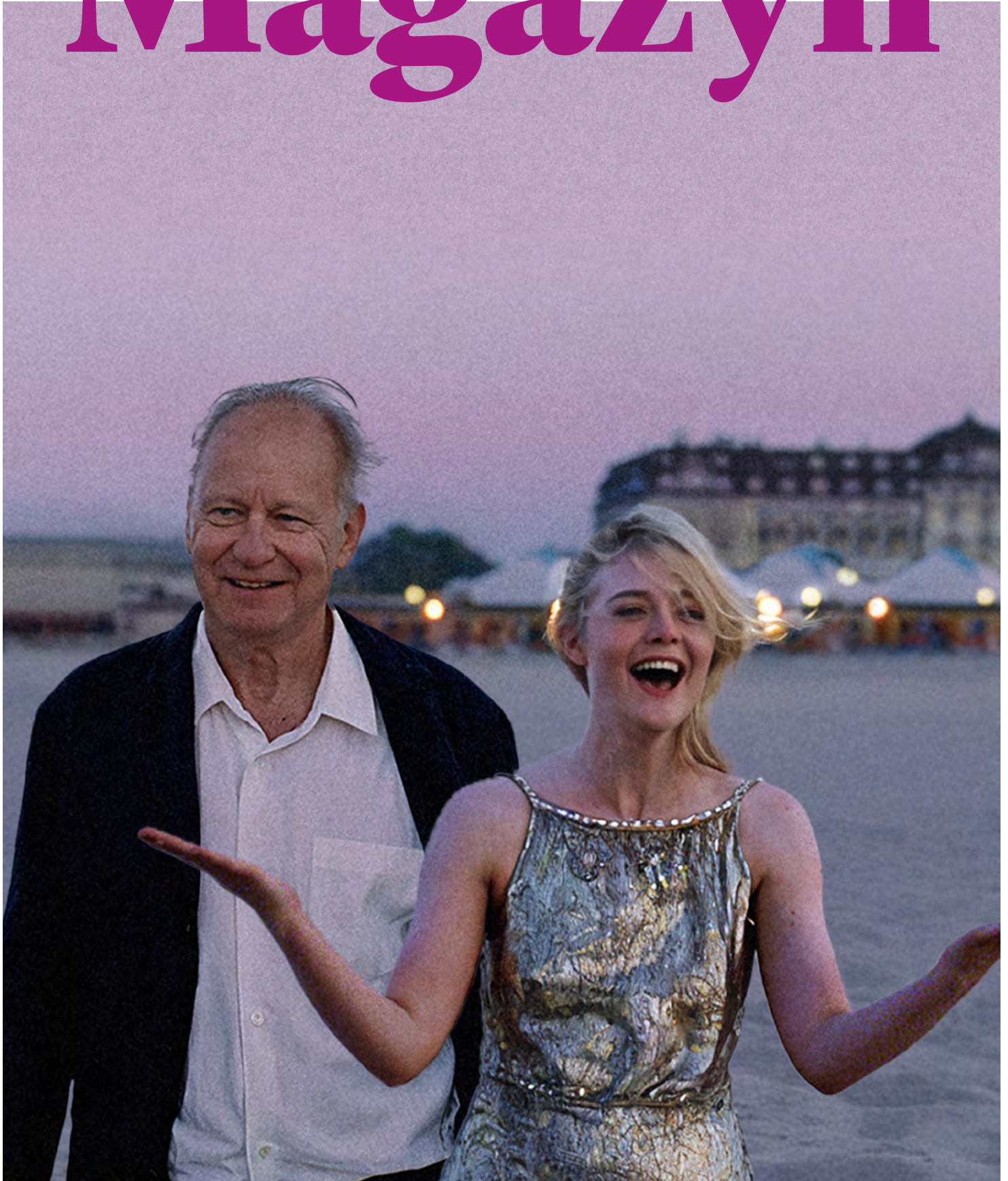


CREATIVE EUROPE DESK POLSKA

CZERWIEC 2026

Magazyn



CREATIVE EUROPE DESK POLSKA

Magazyn

CZERWIEC 2026
PÓŁROCZNIK

Drogie Czytelniczki, Drodzy Czytelnicy,

Oddajemy w Wasze ręce nowy numer magazynu Creative Europe Desk Polska – w odświeżonej szacie graficznej i nowej formule, która lepiej odpowiada rytmowi naszej pracy. Od teraz publikacja ukazuje się jako półrocznik, podsumowujący najważniejsze działania, inicjatywy i wydarzenia, jakie współtworzymy.

Chcemy oddać przestrzeń projektom, które rozwijają europejską kulturę i sektor audiowizualny, a przede wszystkim realizującym je ludziom. Dlatego w centrum znajdują się beneficjenci programu. To ich doświadczenia, historie współpracy międzynarodowej i konkretne efekty projektów najlepiej pokazują, jak idee przekładają się na działania. Zależy nam, by ich głosy inspirowały i zachęcały do sięgania po możliwości, jakie oferuje program.

Nowa odsłona magazynu to także zebranie naszej aktywności w ostatnich miesiącach – od wydarzeń informacyjnych i szkoleń, przez inicjatywy sieciujące, po rozmowy o najważniejszych wyzwaniach i kierunkach rozwoju sektora kultury i audiowizualnego.

Mamy nadzieję, że nowa forma będzie dla Was czytelna, inspirująca i pomocna. Zapraszamy do lektury!

Zespół Creative Europe Desk Polska

Creative Europe Desk Polska
Al. Ujazdowskie 41
00-540 Warszawa

+48 22 44 76 180

info@kreatywna-europa.eu

 kreatywna-europa.eu

 Creative Europe Desk Polska

 Program Kreatywna Europa

Zespół redakcyjny: Creative Europe Desk Polska

Projekt graficzny, skład: Joanna Górka / Homework

Redakcja tekstów: Iga Kruk-Żurawska

Okładka *Sentimental Value*, reż. Joachim Trier,
materiały dystrybutora M2 Films

Spis treści

Kultura

4
Komponent Kultura
kalendarium wydarzeń

6
Kultura w trosce
o zdrowie psychiczne

7
AI Act w kulturze i sztuce

9
Nowe obiekty na liście
Znaku Dziedzictwa
Europejskiego

10
Universal Art Design:
Transformacja relacji
i nowy język sztuki

12
Rozmowa z Fundacją
Soundscape

14
O kampanii
#ReadForReal:
czytanie jako wspólne
doświadczenie

16
Europejskie nagrody
w dziedzinie kultury
2026

MEDIA

18
Komponent MEDIA
kalendarium wydarzeń

21
Stories in Motion –
trzydzieści pięć lat
MEDIA

22
O sieci Smart7 i nowym
modelu współpracy
europejskich festiwali
filmowych

25
Aquatia: immersyjny
Lem

28
W stronę kina
dostępnego dla
wszystkich

30
Porozmawiajmy
o szkoleniach

Komponent Kultura kalendarium wydarzeń

styczeń
–kwiecień
2026



1.01

Mołdawia dołącza do komponentu Kultura Kreatywnej Europy

Od 1 stycznia 2026 roku mołdawskie organizacje, artyści i profesjonalści w dziedzinie kultury mogą brać udział w działaniach współfinansowanych w ramach komponentu Kultura.

9.01

Kawa z Kreatywną Europą – spotkanie informacyjne o planach na 2026

Przed uruchomieniem naborów spotkaliśmy się z osobami zainteresowanymi programem Kreatywna Europa, by opowiedzieć o planach na najbliższe miesiące.

20.01

Spotkanie sieciujące z Bałkanami w ramach naboru do Culture Moves Europe

We współpracy z biurami sieci Creative Europe Desk zorganizowaliśmy spotkania sieciujące dla sektora kultury, które ułatwiają nawiązywanie partnerstw do międzynarodowych projektów.

styczeń–kwiecień

Spotkania informacyjne o Culture Moves Europe

Program oferuje dofinansowanie na wyjazdy do krajów objętych programem Kreatywna Europa w celu poszerzenia horyzontów – od twórczych badań i pracy nad nowymi projektami, przez współtworzenie i wymianę doświadczeń, po rozwój kompetencji oraz budowanie międzynarodowych relacji. Z grantu mogą skorzystać artystki, twórcy i osoby pracujące w kulturze.



marzec–kwiecień

Spotkania informacyjne o Projektach współpracy europejskiej

Program wspiera międzynarodowe projekty kulturalne, które wzmacniają wymianę dzieł i twórców, angażowanie publiczności oraz rozwój technologii w kulturze.

3.03

Wykład ekspercki: Ekologia w kulturze

Aleksandra Jach z inicjatywy Kultura dla Klimatu poprowadziła spotkanie poświęcone wprowadzaniu zrównoważonych praktyk do projektów kulturalnych.

10.03

Spotkanie informacyjne o Projektach współpracy europejskiej. Warsztat z włączania w kulturze ze Strefą Wolnościową

Alicja Borkowska z Fundacji Strefa Wolnościowa zaprezentowała dobre praktyki angażowania różnych grup w projekty kulturalno-artystyczne oraz możliwości, jakie niesie ze sobą włączająca komunikacja.



12.03

Spotkanie informacyjne o Projektach współpracy europejskiej. Szkolenie o AI i danych w kulturze z Grupą Roboczą

Agnieszka Zgud z Fundacji Grupa Robocza omówiła z uczestnikami wykorzystanie sztucznej inteligencji w pracy z danymi – zarówno tymi, które krążą w sieci, jak i „uśpionymi” w instytucjach kultury – oraz sposoby ich ożywiania i wykorzystywania jako źródła wiedzy.

17.03

Wykład ekspercki: Od pomysłu... do projektu

Anna Krzeszowska-Hovanecz uporządkowała wiedzę o planowaniu współpracy międzynarodowej. Omówiła analizę potrzeb, typowe trudności i najczęstsze błędy w aplikacjach do programu Kreatywna Europa.

18.03

Spotkanie sieciujące. Projekty współpracy europejskiej

Wydarzenie zostało zorganizowane przez biura Creative Europe Desks z: Belgii, Bułgarii, Chorwacji, Czech, Estonii, Grecji, Węgier, Francji, Łotwy, Litwy, Polski, Portugalii, Rumunii, Serbii, Słowenii, Hiszpanii i Szwecji.

25.03

Wykład ekspercki: Daj się poznać, czyli aktywne metody promocji

Dr Marek Kruk uporządkował wiedzę o promocji projektów międzynarodowych. Omówił atrybuty wydarzeń kulturalnych oraz podstawowe i nieszablonowe sposoby docierania do odbiorców.

26.03

Wykład ekspercki: Partnerstwo we współpracy międzynarodowej

Paulina Jędrzejewska z Fundacji Culture Shock omówiła zasady budowania dobrego, zrównoważonego partnerstwa projektowego. Uczestnicy poznali techniki tworzenia trwałych relacji oraz najważniejsze zasady konstruowania i przestrzegania umów partnerskich, kluczowych dla skutecznej współpracy międzynarodowej.

14.04

Wykład ekspercki: Sztuka pisania i wypełniania wniosków

Katarzyna Pałowska omówiła zasady tworzenia dobrego wniosku do programu Kreatywna Europa. Przedstawiła proces planowania projektu, ze szczególnym naciskiem na formułowanie celów, dobór metod oraz planowanie rezultatów i efektów.

21.04

Konsultacje dla wnioskodawców obszaru Projekty współpracy europejskiej

27.04

Spotkanie informacyjne o Kompasie Kultury

Agnieszka Drzewoska i Małgorzata Szlendak z Komisji Europejskiej przedstawiły główne założenia Kompasas Kultury – dokumentu, który wyznacza kierunki unijnej polityki kulturalnej. Przedstawiły planowane działania i nowe inicjatywy oraz omówiły, jak uwzględnić jego wytyczne w projektach kulturalnych.



Kultura w trosce o zdrowie psychiczne

Dbanie o zdrowie psychiczne jest dziś jednym z najważniejszych wyzwań społecznych. Widać to wyraźnie zarówno w badaniach, jak i w codziennej pracy instytucji kultury. Coraz więcej osób doświadcza przeciążenia, kryzysów, poczucia izolacji. I coraz częściej to właśnie kultura staje się jedną z przestrzeni, w których szukamy ulgi, kontaktu z innymi albo po prostu chwili oddechu.

O instytucjach kultury często mówimy jako o tak zwanych trzecich miejscach – przestrzeniach funkcjonujących obok domu i pracy, ale w odróżnieniu od nich wolnych od obowiązków i presji. To miejsca, w których można po prostu pobycić: bez konieczności aktywnego uczestnictwa, bez oceny, bez oczekiwań.

Opublikowany w 2025 roku raport Komisji Europejskiej *Culture and Health: Time to Act* pokazuje, że uczestnictwo w kulturze zauważalnie wpływa na zdrowie psychiczne i fizyczne. Może zmniejszać stres, poprawiać nastrój, przeciwdziałać samotności. Co ważne – działa nie tylko wtedy, gdy jesteśmy już w kryzysie, ale także wcześniej, jako forma profilaktyki i wzmacniania odporności psychicznej, przez całe życie.

Co mówi raport Komisji Europejskiej?

Zebrane w raporcie *Culture and Health: Time to Act* analizy wskazują, że udział w kulturze może:

- zmniejszać objawy depresji i lęku,
- obniżać poziom stresu,
- przeciwdziałać samotności i izolacji,
- poprawiać ogólne samopoczucie i jakość życia.

Odbywa się to na wielu poziomach: wspiera jednostki, ale także wzmacnia całe społeczności – buduje relacje, zaufanie i poczucie przynależności. Raport podkreśla również, że kultura powinna być postrzegana jako element systemu profilaktyki i promocji zdrowia, podobnie jak aktywność fizyczna czy edukacja. To oznacza potrzebę współpracy między sektorami: kultury, zdrowia, edukacji i polityki społecznej.

Uczestnictwo w kulturze zauważalnie wpływa na zdrowie psychiczne i fizyczne. Może zmniejszać stres, poprawiać nastrój, przeciwdziałać samotności.

Kreatywna Europa promuje modele pracy i uczestnictwa w kulturze, które są otwarte, dostępne i odpowiadają na zmieniające się potrzeby społeczne. Coraz częściej mówimy w tym kontekście nie tylko o dostępie do kultury, ale także o dobrostanie – o tym, jak kultura może wspierać nas na co dzień, wzmacniać relacje i pomagać radzić sobie z napięciem, jakie wywołuje dzisiejsza rzeczywistość.

Debata Creative Europe Desk Polska: praktyka codziennej troski

O tym, jak te wnioski przekładają się na codzienną pracę instytucji, rozmawialiśmy podczas debaty online „Kultura w trosce o zdrowie psychiczne”, zorganizowanej przez Creative Europe Desk Polska.

Dyskusja opierała się na doświadczeniach osób, które na co dzień pracują z odbiorcami wydarzeń kulturalnych i widzą skalę wyzwań, z jakimi się mierzą. Jednym z kluczowych tematów była dostępność – rozumiana znacznie szerzej niż tylko w kontekście architektury.

Ekspertki podkreślały, że dla wielu osób w kryzysie ogromne znaczenie mają drobne, ale konkretne rozwiązania:

- możliwość wyjścia w trakcie wydarzenia,
- brak presji uczestnictwa „do końca”,
- jasna, spokojna i przewidywalna komunikacja,
- przestrzeń, w której można się wyciszyć.

Dla osoby doświadczającej kryzysu psychicznego nawet pozornie neutralne elementy – tłum, hałas, brak informacji czy poczucie zamknięcia – mogą stanowić barierę. Dlatego tak ważne jest patrzenie na instytucję oczami odbiorcy i zadawanie sobie prostych pytań: Czy łatwo tu trafić? Czy wiadomo, gdzie jest wyjście? Czy można zrobić sobie przerwę?

To często niewielkie zmiany, które jednak mogą zrobić ogromną różnicę.

Treści też mają znaczenie

Drugim istotnym wątkiem debaty były treści prezentowane przez instytucje kultury. Sztuka ma ogromną siłę – potrafi pomagać przeżywać emocje, oswajać trudne doświadczenia, dawać poczucie, że nie jesteśmy sami. Może jednak również przytłaczać.

Dlatego coraz częściej mówi się o odpowiedzialności twórców i instytucji wyrażającej się w:

- informowaniu o poruszaniu trudnych tematów,

- dawaniu odbiorczyniom i odbiorcom wyboru,
- tworzeniu kontekstu, który pomaga w odbiorze.

Nie chodzi o cenzurę, lecz o świadomość i uważność – tak, aby kultura mogła wspierać, a nie pogłębiać trudności.

Współpraca jako kierunek przyszłości

Zarówno raport Komisji Europejskiej, jak i debata Creative Europe Desk Polska pokazują jednoznacznie: przyszłość leży we współpracy międzysektorowej. Coraz więcej instytucji kultury:

- współpracuje z psychologami i specjalistami zdrowia psychicznego,
- rozwija projekty z organizacjami społecznymi,
- włącza osoby z doświadczeniem kryzysu w proces tworzenia działań.

W Europie rozwijają się również programy określone jako „sztuka na receptę”, w których udział w działaniach kulturalnych staje się elementem systemu opieki zdrowotnej. To wyraźny sygnał, że kultura może być pełnoprawną częścią ochrony zdrowia – nie dodatkiem, lecz prawdziwym wsparciem w odpowiedzi na jedno z największych wyzwań współczesności. ■

W Europie rozwijają się również programy określone jako „sztuka na receptę”, w których udział w działaniach kulturalnych staje się elementem systemu opieki zdrowotnej.



Tekst powstał na podstawie debaty online „Kultura w trosce o zdrowie psychiczne”, która odbyła się 27 listopada 2025 roku. Spotkanie zostało zorganizowane przez Creative Europe Desk Polska i było poświęcone roli kultury w budowaniu dobrostanu i wsparciu zdrowia psychicznego.

Debatę poprowadziła Marta Białek-Graczyk – socjolożka, specjalistka w obszarze projektów społeczno-kulturalnych i innowacji społecznych, autorka programu Kioski Troski. W rozmowie wzięły udział Justyna Mańkowska-Kaczmarek, ekspertka do spraw dostępności, oraz Halszka Witkowska, suicydolożka i ekspertka w obszarze zapobiegania zachowaniom samobójczym.

AI Act w kulturze i sztuce

Sztuczna inteligencja coraz częściej pojawia się w pracy sektora kultury i sztuki. Pomaga pisać i redagować teksty, tworzyć grafiki, udźwiękowienie, audioprzewodniki czy materiały edukacyjne. W związku z jej upowszechnieniem Unia Europejska przyjęła nowy dokument – AI Act, czyli rozporządzenie o sztucznej inteligencji.

Czym jest AI Act?

AI Act to unijne rozporządzenie, które wprowadza zasady dotyczące tworzenia, wdrażania i używania systemów sztucznej inteligencji. Jego głównym celem jest ochrona ludzi, ich praw i bezpieczeństwa – a nie blokowanie nowych technologii.

Czy AI Act dotyczy sektora kultury?

Tak, ale w ograniczonym zakresie. Najbardziej rygorystyczne przepisy dotyczą tak zwanych systemów wysokiego ryzyka, na przykład:

- AI używanej do rekrutacji pracowników,

Najważniejszy dla kultury przepis to artykuł 50 AI Act, który dotyczy przejrzystości. Chodzi o uczciwą informację dla odbiorców – tak, aby nikt nie był wprowadzany w błąd.

- systemów wykorzystywanych w bankach, usługach ubezpieczeniowych czy służbie zdrowia,
 - narzędzi wpływających na dostęp do edukacji, usług publicznych czy procesy demokratyczne.
- Działania artystyczne, kulturalne i kreatywne zwykle nie należą do tej kategorii. Dlatego większość instytucji kultury nie musi się martwić skomplikowanymi procedurami czy certyfikacją. W praktyce kultura styka się głównie z:
- obowiązkiem przejrzystości,
 - odpowiedzialnym korzystaniem z popularnych narzędzi generatywnej AI.



Kiedy trzeba poinformować, że używamy AI?

Najważniejszy dla kultury przepis to artykuł 50 AI Act, który dotyczy przejrzystości. Chodzi o uczciwą informację dla odbiorców – tak, aby nikt nie był wprowadzany w błąd.

Jeśli instytucja udostępnia:

- chatbota na stronie internetowej,
- wirtualnego przewodnika,
- asystenta głosowego,
- interaktywną instalację reagującą na pytania odwiedzających,

to odbiorca powinien wiedzieć, że rozmawia z systemem AI, a nie z człowiekiem.

Wystarczy prosta informacja, na przykład: „Jestem wirtualnym asystentem opartym na sztucznej inteligencji”.

Treści generowane przez AI – czy trzeba je oznaczać?

Sztuczna inteligencja coraz częściej generuje teksty, obrazy i grafiki, produkuje muzykę lub głosy syntetyczne, pomaga w montażu wideo.

Nie każda pomoc AI wymaga oznaczenia. Jeśli AI poprawia literówki, wygładza styl, pomaga technicznie w montażu czy edycji – nie ma obowiązku informowania odbiorców. Jeżeli jednak treść powstaje w całości lub w dużej części dzięki AI albo może sprawiać wrażenie, że stworzył ją człowiek, to warto – a czasem trzeba – zadbać o przejrzystość. Najczęściej wystarczy krótka informacja w opisie projektu, publikacji lub wystawy.

Szczególnym przypadkiem są tak zwane deepfejski – czyli obrazy, nagrania dźwiękowe

lub wideo bardzo realistycznie przedstawiające osoby, miejsca czy wydarzenia, które w rzeczywistości nie istnieją albo nie miały miejsca. Odbiorca powinien wiedzieć, że ma do czynienia z treścią wygenerowaną lub zmodyfikowaną przez AI.

Narzędzia typu ChatGPT, DALL-E, Midjourney – kto za co odpowiada?

Popularne narzędzia generatywnej AI to tak zwane modele ogólnego przeznaczenia. AI Act nakłada na ich dostawców (duże firmy technologiczne) liczne obowiązki: prowadzenia dokumentacji, przejrzystości danych treningowych, zgodności z prawem autorskim.

Większość formalnych obowiązków spoczywa na dostawcach, nie na samych instytucjach kultury. Jednak ryzyko często ponosi użytkownik.

Podczas korzystania z generatywnej AI trzeba pamiętać, że:

- treści wygenerowane przez AI nie zawsze są chronione prawem autorskim,
- regulaminy narzędzi mogą ograniczać komercyjne wykorzystanie efektów,
- nie zawsze wiadomo, na jakich danych trenowano model,
- odpowiedzialność prawna za publikację treści często spoczywa na użytkowniku.

To szczególnie istotne w projektach finansowanych ze środków publicznych.

AI Act nie ma na celu ograniczania kultury ani twórczości. Jego sens to uczciwość, przejrzystość i ochrona odbiorców w świecie, w którym sztuczna inteligencja staje się powszechnie stosowanym narzędziem.

Dla sektora kultury najważniejsze jest to, że AI ma wspierać twórców, a nie ich zastępować. Świadome, odpowiedzialne korzystanie z nowych technologii pozwala zachować tę równowagę – bez strachu i nadmiernych formalności. ■

AI Act nie ma na celu ograniczania kultury ani twórczości. Jego sens to uczciwość, przejrzystość i ochrona odbiorców w świecie, w którym sztuczna inteligencja staje się powszechnie stosowanym narzędziem.

Tekst powstał na podstawie webinarium „AI Act w kulturze”, które odbyło się 3 grudnia 2025 roku. Spotkanie zostało zorganizowane przez Creative Europe Desk Polska i było poświęcone praktycznym konsekwencjom AI Act dla sektora kultury i kreatywnego.

Spotkanie prowadziła Gabriela Bar – radczyni prawna, ekspertka w zakresie prawa i etyki sztucznej inteligencji oraz prawa nowych technologii, założycielka kancelarii Gabriela Bar Law & AI, doradczyni do spraw etyki AI w projektach unijnych i wykładowczyni akademicka.

Nowe obiekty na liście Znaku Dziedzictwa Europejskiego

Komisja Europejska ogłosiła listę trzynastu obiektów, które zostały uhonorowane Znakiem Dziedzictwa Europejskiego. Wyróżnienie otrzymują obiekty, które wywarły głęboki wpływ na historię, kulturę i rozwój Unii Europejskiej oraz budowanie świadomości społecznej, ze szczególnym naciskiem na inspirowanie młodych odbiorców.

Wśród obiektów znalazł się także projekt z Polski „Ogród Krzysztofa Pendereckiego – dziedzictwo kulturowe zespołu dworsko-parkowego w Lusławicach”. W uzasadnieniu komisji na temat Europejskiego Centrum Muzyki Krzysztofa Pendereckiego można przeczytać między innymi:

Europejskie Centrum Muzyki Krzysztofa Pendereckiego ucieleśnia bogate dziedzictwo muzyczne Europy jako przestrzeń twórczości, przekazu i dialogu międzykulturowego. Położone w Lusławicach miejsce jest ściśle związane z kompozytorem i dyrygentem Krzysztofem Pendereckim, jedną z najbardziej wpływowych postaci europejskiej muzyki współczesnej.

Komisarz do spraw sprawiedliwości międzypokoleniowej, młodzieży, kultury i sportu Glenn Micallef w swoim przemówieniu powiedział:

Dziś trzynaście niezwykłych miejsc otrzymuje prestiżowy Znak Dziedzictwa Europejskiego. Od Katakumb Świętego Pawła na Malcie po dziedzictwo przemysłowe Varkaus w Finlandii, każde z nich jest żywym świadectwem, oddającym istotę bogatej historii i ewolucji Europy. Ożywiają one wspólną historię Europy, dając ludziom szansę poznania korzeni Europy i przekształcenia złożoności naszej przeszłości w żywy dialog, który łączy kultury i wzmacnia młodych ludzi. Przyczyniają się do głębszego zrozumienia doświadczeń, które ukształtowały Unię Europejską taką, jaką znamy dzisiaj.

Do tej pory Znakiem Dziedzictwa Europejskiego wyróżniono pięć polskich obiektów. Są to: Historyczna Stocznia Gdańska, Konstytucja 3 Maja, Unia Lubelska, cmentarz wojenny nr

123 Łuzna-Pustki, Miejsce Pamięci Narodowej Łambinowice. Znak otrzymały także dwa wpisy transgraniczne: osiedle WuWa we Wrocławiu i krajobraz cysterski Wągrowiec/Łekno. ■

WYRÓŻNIONE OBIEKTY

- Zbrojownia państwowa w Grazu (Austria)
- Domena i Królewskie Muzeum w Mariemont (Belgia)
- Centrum Produkcji Soli i Miasta Provadia (Bułgaria)
- Free Speech Space (Czechy)
- Miejski krajobraz rzeki Pader (Niemcy)
- Centrum Kultury La Nau (Hiszpania)
- Dziedzictwo przemysłowe Varkaus (Finlandia)
- Rashi z Troyes – miejsca pamięci (Francja)
- Miejsca pokoju (Portugalia, Hiszpania, Francja, Węgry, Słowacja, Chorwacja, Bułgaria),
- Bosco Delle Querce (Włochy)
- Katakumby Świętego Pawła (Malta)
- Europejskie Centrum Muzyki Krzysztofa Pendereckiego (Polska)
- Schronisko skalne Lagar Velho (Portugalia)



Universal Art Design: Transformacja relacji i nowy język sztuki

opowiada **Katarzyna Pągowska**

Projekt Universal Art Design (UAD) to wynik wyjątkowej współpracy trzech podmiotów: Wojewódzkiego Ośrodka Animacji Kultury w Toruniu (lider), serbskiej organizacji pozarządowej Kulturanova oraz włoskiego teatru narodowego Teatro Stabile del Veneto.

Partnerstwo oparte na zaufaniu i autonomii

O powodzeniu współpracy naszym zdaniem przesądziło to, że projekt był od samego początku współtworzony na partnerskich zasadach. Nie szukaliśmy wykonawców gotowego pomysłu – wspólnie przyjrzelśmy się temu, jakie wyzwania nas łączą, mimo różnej skali i specyfiki naszych instytucji (teatr narodowy, centrum kultury i organizacja pozarządowa). Kluczowym momentem budowania współpracy był *kick-off meeting*, podczas którego wypracowaliśmy kontrakt oparty na zaufaniu i odpowiedzialności.

Oddaliśmy sobie nawzajem pole decyzyjne, rezygnując z wzajemnej kontroli. Wysłaliśmy z założenia, że każda instytucja zna swój kontekst kulturowy i społeczny – w związku z tym najlepiej wie, czym w jej kraju jest dostępność i przedstawiciele jakich grup brakuje w środowisku artystycznym. Wzajemna życzliwość, szczerść i wiara w kompetencje partnera pozwoliły nam zbudować relację, która przetrwała wszelkie trudności realizacyjne.

Od architektury do praw człowieka: czym jest projektowanie uniwersalne?

Punktem wyjścia dla naszego projektu była filozofia projektowania uniwersalnego, która wywodzi się z architektury i designu. Jej głównym założeniem jest tworzenie produktów, środowisk i usług w taki sposób, by były one użyteczne dla wszystkich ludzi w największym możliwym stopniu, bez potrzeby adaptacji lub specjalistycznego projektowania.

Współcześnie pojęcie to zyskało rangę standardu prawnego – Konwencja ONZ o prawach osób niepełnosprawnych definiuje projektowanie uniwersalne jako klucz do pełnego i równego korzystania ze wszystkich praw człowieka i podstawowych wolności. W UAD postanowiliśmy przenieść tę ideę na grunt sztuk performatywnych. Zadaliśmy sobie pytanie: jak stworzyć spektakle, które od momentu pierwszej



foto. archiwum Wojewódzkiego Ośrodka Animacji Kultury w Toruniu

próby są pomyślane jako dostępne, zamiast dodawać protezy dostępności (jak napisy czy audiodeskrypcja) do gotowego dzieła?

Uczestnicy: kogo brakuje na scenie?

Projekt skierowaliśmy do trzydziścioro sześcioro młodych artystów z Polski, Serbii i Włoch. Byli to twórcy znajdujący się często na początku swojej drogi, szukający własnego miejsca w polu kultury, a nierzadko kwestionujący to, czy w ogóle jest w nim dla nich przestrzeń.

Naszym celem nie była jednak dostępność w tradycyjnym, technicznym rozumieniu. UAD stał się projektem o głębokiej transformacji relacji władzy. Pozwolił nam w praktyce przyjrzeć się nie tylko temu, kogo włączamy, ale także temu, kogo na scenie i na widowni dotychczas nie było i dlaczego. Skupiliśmy się na artystach, którzy mierzą się z nierównym dostępem do edukacji artystycznej czy zasobów. Chcieliśmy stworzyć warunki, w jakich ich praca będzie mogła rosnąć bez presji dopasowania się do odgórnie narzuconych norm. To podejście pozwoliło nam odejść od modelu pomocy na rzecz wspólnego wypracowania nowego języka artystycznego.



KATARZYNA PĄGOWSKA

koordynatorka projektu, zastępczyni dyrektora ds. merytorycznych Wojewódzkiego Ośrodka Animacji Kultury w Toruniu

Etapy drogi do modelu

Realizacja projektu opierała się na trzech filarach, które pozwoliły na przetestowanie naszych założeń w procesie ciągłego rozwoju i weryfikacji dotychczasowych schematów.

1. Międzynarodowy Camp w Toruniu: intensywne laboratorium szkoleniowe i przestrzeń spotkania. Artyści dzielili się narzędziami, wątpliwościami i wrażliwością, budując fundamenty wspólnego języka.
2. Rezydencje artystyczne: czas pracy twórczej w międzynarodowych grupach, podczas którego teoretyczne założenia projektowania uniwersalnego zamieniły się w żywą tkankę spektakli.
3. Festiwal w Padwie: finałowy etap prezentacji wybranych spektakli, będący sprawdzianem dla wypracowanych metod komunikacji z różnorodną publicznością.

Na bazie tych doświadczeń powstał Model Uniwersalnego Projektowania w Sztukach Performatywnych, który będziemy dalej promować w całej Europie.

Rezultaty: dostępność jako strategia kreatywna

Najważniejszym rezultatem projektu nie są wskaźniki, ale ugruntowanie i pogłębienie filozofii tworzenia, która od lat towarzyszy naszej instytucji. UAD potwierdził, że projektowanie uniwersalne to przestrzeń wolności, a nie ograniczeń.

Dla nas (Wojewódzkiego Ośrodka Animacji Kultury) ten projekt stał się momentem instytucjonalnego wzmocnienia. Jako organizacja działająca pomiędzy – między edukacją a praktyką, między instytucją a artystami niezależnymi – doświadczyliśmy, że inkluzja nie jest gotową formułą. To proces wymagający czasu, zaufania i odwagi do trwania w niepewności.

Wypracowany model, stworzony na bazie jedenastu procesów twórczych, pokazał, że nienormatywne ciała, różne języki i sposoby percepcji nie są barierą, lecz najcenniejszym źródłem nowej estetyki. Projekt sprawił, że jeszcze wyraźniej zobaczyliśmy dostępność jako organiczny element świata przedstawionego, tworzony na równych prawach przez wszystkich twórców. Wyszliśmy z tego projektu z silnym przekonaniem, że różnica, gdy jest naprawdę mile widziana, staje się główną siłą kreatywną.

Inkluzywność wymaga gotowości na sytuacje nieplanowane. Musieliśmy reagować na zmiany w strukturze grup czy indywidualne potrzeby zdrowotne artystów. Dzięki wypracowanemu zaufaniu między partnerami, każdą taką zmianę traktowaliśmy jako wyraz dbałości

o podmiotowość uczestników. UAD utwierdził nas w przekonaniu, że w projektowaniu uniwersalnym proces jest tak samo ważny jak efekt artystyczny.

Dobre praktyki i wskazówki

Z perspektywy realizacji projektu Universal Art Design, przyszłym wnioskodawcom i realizatorom możemy zarekomendować następujące podejście:

1. Współtworzenie od fundamentów: budujcie partnerstwa z organizacjami, z którymi dzielicie wartości, a wyzwania analizujcie wspólnie jeszcze przed etapem pisania wniosku.
2. Autonomia partnerów: ufajcie kompetencjom swoich partnerów. To oni najlepiej rozumieją lokalny kontekst i wiedzą, jak skutecznie realizować projekt w swoich społecznościach.
3. Fundament relacji: zainwestujcie czas w wypracowanie jasnego kontraktu komunikacyjnego i wzajemnej życzliwości – to najlepszy kapitał na czas kryzysów.
4. Dostępność jako atut artystyczny: traktujcie projektowanie uniwersalne jako strategię kreatywną. Nie bójcie się, że ograniczy ono wizję – wręcz przeciwnie, ono ją poszerza, zmuszając do poszukiwania innowacyjnych środków wyrazu.

Projekt UAD udowodnił, że prawdziwa zmiana zaczyna się tam, gdzie przestajemy projektować dla innych, a zaczynamy tworzyć wspólną przestrzeń, w której każdy głos jest fundamentem nowej sztuki. ■

Projekt UAD udowodnił, że prawdziwa zmiana zaczyna się tam, gdzie przestajemy projektować dla innych, a zaczynamy tworzyć wspólną przestrzeń, w której każdy głos jest fundamentem nowej sztuki.



fot. Julia Marszewska

Rozmowa z Fundacją Soundscape

dwukrotnym beneficjentem programu
rezydencji goszczących Culture Moves Europe

Misją Fundacji jest tworzenie przestrzeni i warunków sprzyjających współpracy środowisk twórczych oraz popularyzacja kultury, a także organizacja spotkań warsztatowych z zakresu muzyki i sztuki nowych mediów, leżących na przecięciu światów technologii i muzyki, prezentujących zupełnie nowe spojrzenie na obcowanie z muzyką, pobudzających ciekawość i chęć do poszukiwania nieoczywistych rozwiązań.

Przestrzeń Fundacji mieści się na terenie kampusu Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach, co daje artystom niespotykane dotychczas możliwości twórcze. Na wyposażenie składa się między innymi pionierski system wielokanałowej emisji dźwięku w domenie 3D, system do symulowania akustyki pomieszczeń na żywo i w trakcie koncertów oraz sesji nagraniowych, a także bogate instrumentarium muzyczne i eksperymentalne (studio nagrań i produkcji muzycznej oraz autorski instrument Tonarium). Dodatkowym atutem jest wyposażenie technologiczne LORI (Laboratorium Obrazu Ruchomego i Interakcji ASP).

Jak zaczęła się wasza przygoda z Culture Moves Europe?

Od bardzo konkretnej potrzeby – chcieliśmy mocniej otworzyć się na artystów z zagranicy i stworzyć warunki do współpracy, które wcześniej nie były dla nas osiągalne, zarówno produkcyjnie, jak i sieciowo, ponieważ Tonarium było młodym i nowym miejscem. Zależało nam, żeby mobilność nie była dodatkiem, tylko pełnoprawnym narzędziem twórczym i kuratorskim, które uruchamia nowe relacje oraz wspólny proces pracy. Culture Moves Europe okazał się idealną odpowiedzią, ponieważ program łączy praktycznie zaprojektowane wsparcie z bardzo czytelną ideą budowania europejskich połączeń poprzez sztukę. Pokazuje, że współpraca transgraniczna nie jest luksusem, tylko podstawą rozwoju kultury

Zależało nam, żeby mobilność nie była dodatkiem, tylko pełnoprawnym narzędziem twórczym i kuratorskim, które uruchamia nowe relacje oraz wspólny proces pracy.

w Europie, szczególnie w obszarach eksperymentalnych, gdzie najczęściej dzieje się właśnie pomiędzy scenami, środowiskami i językami.

Jak wyglądało poszukiwanie i wybór artystów?

Proces wyboru artystów opierał się na wcześniejszych relacjach. Zależało nam na zaproszeniu twórców, którzy pracują w sposób interdyscyplinarny i są otwarci na eksperyment oraz współpracę. Ważnym kryterium była również gotowość do pracy w środowisku laboratoryjnym, czyli w sytuacji, w której projekt nie jest od początku zdefiniowany, lecz rozwija się poprzez testowanie narzędzi, struktur i form prezentacji. Zależało nam, by artyści reprezentowali różne doświadczenia i podejścia do pracy z mediami (od praktyk kompozytorskich i performatywnych po działania związane z programowaniem, instalacją czy formami immersyjnymi). Dzięki temu rezydencja miała charakter dialogu między różnymi metodami pracy twórczej.



Projekt rezydencyjny zrealizowany przy wsparciu Culture Moves Europe, fot. K. Krzętowski © Fundacja Soundscape



Projekt rezydencyjny zrealizowany przy wsparciu Culture Moves Europe, fot. K. Krzętowski © Fundacja Soundscape

Jak wyglądał proces projektowy i co udało się wypracować?

Proces projektowy miał charakter warsztatowo-laboratoryjny. Pierwszym etapem było wspólne poznanie przestrzeni pracy oraz dostępnych narzędzi technologicznych. Następnie artyści rozpoczęli serię eksperymentów, w których testowali różne strategie budowania narracji przestrzennej i relacji pomiędzy dźwiękiem, obrazem oraz architekturą miejsca.

W trakcie rezydencji powstało kilka prototypowych form performatywnych oraz szkiców kompozycyjnych, rozwijanych w kolejnych dniach pracy. Równolegle formowały się również autorskie narzędzia i rozwiązania programistyczne wykorzystywane w procesie twórczym. Kulminacją procesu były publiczne prezentacje, które pozwoliły pokazać rezultaty pracy artystycznej oraz otworzyć projekt na odbiorców. Ważnym elementem było także spotkanie z publicznością i rozmowa o procesie powstawania prac.

Jakie efekty rezydencji – materialne lub pozamaterialne – są dla was najcenniejsze?

Najcenniejszym efektem jest wzmocnienie sieci międzynarodowej współpracy pomiędzy artystami i instytucjami. Program stworzył przestrzeń do nawiązania nowych relacji, które mają potencjał rozwijać się w przyszłych projektach artystycznych i kuratorskich. Sprzyjał

wymianie wiedzy, wspólnemu testowaniu narzędzi oraz możliwości pracy w intensywnym, eksperymentalnym trybie. Tego typu doświadczenia inspirują do dalszego działania.

Rezydencja pozwoliła również wzmocnić rolę Katowic jako miejsca otwartego na międzynarodowe projekty z zakresu sztuki nowych mediów i eksperymentalnych form twórczych.

Jaką radę dalibyście innym organizacjom, które chcą aplikować do Culture Moves Europe?

Najważniejsze jest jasne określenie idei projektu i stworzenie przestrzeni, w której artyści naprawdę będą mogli pracować eksperymentalnie. Program mobilnościowy najlepiej działa wtedy, gdy nie jest traktowany wyłącznie jako produkcja jednego dzieła, lecz jako proces obejmujący wymianę wiedzy, spotkania i rozwój nowych relacji.

Warto także zadbać o dobrą komunikację z artystami jeszcze przed rozpoczęciem rezydencji. Wspólne ustalenie oczekiwań, możliwości technicznych oraz kierunków pracy pozwala maksymalnie wykorzystać czas spędzony na miejscu.

Z naszego punktu widzenia, bardzo cenne są elementy otwarte dla publiczności, które pozwalają włączyć lokalne środowisko w proces rezydencyjny i dodają do projektu szerszy kontekst społeczny. ■

Program mobilnościowy najlepiej działa wtedy, gdy nie jest traktowany wyłącznie jako produkcja jednego dzieła, lecz jako proces obejmujący wymianę wiedzy, spotkania i rozwój nowych relacji.

O kampanii #ReadForReal: czytanie jako wspólne doświadczenie

Inicjatywa, zapoczątkowana w 2023 roku, ma inspirować młodych (i nie tylko!) do sięgania po książki oraz odkrywania różnorodności literatury europejskiej poprzez spotkania z twórcami książek – pisarzami, ale też ilustratorami czy tłumaczami. Jej ważnym elementem jest także wzmacnianie kompetencji osób animujących czytelnictwo.

Rozmowa z Fundacją Powszechnego Czytania – liderem europejskiej kampanii #ReadForReal, kontynuującej ideę Europejskiego Dnia Twórców



mat. Read for real



Pierwsza edycja obchodów Europejskiego Dnia Twórców pod hasłem Read. For Real – Czytaj. Serio zgromadziła tysiące wydarzeń w wielu krajach Europy. Jakiego rodzaju wydarzenia udało się zrealizować?

Co cieszy się największą popularnością?

Największą popularnością cieszyły się wydarzenia oparte na bezpośrednim kontakcie: spotkania autorskie, wspólne czytania i warsztaty. Szczególnie ważne były działania w szkołach i bibliotekach – tam literatura naprawdę ożywa i staje się doświadczeniem. Wyjątkowe były też wydarzenia w ramach Europejskiego Dnia Twórców, podczas których autorzy spotykali się z zagranicznymi czytelnikami.

Jakie formy wsparcia dla wydarzeń czytelniczych oferował projekt Read for Real

w ostatniej edycji? Które z nich okazały się szczególnie pomocne dla organizatorów lokalnych inicjatyw i jakie rozwiązania pojawią się w kolejnej edycji?

Postawiliśmy na dostępność i prostotę – jasne instrukcje i przydatne materiały. Zależało nam na tym, aby udział w #ReadForReal był jak najprostszy, niezależnie od skali działania. Duże znaczenie miała też widoczność – pokazywaliśmy wydarzenia w mediach społecznościowych projektu, budując w ten sposób poczucie wspólnoty.

Stawiacie na spotkania na żywo. Jak wpływają one na sposób, w jaki czytelnicy – szczególnie młodzi – doświadczają literatury?

Spotkania na żywo pozwalają doświadczyć literatury w sposób bezpośredni i angażujący.

Od 2025 roku za realizację kampanii odpowiada konsorcjum kierowane przez Fundację Powszechnego Czytania. W jego skład wchodzi: Biblioteka Narodowa (Polska), Stiftung Lesen (Niemcy), CILCLIC (Francja), Chetene (Bułgaria), Federacja Wydawców Europejskich oraz międzynarodowe stowarzyszenie EURead. Projekt jest współfinansowany przez program Kreatywna Europa.



Wydarzenie towarzyszące akcji Read for real 2025, mat. Read for real

Książka zaczyna być relacją – z autorem, historią i drugim człowiekiem. Takie podejście nie tylko pomaga odnaleźć przyjemność w czytaniu i rozbudzić zainteresowania, ale też poszerza horyzonty, rozbudza empatię, kreatywność i krytyczne myślenie.

Jakie potrzeby i wyzwania sektora książkowego w Europie najmocniej wybrzmiały podczas organizowanych wydarzeń?

Potrzeba traktowania czytania jako fundamentu – zarówno edukacji, jak i życia społecznego i demokracji. To nie tylko temat z obszaru kultury, ale też strategiczne wyzwanie dla przyszłości Europy. Widzimy również, jak ważne jest wspieranie całego ekosystemu, w jakim funkcjonują książki – autorów, wydawców, księgarń i bibliotek – oraz budowanie trwałych nawyków czytelniczych od najmłodszych lat.

Projekt angażuje partnerów i organizatorów wydarzeń z wielu krajów Europy. Jak

współpraca międzynarodowa wpłynęła na rozwój inicjatywy i czego nauczyliście się od partnerów z innych rynków książki?

To projekt dopasowany do różnych kontekstów kulturowych, ale oparty na tych samych wartościach i celach. Ogromną rolę odegrały warsztaty #ReadForEurope – umożliwiły wymianę doświadczeń i wypracowanie wspólnej wizji: Europy, w której czytanie jest naturalną częścią codziennego życia.

Czy w kolejnej edycji Read for Real pojawią się nowe elementy lub działania?

Kolejna edycja to nowe przydatne materiały – między innymi pakiety, wyzwania czytelnicze, scenariusze zajęć. Zależy nam na poszerzeniu listy narodowych hubów i szerokiej aktywacji. Motywem edycji 2026 będzie „Przyjaźń” – bo to właśnie relacje są jednym z najważniejszych wymiarów czytania. Chcemy pokazać, że każdy może być współtwórcą #ReadForReal, a w organizacji wydarzeń ogranicza nas tylko wyobraźnia. ■

Motywem edycji 2026 będzie „Przyjaźń” – bo to właśnie relacje są jednym z najważniejszych wymiarów czytania.

Europejskie nagrody w dziedzinie kultury 2026

Poza stałymi obszarami grantowymi program Kreatywna Europa wspiera także prestiżowe europejskie nagrody przyznawane w dziedzinie kultury. W tym roku do listy laureatów poszczególnych nagród dołączyli kolejni nagrodzeni.

MUSIC MOVES EUROPE

Na początku roku ogłoszono listę tegorocznych laureatów nagrody Music Moves Europe. Jest ona przyznawana najciekawszym wschodzącym talentom muzycznym z Europy i ma na celu wspieranie ich międzynarodowej kariery. W tym roku nagrodę główną MME i nagrodę publiczności otrzymała hiszpańska wokalistka Lia Kali.

Wśród pozostałych laureatów znaleźli się:

- Camille Yembe (Belgia),
- Carpetman (Ukraina),
- Della (Cypr),
- Sarah Julia (Holandia),
- Sofie Royer (Austria).

Zarówno zwycięzcy, jak i 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.

NAGRODA LITERACKA UNII EUROPEJSKIEJ

O Nagrodę Literacką Unii Europejskiej (EUPL) rywalizują pisarze z krajów uczestniczących w programie Kreatywna Europa. Nagroda jest przyznawana autorom beletrystyki, którzy nie zdobyli jeszcze międzynarodowej rozpoznawalności, ale ich książki wnoszą dużą wartość do świata literatury, a dotychczasowy dorobek potwierdza ich profesjonalizm. Zgodnie z zasadami jury wyłania jednego zwycięzcę spośród wszystkich nominowanych oraz przyznaje pięć wyróżnień specjalnych.

Lista nominowanych do nagrody EUPL 2026:

- Armenia: Sargis Hovsepyan – *You Die Today, I Die Tomorrow*,
- Chorwacja: Lora Tomaš – *Paper of Your Skin*,
- Czechy: Dora Kaprálová – *The Maribor Hypnosis*,

- Cypr: Evridiki Pericleous-Papadopoulou – *Sorely Grieved: Helen of Karpasia*,
- Estonia: Lilli Luuk – *Night Mother*,
- Finlandia: Susanna Hast – *Despair*,
- Francja: Héléne Frédérick – *Rivers of White*,
- Kosowo: Arben Idrizi – *The Man Who Wondered and Other Stories*,
- Liechtenstein: Mathias Ospelt – *Ebony*,
- Luksemburg: Elise Schmit – *General Doubts About the Future Course of Events*,
- Mołdawia: Paula Erizanu – *Here Is Both Heaven and Hell. Republic of Moldova: A Century of Lived History*,
- Czarnogóra: Vladimir Vujović – *Free Kicks*,
- Macedonia Północna: Ivan Shopov – *Centrifuge*,
- Szwecja: Frans Wachtmeister – *Lost Ground*.

Zwycięzcę wyłoni międzynarodowe jury, jego werdykt zostanie ogłoszony 29 maja **podczas Targów Książki w Warszawie**. Wszyscy nominowani autorzy będą promowani na europejskiej scenie literackiej, aby dotrzeć do szerszej międzynarodowej publiczności, a także nawiązać kontakt z nowymi czytelnikami.

NAGRODA UNII EUROPEJSKIEJ W KONKURSIE ARCHITEKTURY WSPÓŁCZESNEJ IM. MIESA VAN DER ROHEGO

Nagroda im. Miesa van der Rohego jest przyznawana w celu wyróżnienia projektów architektonicznych z całej Europy. W kwietniu bieżącego roku Komisja Europejska oraz Fundacja Miesa van der Rohego ogłosiły zwycięzców tegorocznej edycji. Nagrody przyznano po wizytach jury w siedmiu finałowych realizacjach.

Nagroda główna trafiła do **Charleroi Palais des Expositions** w Belgii. Projekt nagrodzono za inteligentną i precyzyjną transformację ogromnego, istniejącego budynku wystawieniowego. Jury podkreśliło, że realizacja pokazuje, jak architektura może twórczo pracować z zastanym kontekstem, wydobywając jego



potencjał przestrzenny, społeczny i materiałowy. Renowacja nie zastępuje, lecz reaktywuje obiekt, wykorzystując ograniczenia jako impuls do innowacyjnych rozwiązań.

W kategorii *Emerging* nagrodę otrzymał **Temporary National Theatre** w Słowenii. Nagrodę przyznano za adaptacyjne wykorzystanie dawnej hali przemysłowej, przekształconej w tymczasowy, lecz znaczący ośrodek życia kulturalnego. Projekt, zrealizowany przy użyciu precyzyjnych i niskobudżetowych interwencji, redefiniuje relację między trwałością a ponownym użyciem, tworząc elastyczne i inkluzywne przestrzenie dla społeczności.

NAGRODA W ZAKRESIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO – EUROPA NOSTRA

Europa Nostra to nagroda wyróżniająca projekty, które wyznaczają kierunki rozwoju europejskiej polityki dziedzictwa, łącząc troskę o materialne i niematerialne zasoby kultury z innowacją, edukacją i zaangażowaniem społecznym. Na tegorocznej liście laureatów znaleźli się:

Konserwacja i adaptacja

- Węgierska Opera Państwowa w Budapeszcie (Węgry)
- Kompleks klasztorny Polirone w San Benedetto Po (Włochy)
- Bánffy Castle w Râscruci (Rumunia)
- Salinas de La Concepción na Minorce (Hiszpania)

Badania

- *The Cypriot Fiddler* (Cypr)
- Narodowe Archiwum Historyczne Włoskich Konserwatorów ASRI (Włochy)
- Projekt FENIX (Hiszpania)

Edukacja, szkolenia i umiejętności

- Heritage Craft School (Islandia)
- Program poprawy efektywności energetycznej obiektów zabytkowych w Dublinie (Irlandia)
- Międzynarodowa Letnia Szkoła HIMASS (Włochy/Hiszpania)
- Inicjatywa „Co-creating Urban Heritage with Children” (Łotwa)

Zaangażowanie obywatelskie i podnoszenie świadomości

- Croatian Coral Center Zlarin (Chorwacja)
- Sector 2: Nicosia – The Green Line Project (Cypr)
- 14 Henrietta Street – muzeum historii społecznej Dublinia (Irlandia)
- Gothic Route Initiative (Słowacja)
- Ochrona sztuki i pamięci Poliny Raiko (Ukraina)

Mistrzowie Dziedzictwa

- Din l-Art Helwa – National Trust for Malta (Malta)
- Factum Foundation for Digital Technology in Preservation (Hiszpania)
- Museum Open for Renovation NGO (Ukraina)
- Maryna Hrytsenko (Ukraina) – nagroda pośmiertna

Europejskie Nagrody Dziedzictwa / Nagrody Europa Nostra zostały ustanowione przez Komisję Europejską w 2002 roku i od tego czasu są koordynowane przez federację Europa Nostra. Od ponad dwudziestu lat stanowią kluczowe narzędzie rozpoznawania i promowania wartości dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego dla europejskiego społeczeństwa, gospodarki i środowiska. ■

Komponent MEDIA kalendarium wydarzeń

styczeń
–kwiecień
2026

14.01

Spotkanie informacyjne dla producentów audiowizualnych – schemat European Co-Development

3–5.02

Share your slate

Kilkudniowe wydarzenie online, które łączy producentów filmowych z różnych krajów poszukujących partnerów koprodukcyjnych. W tegorocznej edycji wzięło udział trzydziestu pięciu producentów z dwudziestu państw, prezentujących pakiety projektów w formule spotkań jeden na jeden.

4.02

Spotkanie informacyjne dla organizatorów festiwalu i szkoleń branżowych – schematy Skills and Talents oraz Networks of European Festivals

10.02

Show Cases – „Creative Innovation Lab – Learn from selected projects”

Webinar i sesja matchmakingowa poświęcona schematowi Creative Innovation Lab. Zaprezentowano na niej przykłady najbardziej udanych projektów z lat 2024–2025. Wydarzenie zostało zorganizowane przez Komisję Europejską, EACEA oraz sieć Creative Europe Desks.

11.02

Spotkanie informacyjne dla producentów audiowizualnych – schematy TV & Online Content oraz European Mini-Slate Development

12–18.02

European Film Market podczas 76. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie



16.02

Spotkanie networkingowe w ambasadzie podczas Berlinale

Spotkanie networkingowe skierowane do producentów filmowych z Polski oraz zagranicznych producentów obecnych w Berlinie podczas European Film Market.



24–26.02

3. Forum bez barier – o kinie dostępnym

Forum gromadzi przedstawicieli branży filmowej, instytucji publicznych, środowiska badawczego oraz decydentów i decydentki, by wspólnie dyskutować o dostępności jako strategicznym kierunku rozwoju kultury audiowizualnej. Podczas wydarzenia można też wziąć udział w indywidualnych konsultacjach dotyczących programu. Szerszy opis wydarzenia i wywiad z Joanną Stankiewicz na stronie 28.

12.03

Konsultacje z wnioskodawcami w schematach European VOD Networks and Operators oraz European Film Distribution

24–26.03

5. Forum Edukacji Filmowej

Wydarzenie zgromadziło osoby związane z edukacją, kulturą oraz branżą filmową. W programie znalazły się wykłady, debaty i warsztaty poświęcone wykorzystaniu filmu w edukacji oraz rozwojowi kompetencji medialnych. Odbyła się również prezentacja dotycząca możliwości dofinansowania projektów w ramach programu Kreatywna Europa.



18.03

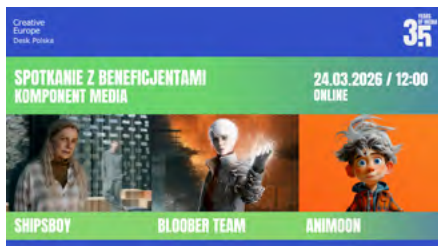
Frame the future. Od pierwszego projektu do międzynarodowej koprodukcji – Szkoła Filmowa w Łodzi

Cykl spotkań organizowany z okazji trzydziestopięcioletnia MEDIA skierowany do studentów szkół filmowych. Współorganizatorem cyklu jest KIPA. Case study w Łodzi poprowadziła Krystyna Kantor z Shipsboy.

23.03

Webinar „Poznaj program Kreatywna Europa – o środkach europejskich na realizację projektów kulturalnych”

Wydarzenie online organizowane przez Punkt Informacji o Funduszach Europejskich w Gdańsku.



24.03

Case study – klaster Content

Spotkanie z beneficjentami klastra Content to kolejne wydarzenie z okazji trzydziestopięcioletnia MEDIA. Podczas wydarzenia beneficjenci zaprezentowali dofinansowane projekty oraz podzielnili się doświadczeniami związanymi z ich realizacją i współpracą międzynarodową.



31.03

Frame the future. Od pierwszego projektu do międzynarodowej koprodukcji – Szkoła Filmowa w Katowicach

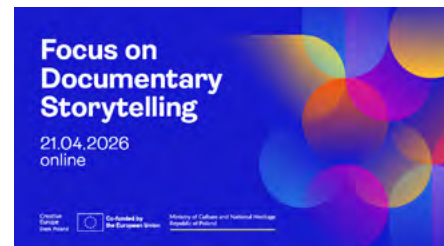
Kolejne spotkanie z cyklu. Case study w Katowicach poprowadziła Daria Maślona z Silver Frame.



16.04

Frame the future. Od pierwszego projektu do międzynarodowej koprodukcji – Wajda School w Warszawie

Kolejne spotkanie z cyklu. Case study w Wajda School poprowadził Jan Naszewski z New Europe Film Sales.



21.04

Międzynarodowa konferencja „Focus on Documentary Storytelling”

Wydarzenie w ramach obchodów trzydziestopięcioletnia MEDIA. W konferencji wzięli udział eksperci z Polski i zagranicy, którzy dzielili się wiedzą na temat realizacji, promocji oraz międzynarodowej dystrybucji projektów dokumentalnych.



23.04

Film the book

Wydarzenie łączące przedstawicieli branży filmowej i wydawniczej. W programie znalazły się między innymi: panel o nowych adaptacjach klasyki, case study serialu HBO oraz pitchingi czterech książek o potencjale ekranizacyjnym.



24.04

Węgiel Film Festival

Warsztat zorganizowany podczas festiwalu był poświęcony możliwościom finansowania rozwoju projektów filmowych. Młodzi twórcy dowiedzieli się, jak mogą zdobyć środki na realizację swoich krótkometrażowych produkcji.



Od góry: *Chłopi*, reż. DK Welchman, Hugh Welchman, mat. BreakThru Films / *Wiedźmin IV*, mat. CD Project / *Ministranci*, reż. Piotr Domalewski, mat. Aurum Film / Young Horizons Industry 2025, fot. Marek Gorczyński, mat. organizatora / MFF Nowe Horyzonty, mat. organizatora / *Film balkonowy*, reż. Paweł Łoziński, mat. promocyjne / *Dziewczyna z igłą*, reż. Magnus von Horn, mat. Lava Films / *Smok Diplodok*, reż. Wojtek Wawszczyk, mat. Human Film / *Sweat*, reż. Magnus von Horn, mat. Lava Films

STORIES

IN MOTION

YEARS
OF MEDIA

35

Historia komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa sięga 1991 roku. Był to czas intensywnych przemian technologicznych i rynkowych w Europie. Dynamiczny rozwój nowych mediów, rosnąca dominacja produkcji amerykańskich oraz silna fragmentacja europejskiego rynku audiowizualnego ujawniły wówczas pilną potrzebę stworzenia mechanizmu wzmacniającego europejską twórczość. W odpowiedzi na te wyzwania Komisja Europejska uruchomiła program MEDIA (Mesures pour Encourager le Développement de l'Industrie Audiovisuelle). Jego głównym celem było zwiększenie konkurencyjności sektora audiowizualnego oraz poprawa dystrybucji europejskich dzieł.

Komponent MEDIA wyróżnia się kompleksowym podejściem do rozwoju całego ekosystemu audiowizualnego. Wspiera powstawanie projektów filmowych i telewizyjnych, inwestuje w szkolenia dla producentów, scenarzystów i dystrybutorów, wzmacnia międzynarodowe koprodukcje oraz pomaga europejskim filmom docierać do widzów na całym kontynencie i poza nim. Takie podejście pozwala nie tylko zwiększyć skalę dystrybucji, ale także podnieść kompetencje branży i stworzyć stabilne sieci współpracy.

Jak podkreśla Małgorzata Kiełkiewicz, dyrektorka Creative Europe Desk Polska:

Dla przedstawicieli polskiej branży audiowizualnej komponent MEDIA jest ważnym partnerem na drodze rozwoju projektów. Dzięki wsparciu powstają nowe filmy, seriale, gry wideo i utwory immersyjne, rozwijane są międzynarodowe projekty, a polskie produkcje coraz częściej trafiają do widzów w całej Europie.

Trzydziestopięciolate komponentu MEDIA to dobry moment, by podkreślić znaczenie europejskiej współpracy. W czasach dynamicznych zmian technologicznych i rosnącej konkurencji między globalnymi platformami wspólne działania na rzecz wsparcia talentów, różnorodności kulturowej oraz międzynarodowej dystrybucji europejskich produkcji są ważniejsze niż kiedykolwiek.

Polscy twórcy i przedsiębiorcy należą do grona widocznych i cenionych partnerów na światowym rynku, a współpraca międzynarodowa stała się nieodłącznym elementem ich strategii rozwoju. Polscy beneficjenci aktywnie współtworzą europejski ekosystem audiowizualny. Dzięki ich zaangażowaniu nasze rodzime historie docierają do widzów w całej Europie i poza jej granicami.

ŚWIĘTOWANIE OD BERLINA PO OSCARY

Początek 2026 roku wyraźnie potwierdził silną pozycję europejskiej kinematografii na arenie międzynarodowej. Jednym z największych triumfatorów sezonu okazał się film *Sentimental Value* w reżyserii Joachima Triera. Otrzymał on Europejską Nagrodę Filmową dla najlepszego filmu, a także nagrody dla aktorów, za reżyserię, scenariusz oraz muzykę. Skala sukcesu tego tytułu została potwierdzona również poza Europą – film uhonorowano Oscarem dla najlepszego filmu nieanglojęzycznego, co stanowi jedno z najważniejszych osiągnięć kina europejskiego w ostatnich latach. Polskim dystrybutorem filmu jest Mk2 films – wielokrotnie beneficjent komponentu MEDIA.

Silna reprezentacja filmów wspieranych przez MEDIA była widoczna podczas Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie. W programie znalazło się ich aż szesnaście. Wśród nich szczególną uwagę zwróciły *À voix basse* w reżyserii Leyli Bouzid oraz *Dust* w reżyserii Anke Blondé, które zostały zakwalifikowane do konkursu głównego i rywalizowały o najważniejsze nagrody festiwalu.

Łącznie filmy wspierane przez komponent MEDIA zostały wyróżnione kilkunastoma Europejskimi Nagrodami Filmowymi, a także licznymi nominacjami do Oscarów, co świadczy o ich międzynarodowym potencjale i sile oddziaływania. ■

W czasach dynamicznych zmian technologicznych i rosnącej konkurencji między globalnymi platformami wspólne działania na rzecz wsparcia talentów, różnorodności kulturowej oraz międzynarodowej dystrybucji europejskich produkcji są ważniejsze niż kiedykolwiek.

O sieci Smart7 i nowym modelu współpracy europejskich festiwalu filmowych

rozmowa z **Dorotą Lech** i **Alicją Kowalską** ze Stowarzyszenia Nowe Horyzonty z gościnnym udziałem **Marcina Pieńkowskiego** (twórca Smart 7 i wieloletni dyrektor MFF Nowe Horyzonty)

Smart 7 to sieć siedmiu europejskich festiwalu wspierana przez program MEDIA, która buduje nowy model współpracy w branży filmowej – oparty na wymianie doświadczeń, wspólnym programowaniu i wsparciu dla młodych twórców. Projekt Smart7 nie tylko wzmacnia obieg kina arthouse'owego w Europie, ale także redefiniuje rolę festiwalu jako przestrzeni dialogu, edukacji i międzynarodowej solidarności.

Zacznijmy od podstaw: czym jest Smart7 i z czym wiąże się uczestnictwo w projekcie?

DOROTA: Wspierany przez komponent MEDIA Smart7 to wyjątkowa sieć, która tworzy alternatywny, innowacyjny, szeroki i skuteczny obieg wartościowego kina europejskiego, jednocześnie wzmacniając współpracę i poczucie wspólnoty między partnerami. W praktyce jest to sieć siedmiu europejskich festiwalu z siedmiu różnych krajów: Polski (Międzynarodowy Festiwal Filmowy Nowe Horyzonty), Islandii (Reykjavik IFF), Portugalii (IndieLisboa IFF), Rumunii (Transilvania IFF), Hiszpanii (FILMADRID IFF), Grecji (Thessaloniki IFF) oraz Litwy (Vilnius IFF Kino Pavasaris). Działalność Smart7 ma na celu wspieranie i promowanie ogólnoeuropejskiej dystrybucji filmów tworzonych przez początkujących twórców o wyjątkowym podejściu do kina oraz sprzyjanie dynamicznej wymianie idei między artystami a publicznością festiwalową. Smart7 koncentruje się na filmach, które nie mają wsparcia agentów sprzedaży, w związku z czym sieć funkcjonuje na zasadzie parasola ochronnego: początkujący artyści nie występują indywidualnie, ale zostają wzmocnieni w grupie, a dodatkowo zyskują szansę na wymianę doświadczeń oraz zdobycie różnych form wsparcia od naszych partnerów.

Jak zrodził się pomysł na Smart7? Jaka idea stoi za stworzeniem sieci?

MARCIN: (pomysłodawca sieci i wieloletni dyrektor MFF Nowe Horyzonty): Pomysł stworzenia sieci europejskich festiwalu zrodził się w bardzo trudnym momencie dla branży kinowej – w trakcie pandemii. Potrzebowaliśmy

ciała, które będzie zrzeszać festiwale o zbliżonej wizji i zainteresowaniach programowych, stając przed podobnymi wyzwaniem i problemami. Zależało nam, żeby się rozwijać i uczyć od siebie, wzajemnie się motywować i razem radzić sobie w coraz bardziej wymagającej rzeczywistości. Stąd pomysł serii międzynarodowych warsztatów dla pracowniczek i pracowników festiwalu filmowych, gdzie mogliby wymieniać się swoim know-how. To niezwykle cenna inicjatywa. Wiedzieliśmy również, że w grupie siła – dzięki naszej współpracy i determinacji możemy wesprzeć obieg filmów arthouse'owych, które często są pomijane przez największe i najlepiej promowane festiwale. Cieszę się, że Smart7 się rozwija i mam nadzieję, że będzie wzorem dla innych sieci festiwalu w Europie.

Stowarzyszenie Nowe Horyzonty jest liderem projektu. Co w praktyce oznacza pełnienie tej roli i jakie obowiązki się z tym wiążą?

DOROTA: Przede wszystkim jesteśmy głównym kontaktem w rozmowach z EACEA. Do naszych obowiązków należy czuwanie nad realizacją programu. Odpowiadamy za koordynację działań, sporządzamy sprawozdania po kolejnych edycjach programu, zajmujemy się dystrybucją środków finansowych pomiędzy uczestnikami projektu (na podstawie wcześniej uzgodnionych podziałów, które mogą się różnić w zależności od roli festiwalu w danym roku). Naszym zadaniem jest również integrowanie całej sieci. Stanowimy siłą napędową, która dała impuls do realizacji i rozwoju pierwotnej idei projektu, a teraz dbamy o to, by wszyscy partnerzy byli zaangażowani i zmotywowani.



DOROTA LECH

dyrektorka MFF Nowe Horyzonty i selekcyjna Toronto International Film Festival, gdzie odpowiada za wybór produkcji z Europy Środkowej, Wschodniej i Południowo-Wschodniej.



ALICJA KOWALSKA

dyrektorka operacyjna festiwalu organizowanych przez Stowarzyszenie Nowe Horyzonty.

Jednym z elementów Smart7 jest wspólna sekcja konkursowa prezentowana na wszystkich festiwalach sieci. Jakie filmy trafiają do programu i jakie są najważniejsze kryteria ich wyboru?

DOROTA: Efektem naszej współpracy jest wybór filmów arthouseowych (po jednym z każdego kraju członkowskiego) prezentowanych w sekcji konkursowej na wszystkich siedmiu festiwalach – zarówno stacjonarnie, jak i online – w latach 2023 i 2024 oraz ponownie w latach 2025 i 2026.

Selekcjonerzy z poszczególnych krajów zgłaszają swoich kandydatów: filmy debiutantek i debiutantów. Każdy festiwal proponuje kilka tytułów do wyboru; ta liczba zmienia się co roku, w zależności od liczby, jakości i dostępności wyprodukowanych w ramach danej kinematografii filmów. Zestaw konkursowy zostaje wyłoniony w toku dyskusji w gronie selekcjonerów. Nie jest to łatwy i szybki proces – nie każdy film, który miał świetny odbiór w konkretnym kraju, sprawdzi się także w innym kontekście: kulturowym, obyczajowym czy politycznym. Czasem zaskakuje nas, jak bardzo może się różnić odbiór jakiegoś tytułu pomiędzy uczestnikami naszych dyskusji. Nie każdą historię da się przetłumaczyć na inne realia, ale mamy pewność, że te, które zostają ostatecznie wybrane, łączą unikalną, lokalną perspektywę i uniwersalny przekaz. Smart7 jest więc dialogiem i wymianą; zbiorowym głosem europejskiej młodości.

Pod koniec festiwalowej trasy międzynarodowe jury złożone z młodych krytyczek i krytyków wybierze zwycięskiego reżysera, który otrzyma nagrodę w wysokości 5 000 euro. W 2025 roku konkurs Smart7 wygrała portugalska reżyserka Denise Fernandes ze swoim debiutanckim pełnometrażowym filmem *Hanami*. Ogłoszenie zwycięzcy miało miejsce podczas gali zamknięcia 65. Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Salonikach.

W projekcie Smart7 osoby studiujące z siedmiu krajów tworzą międzynarodowe jury. Skąd wziął się pomysł na takie rozwiązanie i jaką rolę odgrywa ono w całym projekcie?

ALICJA: To bardzo ważny element projektu, który umożliwi siedmiu kreatywnym, wrażliwym i – co najważniejsze – zakochanym w kinie osobom spojrzeć na festiwale filmowe z innej perspektywy. Rola młodych krytyków jest dziś szczególnie ważna: ich autentyczność i wrażliwość pomagają lepiej zrozumieć kierunki, w jakich rozwija się kino, oraz oczekiwania nowej widowni. Jednocześnie wciąż stosunkowo niewiele inicjatyw w pełni wykorzystuje ich potencjał i aktywnie wspiera ich rozwój.

Od początku zależało nam na tym, aby w jakimś stopniu torować młodym osobom drogę do udziału w międzynarodowych wydarzeniach i dzięki temu pomagać im budować pozycję w środowisku filmowym.

Smart7 działa już od blisko czterech lat. Czy po tym czasie widać konkretne zmiany w sposobie organizacji festiwalu uczestniczących w projekcie? Jakie doświadczenia okazały się najcenniejsze?

ALICJA: Regularny kontakt z przedstawicielami sieci i uczenie się od siebie nawzajem to bez wątpienia najcenniejsze doświadczenie dla osób zaangażowanych w organizację wydarzenia. Budowanie relacji między nami nie tylko umożliwia wymianę pomysłów, ale także wspiera wypracowywanie wspólnych reakcji na wyzwania dotyczące całej branży. Właśnie wróciliśmy z Międzynarodowego Festiwalu Filmowego Kino Pavasaris odbywającego w Wilnie, podczas którego odbyliśmy serię spotkań między zespołami zajmującymi się obsługą gości, sprzedażą czy wolontariatem. Poza szeregiem inspiracji, które przywieźliśmy ze sobą do Polski, ustaliliśmy kolejne kroki w poszerzaniu współpracy, między innymi poprzez wymianę osób z ekip wolontariackich między festiwalami.

Projekt Smart7 po raz drugi otrzymał wsparcie w ramach komponentu MEDIA. Czym kolejna edycja różni się od pierwszej? Czy w ramach kontynuacji inaczej rozkładacie akcenty lub rozwijacie nowe działania?

DOROTA: Blisko cztery lata trwania projektu i wspólnego rozwoju wzmocniły naszą

Potrzebowaliśmy ciała, które będzie zrzeszać festiwale o zbliżonej wizji i zainteresowaniach programowych, stające przed podobnymi wyzwaniami i problemami.



Smart 7, fot. Wojciech Chrubasik, mat. organizatora



Spotkanie sieci Smart 7 podczas MFF Nowe Horyzonty, fot. Natalia Ratajczyk, mat. organizatora

współpracę i sprawiły, że festiwale sieci Smart7 stały się jeszcze bardziej ze sobą związane. Wspólne cele poszczególnych uczestników zaowocowały stworzeniem deklaracji wartości, zawartej w tak zwanej umowie sieci, która podkreśla szacunek, inkluzywność, równowagę płci oraz zrównoważone praktyki, odzwierciedlając zarówno interesy poszczególnych członków, jak i całej sieci.

W ramach Smart7 zobowiązaliśmy się również do promowania świadomości ekologicznej i zrównoważonego rozwoju we wszystkich działaniach – od programów festiwalowych, przez działania komunikacyjne i marketingowe, po warsztaty i praktyki wprowadzane w zespołach. Wszystkie siedem festiwali jednomyślnie przyjęło te ustalenia, deklarując zaangażowanie w działania przyjazne środowisku.

ALICJA: Coraz większą uwagę poświęcamy refleksji nad tym, jak zmienia się widownia i w jaki sposób festiwale mogą i powinny na te zmiany odpowiadać. Interesuje nas nie tylko to, kto uczestniczy w naszych wydarzeniach, ale też jakie są jego potrzeby. Dlatego głównymi tematami naszych rozmów są działania związane z budowaniem i angażowaniem publiczności, a także pomysły na mocniejsze podkreślenie znaczenia dialogu między twórcami i młodym pokoleniem odbiorców. Przyglądamy się również szerzej roli festiwali w kontekście społeczno-ekonomicznym: analizujemy wpływ na lokalne gospodarki oraz budowanie

międzynarodowych relacji. To temat, który wciąż nie jest wystarczająco obecny w dyskusji, dlatego zależy nam na tym, aby coraz częściej go podejmować.

**Jak widzicie przyszłość sieci Smart7?
Czy myślicie o dalszym rozwoju projektu?
W jakim kierunku może rozwijać się w kolejnych latach?**

DOROTA: Wizja Smart7 pozostaje niezmienna – wybieramy europejskie filmy, które trafiają do szerokiej publiczności, zarówno widzów, jak i międzynarodowej branży i przedstawicieli mediów. Skupiamy się na jasnych zasadach selekcji i kuratorowania oraz na wymianie wiedzy i doświadczeń między partnerskimi festiwalami.

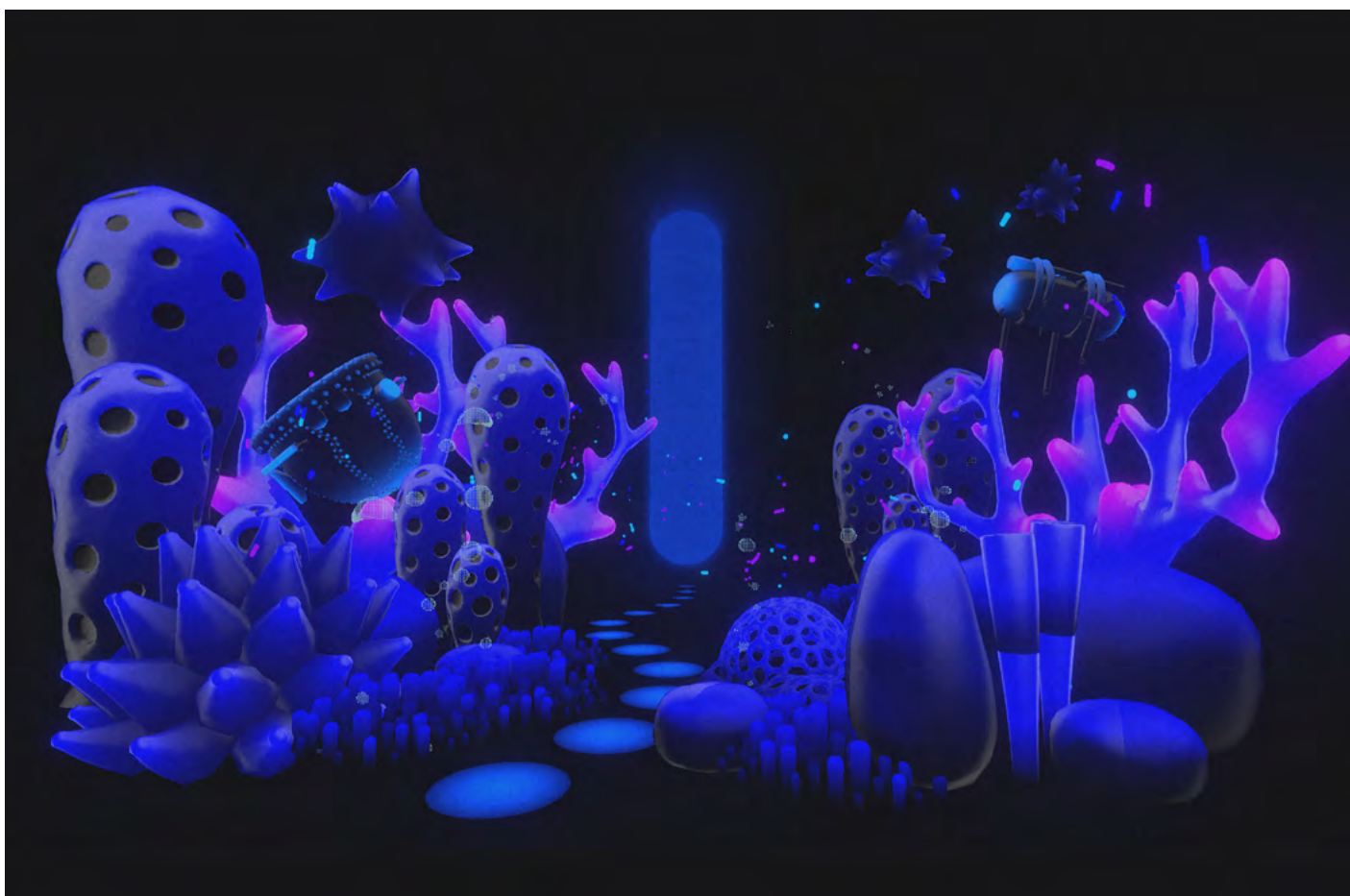
W nadchodzących latach naszym celem będzie kontynuacja dotychczasowej pracy i utrzymanie bieżących działań, w tym corocznych warsztatów, a przede wszystkim prezentowanie wybranych filmów obiecujących twórczyń i twórców z Europy. Co warto podkreślić: promocja wartościowego kina podczas siedmiu festiwali to jedno – wspieramy filmy również na platformie Festival Scope, zapewniając reżyserkom i reżyserom szeroką ekspozycję i dostęp do międzynarodowej publiczności online.

Obecnie przygotowujemy wniosek na trzecią edycję wsparcia komponentu MEDIA Kreatywnej Europy i planujemy kolejne kroki rozwoju sieci. Nasza współpraca jest silna, a przyszłość Smart7 rysuje się w jasnych barwach. ■

Coraz większą uwagę poświęcamy refleksji nad tym, jak zmienia się widownia i w jaki sposób festiwale mogą i powinny na te zmiany odpowiadać. Interesuje nas nie tylko to, kto uczestniczy w naszych wydarzeniach, ale też jakie są jego potrzeby.

Aquatia: immersyjny Lem

Aquatia to nowy projekt VR rozwijany w ramach schematu Video Games and Immersive Content Development – immersyjna adaptacja opowiadania Stanisława Lema *Doradcy króla Hydropsa*. Marta i Paweł Szarzyńscy opowiadają o przełożeniu lemowskiej satyry na język interaktywnego doświadczenia.



Aquatia, mat. Kirhouse

W 2024 roku otrzymaliście dofinansowanie na rozwój projektu immersyjnego „Aquatia”. Czy moglibyście opowiedzieć, jaka historia bądź historie będą kryły się pod tym tytułem?

PAWEŁ: *Aquatia* to immersyjna adaptacja opowiadania Stanisława Lema *Doradcy króla Hydropsa*. To tekst, który Lem napisał jako satyrę polityczną osadzoną w podwodnym królestwie. U nas ta historia staje się dramatem politycznym z dużą dawką absurdu i irracjonalnej abstrakcji, bo Lem dał nam do tego idealne narzędzia – jego świat już w oryginale jest groteskowy i niepokojący znany jednocześnie. Przenosimy widza w samo centrum podwodnego dworu, gdzie polityka i władza wyglądają dokładnie tak samo śmiesznie i przerażająco jak na lądzie.

Nasze nowe doświadczenie to jest też piękna podwodna przygoda, w której użytkownik będzie mógł poznać postaci ze świata Lema.

MARTA: Nasze nowe doświadczenie to jest też piękna podwodna przygoda, w której użytkownik będzie mógł poznać postaci ze świata Lema, a także odkryć wspaniałą planetę, zamieszkiwaną przez piękne niebiologiczne stworzenia. Zabieramy widza do samego środka tętniącego mechanicznym życiem miasta. Dzięki wsparciu Video Games and Immersive Content Development mogliśmy przetestować różne rozwiązania i lepiej zrozumieć, jak angażować odbiorców. Ta możliwość pozwoliła nam nie tylko udoskonalić nasze projekty, ale też odkryć nowe perspektywy i inspiracje. W efekcie możemy tworzyć bardziej angażujące i głębsze doświadczenia.

Jest to wasz kolejny projekt, który nawiązuje do twórczości Lema. Animacja „Cosmogonic” nawiązywała do opowiadania „Uranowe uszy” ze zbioru „Bajki robotów”. Czy podczas pracy nad „Cosmogonikiem” wiedzieliście, że będziecie czerpać kolejne pomysły do projektów z jego twórczości? Dlaczego Lem?

MARTA: Tam, gdzie pokazywaliśmy *Cosmogonica* – doświadczenie immersyjne trwające osiem minut – często pytano nas, dlaczego jest ono tak krótkie. Sami również czuliśmy niedosyt i mieliśmy wrażenie, że świat przedstawiony w książce Stanisława Lema *Bajki robotów* jest tak różnorodny, że daje ogromne możliwości dalszych eksploracji. Chcielibyśmy sięgnąć po kolejne historie i rozwinąć je w podobnej, immersyjnej formie.

Ta książka jest prawdziwym skarbem wspaniałych opowieści, które pozostają aktualne, a postaci wymykające się prostym klasyfikacjom gatunkowym są po prostu fascynujące.

PAWEŁ: Przy projekcie *Cosmogonic* ta myśl gdzieś z tyłu głowy była, ale szczerze – nie było to żadne świadome planowanie serii. Pierwszy projekt w VR to było dla nas spore wyzwanie technologiczne i realizacyjne, więc głowa była zajęta głównie tym, żeby w ogóle to dowieźć. Kiedy się udało i zobaczyliśmy, że ten format działa, pomysł na kolejny projekt z Lемом wrócił już o wiele silniejszy i bardziej konkretny. A dlaczego Lem – jego teksty mają w sobie coś, co wyjątkowo dobrze współgra z VR-em: światy w których aż chce się fizycznie znaleźć.

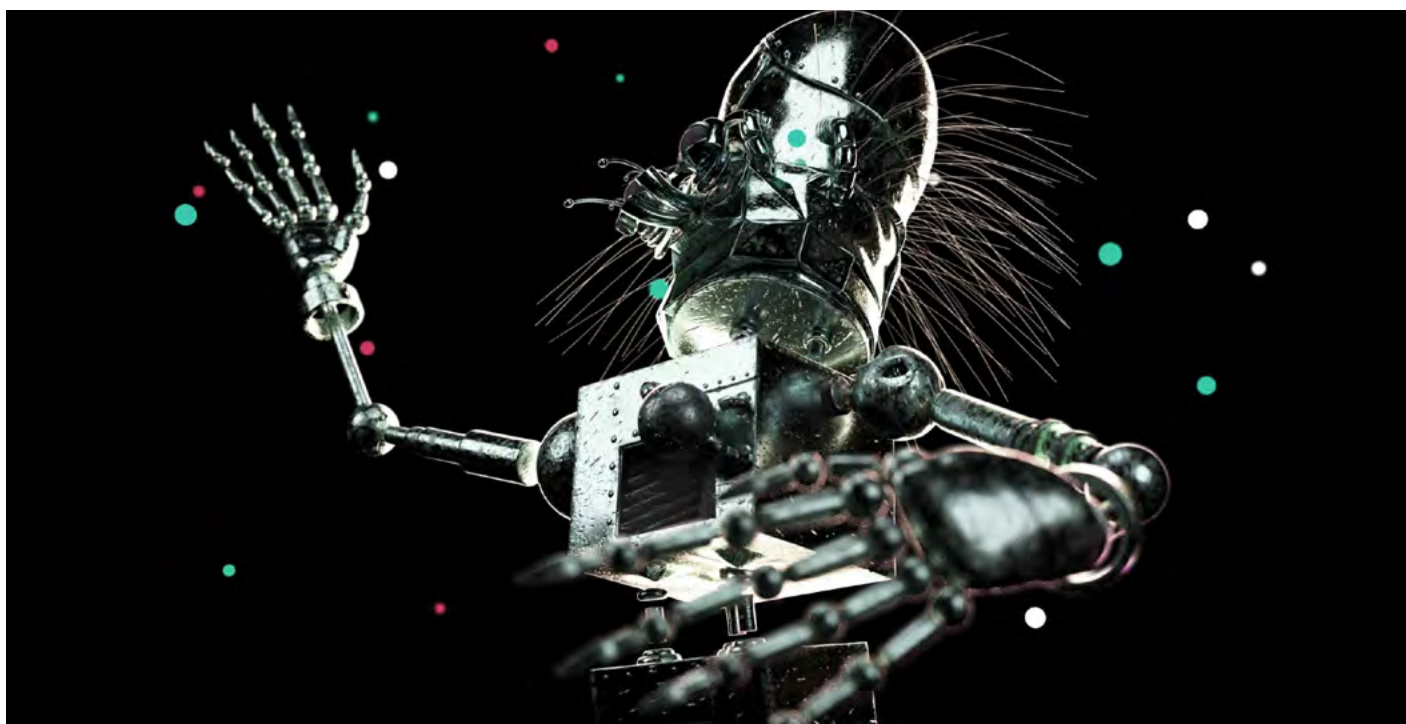
Czym będzie się różnić „Aquatia” od „Cosmogonica”? Czy planujecie zastosować inne rozwiązania technologiczne? W jaki sposób osoby uczestniczące będą mogły odkrywać ten świat? Tym razem będziemy mieli okazję zanurzyć się w podwodnym królestwie.

PAWEŁ: Różnice są ogromne, w pewnym stopniu to dwa inne doświadczenia. *Cosmogonic* był linearny w sposobie prowadzenia widza, natomiast *Aquatia* to wielowątkowa fabuła ze swobodą eksploracji podwodnego świata i możliwością wchodzenia w interakcje z otoczeniem i postaciami. Dużo czasu i energii włożyliśmy w opracowanie własnego systemu poruszania się *Grab & Pull Locomotion*, pozwalającego widzom dosłownie pływać przez podwodne królestwo za pomocą gestów rąk, co przypomina prawdziwe nurkowanie. To nie był gotowy silnik, który po prostu wzięliśmy z półki, tylko coś, co rozwijaliśmy dość długo, żeby ruch był intuicyjny i żeby naprawdę dawał poczucie zanurzenia w tym świecie.

Na poziomie wizualnym czerpaliście inspirację z twórczości Daniela Mroza, członka legendarnej Grupy Krakowskiej, grafika i rysownika, który wykonał ilustracje do wielu utworów Lema. Czy w „Aquatii” pojawią się ponownie nawiązania do jego ilustracji?

PAWEŁ: Tak, Mróz jest dla nas kluczową inspiracją i to się nie zmieniło, jego estetyka świetnie współgra z lemowskim światem. Ale

Dużo czasu i energii włożyliśmy w opracowanie własnego systemu poruszania się Grab & Pull Locomotion, pozwalającego widzom dosłownie pływać przez podwodne królestwo.



Cosmogonic, mat. Kinhouse

przy *Aquatii* pozwoliliśmy sobie na więcej własnych pomysłów i własnego języka wizualnego. Istotny kontekst jest taki, że VR to wciąż rozwijająca się technologia z konkretnymi ograniczeniami sprzętowymi, które bezpośrednio wpływają na to, jak może wyglądać grafika, i trzeba to brać pod uwagę już na etapie projektowania świata. Doświadczenie z *Cosmogonica* bardzo nam pomogło, bo wiedzieliśmy (w większym stopniu) co działa, a co nie, i byliśmy w stanie zaprojektować postacie i środowisko od początku z myślą o VR, a nie próbować później dostosowywać coś, co nie brało tego medium pod uwagę.

Wasze projekty mają duży potencjał dystrybucji międzynarodowej. „Cosmogonic” był prezentowany między innymi podczas Cannes XR w ramach Marché du Film na Festiwalu Filmowym w Cannes oraz podczas NewImages w Paryżu. Czy moglibyście opowiedzieć o waszych planach dystrybucyjnych? Czy planujecie podobną strategię dystrybucyjną?

MARTA: Zdecydowanie tak – co więcej, chcemy tę strategię jeszcze rozwinąć i wzmocnić. Doświadczenie z *Cosmogonikiem* pokazało nam, że obecność na kluczowych światowych platformach XR, takich jak Cannes XR czy NewImages, nie tylko buduje widoczność projektu, ale także otwiera kanały dystrybucji i współpracy międzynarodowej. W przypadku *Aquatii* myślimy o dystrybucji w sposób wielowarstwowy. Z jednej strony stawiamy na najbardziej prestiżowe festiwale immersyjne i rynki branżowe – to naturalne środowisko dla projektów VR, gdzie spotykają się kuratorzy, dystrybutorzy i platformy technologiczne. Z drugiej strony rozwijamy ścieżkę dystrybucji poprzez platformy cyfrowe i współpracę z partnerami technologicznymi, szczególnie w kontekście headsetów nowej generacji, takich jak Meta Quest. Co istotne, *Aquatia* od początku jest projektowana jako doświadczenie globalne – dostępne w wielu językach i oparte na uniwersalnym świecie inspirowanym twórczością Stanisława Lema, który sam w sobie ma ogromny potencjał międzynarodowy. To pozwala nam myśleć nie o jednorazowym wydarzeniu festiwalowym, ale o długofalowym życiu projektu – w muzeach, galeriach, na platformach VR i w przestrzeniach edukacyjnych.

Naszą ambicją jest stworzenie tytułu, który będzie podróżował po świecie tak jak *Cosmogonic*, ale jednocześnie pójdzie krok dalej – jako część większego „Lem Universe”. Chcielibyśmy zbudować rozpoznawalną markę immersyjnych doświadczeń z Europy, konkurencyjnych na globalnym rynku.



Marta Szarzyńska i Paweł Szarzyński

Czy macie jakieś podpowiedzi, wskazówki dla przyszłych aplikujących?

MARTA: Przede wszystkim warto potraktować aplikację nie jako formalność, ale jako bardzo ważny etap kreatywnego rozwoju projektu. To moment, w którym naprawdę trzeba się zatrzymać i zadać sobie fundamentalne pytania: czym ten projekt jest, dlaczego ma znaczenie i gdzie chcemy go zaprowadzić.

Naszym zdaniem kluczowe jest rozłożenie projektu na czynniki pierwsze i spojrzenie na niego szerzej niż tylko przez pryzmat produkcji. Dziś rynek jest niezwykle konkurencyjny – powstaje ogromna liczba projektów, dlatego nie wystarczy dobry pomysł. Trzeba znaleźć coś, co wyróżni go na poziomie idei, formy lub doświadczenia widza.

Bardzo ważne jest też wyjście poza standardowe myślenie. Aplikacja to przede wszystkim opowieść o przyszłości projektu – o jego potencjale międzynarodowym, o ścieżce dystrybucji, o tym, jak wpisuje się w dynamicznie zmieniający się rynek i nowe modele odbioru treści.

Bo ostatecznie nie chodzi tylko o to, żeby projekt powstał, ale żeby naprawdę miał gdzie i jak żyć w świecie.

PAWEŁ: Najważniejsze to nie bać się aplikować! ■

Bo ostatecznie nie chodzi tylko o to, żeby projekt powstał, ale żeby naprawdę miał gdzie i jak żyć w świecie.

W stronę kina dostępnego dla wszystkich

wywiad z **Joanną Stankiewicz**, liderką projektu Cinema Without Barriers, realizowanego przez Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu

Za nami trzecie Forum bez barier. O kinie dostępnym, w którym wzięło udział blisko dwieście pięćdziesiąt osób z Polski, Wielkiej Brytanii, Rumunii, Norwegii, Belgii, Holandii, Chorwacji, Słowacji i USA, by wspólnie porozmawiać o dostępności. Forum jest częścią międzynarodowego projektu Cinema without Barriers, współfinansowanego w ramach schematu Audience Development and Film Education w komponencie MEDIA.

Czy myślisz, że trzy edycje Forum bez barier przyczyniły się do stworzenia wspólnoty liderek i liderów działających na rzecz dostępności kina nie tylko w Polsce, ale także poza jej granicami?

Obserwuję, że od czasu, gdy zaczęliśmy działać jako Kino bez barier i realizować Forum bez barier. O kinie dostępnym (w 2024 roku), nastąpiła zmiana – nie tylko w Polsce, ale i na poziomie europejskim. Dostępność przestała być tematem niszowym, coraz częściej pojawia się na wydarzeniach branżowych w Polsce. Choćby w ubiegłym roku: ten temat był obecny podczas Forum wokół Kina, Konferencji Kin Studyjnych czy Forum Edukacji Filmowej oraz na Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni. Europa Cinemas promuje go, włączając dostępność w programy główne organizowanych wydarzeń (konferencja w Wilnie w 2024 roku, Bologna LAB w 2025). W tym roku temat dostępności na pewno pojawi się na festiwalu Millennium Docs Against Gravity oraz w działaniach Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych. O polskim Cinema without Barriers opowiadałam na konferencji kin w Norwegii, ale też na konferencji The European Digital Cinema Forum. To, że temat zyskuje na znaczeniu, to zasługa wielu osób i inicjatyw, ale zauważam również wpływ tego, co robimy w ramach Kina bez barier / Cinema without Barriers od 2022 roku. To na Forum udało się zebrać w jednym miejscu osoby, które działają w dostępności kultury filmowej od wielu lat, oraz szeroko pojętą branżę kinową, która zauważyła potencjał rozwojowy w realizowaniu dostępności. W tym roku rozszerzyliśmy tę wspólnotę na inne kraje europejskie. Coraz więcej osób zaczyna działać na rzecz dostępności – w bardzo różnych obszarach – i w tym leży nasza siła. Działając wspólnie, naprawdę możemy coś zmienić. Takim liderem

wśród dystrybutorów jest Czarek Kruszewski z Next Film, dostępność dla osób z doświadczeniem migranckim rozwija pięknie Gosia Kuzdra, między innymi z Gosią Niestrawską w Kinie Echo w Jarocinie, gdzie realizowany jest program Kina bez barier. Karol Piekarczyk z MDAG staje się liderem dostępności festiwalu filmowych, z kolei Justyna Mańkowska, od wielu lat związana z dostępnością, wprowadza tematykę zdrowia psychicznego, treści wrażliwych i ratingu i inspiruje innych. Za granicą taką rolę liderką pełnią między innymi IncluCine i Kino Usmev w ramach Caring Cinema, Ligia Soare w Rumunii, Maja Ogrizovic w Chorwacji, osoby związane z Kulturni Dom Cerknica w Słowenii, Kino Lumiere, festiwal Jeden Svet w Bratysławie i w Czechach, ale też na przykład Greta App i jej twórczyni Seneit Debese, a także wiele, wiele innych osób, które poznajemy przy okazji wizyt na wydarzeniach branżowych w Europie.

Czy zaobserwowałaś jakieś rozwiązania w obszarze dostępności, które moglibyśmy przełożyć na naszą polską rzeczywistość?

W Polsce na pewno borykamy się z brakiem systemu ratingu i wytycznych dotyczących tworzenia oznaczeń o treściach wrażliwych. Tym tematem jakiś czas temu zajęła się Justyna Mańkowska z Fundacji Katarynka, a rozwija go między innymi Zespół Edukatorów Filmowych w ramach *Księgi ratingu*. Forum pokazało, że każdy kraj, każda inicjatywa ma potencjał inspirowania innych i to jest duża wartość. W tej dziedzinie nie ma przymusów, wszyscy się uczymy. To czego nam jednak brakuje, to wspólny zasób wiedzy, narzędzi i dobrych praktyk – zarówno w skali kraju, jak i na poziomie europejskim. Centralna instytucja zarządzająca dostępnością ułatwiłaby przepływ wiedzy, umożliwiła standaryzację praktyk, a w dalszej kolejności



JOANNA STANKIEWICZ

działa również w Inicjatywie Film dla Wszystkich oraz grupie roboczej do spraw dostępności kinematografii przy radzie dostępności przy Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej.



Forum Bez Barier 2026, fot. Maciej Zakrzewski, mat. organizatora

pozwołała na ich rozwój. Teraz wiedza jest rozproszona, a my nie zawsze mamy do niej dostęp i przez to wiele inicjatyw wymyśla koło na nowo, co jest marnotrawieniem zasobów. Lepiej czerpać od innych i uczyć się na popełnionych przez nich błędach. O tym w kontekście badań rozmawiali na Forum Anna Jankowska, Sonia Szkriba, Bartek Lis i Barbora Andor Tothova.

Szczególną wartością projektów międzynarodowych jest to, że dają przestrzeń do wymiany doświadczeń i uczenia się od siebie nawzajem. To, co w jednej organizacji jest nowością, w innej bywa codzienną praktyką (i odwrotnie). Czy mogłabyś przybliżyć, co udało wam się wspólnie wypracować z partnerami międzynarodowego projektu Cinema Without Barriers?

Świetnie, że zwracasz na to uwagę. Od samego początku prowadziliśmy ten projekt tak, aby móc czerpać nawzajem ze swoich doświadczeń, ale też testować rozwiązania z jednego miejsca w innych. I to nam się udało. Startowaliśmy z różnych poziomów. W Polsce mieliśmy stworzony model kina bez barier i duże zasoby, choćby w postaci osób i firm zajmujących się dostosowywaniem filmów. W Rumunii, gdy zaczęliśmy współpracę, nie było osób tworzących audiodeskrpcje, bardzo mało osób zajmowało się przygotowaniem napisów rozszerzonych. Te zawody dopiero się tam tworzą.

Ale jednocześnie to od Rumunii możemy się uczyć, jak włączać społeczność Głuchych dzieci do kultury filmowej poprzez dostępną edukację filmową. Podobnie jak od Słowaków i Słowaczek. Nasz partner Kino Lumiere zainicjował spotkania prowadzone przez Głuchych moderatorów i Głuche moderatorki. My jeszcze jesteśmy przed pierwszym takim wydarzeniem. Kulturowi Dom Cerknica uczy nas, jak działać w mniejszych społecznościach i jak współpracować z innymi instytucjami oraz kinami przy realizacji kolejnego projektu Kina bez barier – edycji słoweńskiej. Z kolei Tiszapart Mozi pokazuje, jak dostępność może stać się stałym elementem kina będącego firmą rodzinną.

Czy mogłabyś zdradzić plany dotyczące dalszego budowania modelu Kina bez barier? Czy myślisz, że na bazie tego partnerstwa mogłaby powstać większa sieć kin?

Tak, pracujemy nad tym – zarówno my, na poziomie polskim, jak i nasi partnerzy w swoich krajach. Złożyliśmy wniosek do programu Collaborate to Innovate Europa Cinemas, dzięki któremu chcemy rozwijać coś w rodzaju znaku jakości czy certyfikatu Kina bez barier w Polsce. Po pilotażu w Polsce będziemy chcieli kontynuować tego rodzaju działania na poziomie europejskim – z naszymi dotychczasowymi partnerami i innymi krajami. Nadal będziemy również organizować Forum bez barier. O kinie dostępnym.

Od samego początku prowadziliśmy ten projekt tak, aby móc czerpać nawzajem ze swoich doświadczeń, ale też testować rozwiązania z jednego miejsca w innych.

→ ciąg dalszy na następnej stronie

Czy mogłabyś podpowiedzieć, jak zdobywać wiedzę w zakresie dostępności?

W jaki sposób ty zdobywasz wiedzę?

Warto śledzić naszą stronę: ps.ckzamek.pl i nasz kanał na Facebooku (@kinobezbarier-poznan). Publikujemy tam regularnie dwujęzyczne raporty z badań i *Narzędziowniki kina dostępnego* (wydaliśmy dotychczas dwie części, ale mamy w planach kolejne). Jeśli chodzi o badania, to Narodowe Centrum Kultury może być skarbnicą wiedzy. Za granicą to między innymi Caring Cinema, ale też nowa inicjatywa Festiwalu Jeden Svet z Czech – Access Pass skierowany głównie do organizatorów festiwalu filmowych. W Wielkiej Brytanii warto śledzić TripleC Manchester i Independent Cinema Office. W Portugalii Acesso Cultura. Z USA ReelAbilities. Źródłem inspiracji może być również Zero Project. A jeśli korzystamy z mediów społecznościowych, to kanały samorzeczników i samorzeczniczek. Jest ich sporo i to najlepszy sposób, żeby poszerzać swoją wiedzę.

Czy mogłabyś podpowiedzieć najważniejsze kroki, jakie należy podjąć przy tworzeniu projektów dostępnych? W działaniach CK Zamek podkreślacie rolę badań i komunikowania się z odbiorcami.

Mogę opowiedzieć na własnym przykładzie, bo zanim w 2022 roku zaczęłam pracę przy Kinie bez barier, które współtworzyłam od początku z Jakubem Walczykiem, miałam niewiele styczności z dostępnością kultury filmowej. Zaczęłam od przeczytania wszystkich badań i poradników, które zostały opublikowane w języku polskim na temat dostępności kultury. Dzięki temu nabrałam pewności siebie na tyle, że zwróciłam się do potencjalnych odbiorców i odbiorczyń naszych działań, a więc osób z niepełnosprawnościami. Umawiałam się na kawę z każdą osobą i organizacją chętną, by opowiedzieć mi o potrzebach osób, z którymi współpracuję, rozmawiałam z naszymi widzami i widzkami, zalajkowałam wszystkie profile samorzeczników i samorzeczniczek, jakie podpowiedział mi algorytm Instagrama. I tak działam do teraz. Rozmawiam z ludźmi i staram się uczestniczyć w warsztatach i konferencjach, na których pojawia się temat dostępności, nie tylko w kontekście kultury filmowej. Ale też po prostu czytam to, co się pojawia – zarówno jeśli chodzi o badania, poradniki, jak i studia przypadków czy posty samorzeczników i samorzeczniczek oraz aktywistów i aktywistek. To świetne źródła informacji. ■

Porozmawiajmy o szkoleniach

o programie Audiovisual Women opowiada
Marzena Cieślik



Cykl poświęcony inicjatywom szkoleniowym dofinansowanym w komponencie MEDIA. W każdym numerze magazynu polscy uczestnicy europejskich warsztatów odpowiadają na szereg pytań, dzieląc się doświadczeniem i wrażeniami.

AUDIOVISUAL WOMEN

To program liderki skierowany do kobiet zajmujących stanowiska menedżerskie średniego i wyższego szczebla w europejskiej branży audiowizualnej. Program wzmacnia uczestniczkę, pomagając im mierzyć się z aktualnymi wyzwaniem sektora, rozwijać innowacyjne modele biznesowe oraz wykorzystywać możliwości wynikające z transformacji cyfrowej.

Jakie jest twoje doświadczenie zawodowe?

Jestem dyrektorką Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych. Z branżą filmową jestem związana od ponad piętnastu lat. Przed dołączeniem do zespołu KIPA pracowałam w Creative Europe Desk Polska, gdzie wspierałam polskich profesjonalistów branży audiowizualnej w procesie ubiegania się o środki w ramach komponentu MEDIA programu Kreatywna Europa.

Wcześniej byłam odpowiedzialna za międzynarodową promocję polskich filmów i branży w Polskim Instytucie Sztuki Filmowej. Brałam udział w wielu krajowych i międzynarodowych wydarzeniach branżowych oraz szkoleniach.

W latach 2017–2019 byłam ekspertką PISF, a w latach 2024–2025 ekspertką Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Od 2024 roku jestem przedstawicielką Polski w Funduszu Eurimages, a od 2025 reprezentuję Polskę w pilotażowym programie Rady Europy wspierającym koprodukcje seriali.

Dlaczego zdecydowałaś się uczestniczyć w programie?

Program Audiovisual Women to jedno z nielicznych przedsięwzięć w Europie skierowanych do kobiet – liderki branży audiowizualnej. Istotne było dla mnie to, że program jest otwarty na specjalistki reprezentujące różnorodne kompetencje i doświadczenia, a nie

ogranicza się do jednej ścieżki zawodowej. Inicjatywa organizowana przez renomowany Erich Pommer Institute stanowi prestiżowy program edukacyjny w naszym sektorze i oferuje wsparcie w rozwoju kompetencji przywódczych, strategicznych i biznesowych.

Udział w nim daje mi możliwość pogłębienia wiedzy między innymi z zakresu zarządzania projektami filmowymi, finansowania, marketingu, dystrybucji oraz transformacji cyfrowej. Równie ważna była dla mnie możliwość poszerzenia sieci kontaktów – wymiany doświadczeń i budowania relacji z przedstawicielkami czołowych instytucji branżowych w Europie.

Jaki był zakres tematyczny warsztatów i jak wyglądała ich struktura?

Program Audiovisual Women jest podzielony na pięć modułów, z których dwa odbyły się stacjonarnie: pierwszy w Berlinie w listopadzie ubiegłego roku, drugi w Monachium na początku marca. Były to intensywne czterodniowe warsztaty skoncentrowane na budowaniu relacji między uczestniczkami oraz rozwijaniu ich kompetencji.

Dodatkowo w styczniu odbyło się dwudniowe spotkanie online. W międzyczasie mamy również dostęp do dodatkowych kursów internetowych oferowanych przez Erich Pommer Institute, które uczestniczki programu mogą wybierać indywidualnie. Przede mną jeszcze jedna, ostatnia sesja online, zaplanowana na koniec kwietnia, poświęcona kompetencjom związanym z zarządzaniem zasobami ludzkimi.

W programie bierze udział piętnaście uczestniczek – menedżerek średniego i wyższego szczebla z całej Europy: od Łotwy i Ukrainy, przez Austrię i Belgię, po Hiszpanię i Portugalię. Uczestniczki mają różnorodne doświadczenia zawodowe – część z nich jest producentkami, inne pracują na stanowiskach kierowniczych w firmach i instytucjach. Reprezentujemy szerokie spektrum europejskiego rynku audiowizualnego.

Zajęcia są prowadzone przez doświadczonych trenerki, które wspierają uczestniczki w rozwijaniu kompetencji przywódczych oraz wzmacnianiu ich pozycji w branży.

Czy udało ci się nawiązać podczas warsztatów nowe kontakty?

Tak, zdecydowanie. Jednym z najcenniejszych elementów programu była możliwość nawiązania nowych kontaktów z uczestniczkami z całej Europy. Intensywna formuła warsztatów sprzyjała budowaniu relacji, wymianie doświadczeń i wzajemnemu wsparciu. Dzięki temu powstała sieć profesjonalnych kontaktów,

które – mam nadzieję – będą rozwijać się także po zakończeniu programu, zarówno w kontekście przyszłych współprac, jak i dalszej wymiany wiedzy i doświadczeń.

Jak oceniasz przebieg szkolenia i które jego elementy były dla ciebie szczególnie wartościowe?

Szkolenie jest bardzo dobre – program został świetnie zaprojektowany zarówno pod względem merytorycznym, jak i organizacyjnym. Dużą wartością jest jego kompleksowość: łączy rozwój kompetencji przywódczych z praktyczną wiedzą dotyczącą funkcjonowania rynku audiowizualnego.

Bardzo wartościowa okazała się także praca warsztatowa w grupie, która pozwalała skonfrontować własne doświadczenia z perspektywą innych uczestniczek. Istotnym elementem programu była również możliwość wymiany wiedzy i dobrych praktyk z osobami działającymi w różnych krajach i segmentach rynku. To poszerza perspektywę i inspiruje do wdrażania nowych rozwiązań w codziennej pracy. Szczególnie ważne były dwa spotkania na żywo – umożliwiły one bardziej intensywną, bezpośrednią pracę warsztatową. To właśnie te sesje sprzyjały otwartej wymianie doświadczeń, pogłębionym dyskusjom i wzajemnemu wsparciu, co znacząco wpłynęło na jakość całego programu.

Czy program spełnił twoje oczekiwania?

Tak, program zdecydowanie spełnił moje oczekiwania, a pod wieloma względami nawet je przewyższył. Liczyłam przede wszystkim na rozwój kompetencji przywódczych oraz możliwość wymiany doświadczeń z innymi profesjonalistkami z Europy – i oba te cele zostały w pełni zrealizowane.

Dużym atutem programu okazała się jego praktyczna formuła, wysoki poziom merytoryczny oraz możliwość pracy w międzynarodowym, bardzo inspirującym środowisku. Szczególnie cenne było dla mnie połączenie wiedzy eksperckiej z elementami warsztatowymi oraz budowanie relacji, które mają szansę zaowocować w przyszłości.

Komu poleciłabyś ten program?

Program szczególnie poleciłabym kobietom pełniącym funkcje kierownicze w branży audiowizualnej, które chcą świadomie rozwijać kompetencje przywódcze i strategiczne. To także doskonała propozycja dla osób zainteresowanych poszerzeniem perspektywy międzynarodowej, budowaniem sieci kontaktów w Europie oraz pogłębianiem rozumienia dynamiki współczesnego rynku audiowizualnego. ■

Jednym z najcenniejszych elementów programu była możliwość nawiązania nowych kontaktów z uczestniczkami z całej Europy.



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego



Współfinansowane przez
Unię Europejską

Publikacja została sfinansowana przy wsparciu Komisji Europejskiej oraz Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Wyraża ona jedynie opinie jej autorów, a Komisja oraz MKiDN nie mogą zostać pociągnięte do odpowiedzialności w zakresie wykorzystania informacji w niej zawartych.

Creative
Europe
Desk Polska

Al. Ujazdowskie 41
00-540 Warszawa
+48 22 44 76 180



<https://kreatywna-europa.eu>



kreatywnaeuropa



creative_europe_desk_polska