Ritę. Nikt jej nie wierzy, więc dziewczynka rozpoczyna własne śledztwo. Wszystko wskazuje na to, że Kaja będzie potrzebować pomocy Zoi – nastoletniej, zielonowłosej syrenki. Kiedy kolejne osoby w miasteczku trafiają do szpitala zaczarowane, sprawa zaczyna być poważna. Kaja będzie musiała znaleźć magiczną lirę ukrytą w podwodnym Bursztynowym Pałacu, żeby uratować ludzi z miasteczka oraz stworzenia z Morza Bałtyckiego.

Natalia Łodygowska:

Warsztaty Młode Horyzonty Lab to nie tylko mentoring. To trafna diagnoza oraz pytania, które pomagają przejść przez kolejne etapy pisania. W moim przypadku lab dał nie tylko feedback, ale też bezpieczeństwo. Philip pokazał mi, jak puścić wodze fantazji i zapanować nad twórczym procesem. To dzięki niemu mój pełnometrażowy film fabularny rozwinął się do high konceptu serialu, z mocnym pilotażowym odcinkiem. Czuję, że rozwinęłam skrzydła i mogę za to podziękować ludziom tworzącym warsztaty.

Patchworkowe wakacje

Dwunastoletnia Róża, dziesięcioletnia Kalina i ośmioletnia Wierka mają jedną mamę, Marię, ale aż trzech ojców, którzy najchętniej unikaliby swojego towarzystwa. Gdy Maria, zmęczona codziennym życiem w trybie awaryjnym, wyjeżdża na targi literatury do Bolonii, dziewczynki sprytnie wymuszają na ojcach wspólny wyjazd w Tatry. Co może pójść nie tak? Oczywiście wszystko. *Patchworkowe wakacje* to pełna ciepła i humoru opowieść o tym, że idealne rodziny nie istnieją – istnieją za to wspomnienia, które zostają na całe życie.

Julita Olszewska:

Dostałam dużo konkretnych pytań, które zmusiły mnie do pogłębienia projektu. Dodatkowe perspektywy. Fajnie było zobaczyć, jak inni odbierają moją historię i co w niej działa, a co nie. No i grupa – zaczęliśmy się dobrze integrować, aż szkoda, że to już koniec. Wsparcie prowadzących – jak masz „typa”, co zrobił tyle filmowo dobrego na świecie i powtarza „masz materiał na hit”, to zagrzewa to do dalszej pracy. Długie godziny, dużo kombinowania i przepisywania, ale warto było. Każdy feedback powodował, że projekt robił się coraz lepszy, dostawał kolejnego wymiaru, a pitching na koniec to była świetna próba generalna. Nie było łatwo, ale dużo wyciągnęłam.

Niezwykli Młodzi Detektywi i zagadkowa sprawa zranionego stołu

Grupa dwunastoletnich detektywów, Maja, Jagoda i Karol, zostaje wynajęta przez czternastoletniego Franciszka do rozszyfrowania listu od jego zmarłej babci. Okazuje się, że to tylko pierwsza ze wskazówek, prowadzących do zaginionego obrazu Fridy Kahlo, a ich prawdziwą misją jest jego odnalezienie. Goni ich nie tylko czas: ich śladem podąża tajemnicza prywatna detektyw, a handlarz skradzionymi dziełami sztuki również jest na tropie obrazu. Żeby odnaleźć obraz, zanim trafi w niepowołane ręce, dzieciaki muszą zmierzyć się z przeznaczeniem, uciekać podziemnymi korytarzami, rozwiązać zagadkę opuszczonego obserwatorium i nauczyć się, że żaden skarb nie jest wart tyle, co przyjaźń.

Natalia Ossowska:

Od zgłoszenia do pierwszej wersji scenariusza mój pomysł przeszedł szereg zmian: zgłaszałam się z projektem serialu, wysłałam z filmem fabularnym. Podczas pracy nad tekstem starałam się łączyć sugestie od osób współuczestniczących z uwagami od tutorów, ale jednocześnie nie stracić w tym mojej wizji. Niezależnie od tego, czy scenariusz, który napisałam w czasie warsztatów, zamieni się w film, myślę, że udało mi się maksymalnie wykorzystać ten czas i na wiedzy wyniesionej z warsztatów już korzystają inne projekty, nad którymi pracuję.



Porozmawiajmy o szkoleniach

„Porozmawiajmy o szkoleniach” to cykl poświęcony inicjatywom szkoleniowym dofinansowanym w kompetencji MEDIA. W każdym numerze magazynu polscy uczestnicy europejskich warsztatów odpowiadają na szereg pytań, dzieląc się doświadczeniem i wrażeniami. W tym odcinku rozmawiamy z Krystyną Kantor, uczestniczką programu EAVE Producers Workshop (edycja 2024).



EAVE Producers Workshop zostały stworzone z myślą o producentach, posiadających doświadczenie w pracy w przemyśle filmowym i telewizyjnym, którzy chcą rozwijać działalność w skali europejskiej.

Do tego programu szkoleniowego co roku zapraszanych jest około pięćdziesięcioro wyselekcjonowanych producentów z całego świata, którzy w trakcie trzech intensywnych tygodniowych sesji, odbywających się w trzech różnych europejskich miastach, pracują nad doskonaleniem swojego zawodowego warsztatu.



Czym się Pani zajmuje? Jakie jest Pani doświadczenie zawodowe?

Jestem producentką w Shipsboy i pracuję w tej firmie już od ośmiu lat. Zaczynałam jako asystentka i junior producentka, a teraz prowadzę swoje projekty. W firmie zajmuję się też codziennym zarządzaniem i stroną finansową projektów oraz koprodukcjami międzynarodowymi. Firma jest na rynku od 2013 roku i wtedy zajmowałam się głównie dokumentami. Właściwie kiedy ja dołączyłam do zespołu, przestawiliśmy dźwignię w kierunku produkcji fabularnych, zarówno polskich, jak i koprodukcji międzynarodowych. Mamy na swoim koncie takie produkcje jak *Hiacynt*, który jest dostępny na Netflix, czy film familijny *Detektyw Bruno*, a przed chwilą do kin wszedł *Oskar*, *Patka* i *Złoto Bałtyku*. Jeśli chodzi o zagraniczne koprodukcje, to np. w zeszłym roku realizowałyśmy film *Red Path*, który był pokazywany w Locarno i zdobył nagrodę dla najlepszego filmu na Red Sea International Film Festival. A obecnie pracujemy nad belgijsko-brytyjsko-grecko-polską produkcją *Dust* wg scenariusza Angelo Tijssensa w reżyserii Anke Blondé.

Dlaczego zdecydowała się Pani uczestniczyć w programie EAVE Producers workshop? Co Panią skłoniło do udziału?

Bardzo wierzę w to, że trzeba się ciągle rozwijać i edukować. Wcześniej brałam udział w nieistniejących już dziś Maia Workshops, potem byłam na Midpoint z projektem. Naturalną drogą dla producenta, który myśli o sobie w kontekście międzynarodowym, jest uczestnictwo w EAVE. Rozmawiałam z wieloma producentami, którzy brali udział w tych warsztatach i byli zachwyceni, więc chciałam tego doświadczyć i przez to przejść. Składałam aplikację dwukrotnie i dostałam się za drugim razem.

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

Na warsztaty poszłam bez projektu, byłam tzw. uczestnikiem skupionym na rozwoju kariery. To był świadomy wybór, bo takich inicjatyw, które są skupione na rozwoju projektu, jest bardzo dużo, a takich, w których producent jest sam swoim własnym projektem, jest niewiele. Na tym etapie mojej kariery zawodowej czułam, że jest mi to potrzebne. Starałam się nie mieć żadnych oczekiwań. EAVE jest owiane legendą wśród producentów. Chciałam być otwarta na wszystko, co warsztat może przynieść, no i wynieść z niego tak dużo, jak tylko się da. Ważne dla mnie było osadzenie się jako producent, upodmiotowienie się jako producent.

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?

Są to trzy sesje warsztatowe, z których każda trwa tydzień. Spotkania podzielone są na pracę w grupach, spotkania indywidualne, sesje plenarne, wykłady i ćwiczenia. Producentów było w sumie pięćdziesięcioro sześciu, a podzieleni byliśmy na cztery grupy. Jeśli ktoś przyjeżdża z projektem, to jeśli chce, może na jedną lub dwie sesje przyjechać ze swoimi scenarzystami lub reżyserem. Każdy zespół ma lidera, który prowadzi go przez cały rok, jest takim aniołem stróżem. U mnie w grupie to była Didar Domehri. Do tej pory zastanawiam się, jak to jest możliwe, że EAVE ma takie niesamowite umiejętności dobierania ludzi. Moja grupa była świetnie dopasowana. Sposób pracy w grupach ustalany jest przez lidera i zależy w dużej mierze od dynamiki w grupie. W mojej grupie było czternaścioro osób – siedmioro z projektami i siedmioro bez projektów. Pierwszy warsztat poświęcony był procesowi developmentu, drugi produkcji, a trzeci skupiony na marketingu. Na pewnym etapie możemy wybrać dodatkowe zajęcia, które nas interesują. Są to np. zajęcia z AI, z tzw. przywództwa czy zarządzania budżetem firmy. Można sobie tym żonglować w zależności od swoich potrzeb.

Czy udało się Pani nawiązać nowe kontakty podczas warsztatów?

Kontakty podzieliłabym na dwa poziomy. Z jednej strony są to wykładowcy, którzy są profesjonalistami z branży i wszyscy goście, którzy tam przyjeżdżają, czyli grupa międzynarodowych ekspertów. Są agenci sprzedaży, producenci, przedstawiciele festiwali, funduszy. Mieliśmy możliwość rozmowy z nimi sam na sam, poznanie ich. To bardzo luksusowe warunki, których nie ma na festiwalach, gdzie każdy spieszy się i ma mnóstwo spotkań. Z niektórymi ekspertami mam cały czas kontakt, rozmawiamy o swoich projektach. Ale tak naprawdę to, co jest najważniejsze, to sieć kontaktów, która buduje się podczas całych warsztatów pomiędzy uczestnikami. Poczucie wspólnoty, bycia w tym wszystkim razem. To, że jesteśmy dla siebie grupą wsparcia. Może to dziwnie i terapeutycznie zabrzmieć, ale tak jest, że EAVE to taka zbiorowa terapia dla producentów. Do tej pory mam kontakt z ludźmi z naszej grupy i omawiamy nasze bieżące sprawy i problemy. Z jednym kolegą z grupy rozmawiamy o rozpoczęciu współpracy. To są ludzie, którzy mają te same wartości, styl pracy. To są ludzie, którym ufam, właśnie przez to, że tak bardzo się przed sobą otwieraliśmy. Niektórzy nawet płakali na sesjach. O tym jest ten biznes, o relacjach i zaufaniu.

Co najbardziej podobało się Pani w warsztatach?

Na takim bardzo przyziemnym poziomie to moje życie odmieniła Sophie Erbs, która pokazała mi plik do zarządzania budżetem cashflow, a tak poważnie to jestem najbardziej wdzięczna za bezpieczną przestrzeń, za zbudowanie silnej grupy. Wiedza jest ważna i dużo konkretnych informacji zdobyłam, ale ważne są też rzeczy miękkie. To upodmiotowienie jako producenta – pokazanie mi, że ja wiem, co robię, że jestem na dobrej drodze, że mogę się mylić i to nadal jest w porządku. Mam grupę ludzi, która mnie wesprze, jak będę potrzebowała, a to jest bezcenne. Zawód producenta jest dość samotnym zawodem. Nie ważne, jak bardzo wyrozumiali i wspierający będziemy, jak świetną atmosferę czy bezpieczne środowisko pracy stworzymy, na koniec to producent dostaje po głowie. To jest element tego zawodu. Odpowiedzialność globalna za projekt jest często tak duża, że mało osób potrafi to zrozumieć, a ludzie z EAVE potrafią.

Komu poleciłaby Pani ten program?

Jest on dla wszystkich producentów, którzy chcą się rozwijać i przede wszystkim chcą pracować międzynarodowo. Nie ma jednego limitu wiekowego, żeby wziąć udział. U mnie w grupie najmłodszy uczestnik miał dwadzieścia siedem lat, a najstarszy czterdzieści dziewięć, wszyscy mieliśmy podobne problemy, byliśmy świetnie dobrani.

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

Wiadomo, że były takie rzeczy, co do których sugerowaliśmy zmiany, albo mieliśmy negatywne opinie dot. konkretnych wykładów, są to jednak jednostkowe przypadki. Oceniam całość 10/10.



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