



NEWSLETTER

przemysłów kreatywnych



SPIS TREŚCI

4 SEKTOR KREATYWNY

Ludzie i tradycja – rozmowa
z Anną Wróblewską

8 DOBRE POMYSŁY

UFO nad Tyrolem
Kolory w centrum miasta
Kulturalna przestrzeń z odzysku
Szklane gablotki i broszury...?
Słoneczny spacer

18 DOBRE PRAKTYKI

Na początku - rozmowa z Łukaszem Dzięciołem

www.kreatywna.lodz.pl



1. Ufotel, Tyrol
2. Centrum Kultury Warringah Creative Space
3. Napoli Metro, Karim Rashid, zdjęcie: Iwan Baan

OD REDAKCJI

Branża filmowa, jako jedna z kluczowych dla rozwoju łódzkiego sektora kreatywnego, dynamicznie ewoluuje i przeobraża się. Oddziałuje ona na inne branże, dając zatrudnienie bezpośrednio przy produkcji filmu, ale także w turystyce, branży gier i oprogramowania czy reklamie. Aktualny numer Newslettera w dużej mierze zdominowała tematyka filmowa, a to dzięki naszym rozmówcom. Dla lekkiego zróżnicowania prezentujemy również ciekawostki, praktyczne, i te mniej praktyczne rozwiązania z innych branż sektora kreatywnego, w tym wzornictwa, architektury czy multimediiów. Liczymy na to, że Newsletter będzie dla Państwa inspirującą lekturą, a efekty tej inspiracji zobaczymy w naszym najbliższym otoczeniu.

REDAKCJA

Redaktor naczelny: Maciej Mazerant

Współpraca: Maja Ruszkowska-Mazerant

Redakcja, korekta: Justyna Muszyńska-Szkodzik

Wydawca: ECC-CF, PURPOSE

www.purpose.com.pl

Adres redakcji: Kreatywni Samozatrudnieni 2014
90-722 Łódź, ul. Więckowskiego 16/200

www.kreatywnisamozatrudnieni.pl

e-mail: kontakt@kreatywnisamozatrudnieni.pl

Newsletter powstaje na zlecenie Urzędu Miasta Łodzi

Na okładce:

Napoli Metro, Karim Rashid

Zdjęcie: Iwan Baan for M.N. Metropolitana di Napoli S.p.A.
dzięki uprzejmości Karim Rashid

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego



Se-Ma-For w Łodzi
zdjęcie: archiwum UMŁ

Ludzie i tradycja

Mało które miasto może poszczycić się tyloma latami tradycji filmowej. Oczywiście, mówimy tu o Szkole Filmowej, jednej z najlepszych na świecie, o firmach i fachowcach, którzy swoje korzenie mają w instytucjach dzisiaj już nieistniejących.

**Z Anną Wróblewską
ekspertem od branży filmowej, związaną z Łódzką Filmówką
rozmawiał Maciej Mazerant**

**Łódź miastem przemysłów kreatywnych?
Co to oznacza dla Pani, jako osoby działającej
w jednej z najważniejszych branż sektora kre-
atywnego, czyli branży filmowej?**

Moim zdaniem to intencja, jak na razie. Ale jeśli ona jest, to oznacza, że są szanse, żeby Łódź stała się faktycznie takim miejscem. Siłą kreatywnej Łodzi są ludzie i tradycja. Tradycja i świadomość historii miasta pozwalają ludziom marzyć i realizować swoje pasje w zawodach artystycznych.

Czym wyróżnia się Łódź na tle innych europejskich i polskich miast, które inwestują w branżę filmową albo przynajmniej takie mają aspiracje?

Jeszcze raz powiem – tradycją. Mało które miasto może poszczycić się tyloma latami tradycji filmowej. Oczywiście, mówimy tu o Szkole Filmowej, jednej z najlepszych na świecie, o firmach i fachowcach, którzy swoje korzenie mają w instytucjach dzi-

siaj już nieistniejących. Dawny Se-Ma-For wydał z siebie pokolenia nowych animatorów. Dzisiaj prężnie działa prywatne studio Se-Ma-For, ale także bardzo dobra firma WJTeam, która również wykorzystuje tę tradycję. Jak również pierwszorzędne studio animacji Animapol, które zresztą w tej chwili otwiera się na nieoczywistą produkcję fabularną. Na ekrany wejdzie ich film dla dzieci – *Gabriel*. To duża odwaga produkować dzisiaj film dla dzieci.

Poza tym Łódź wyróżnia to, że miasto chce inwestować w film i zależy mu na budowaniu wizerunku poprzez film, jego historię i teraźniejszość. Widać to choćby na przykładzie rozwoju Muzeum Kinematografii – nowoczesnego ośrodka działającego w oparciu o wiedzę i inteligencję jego pracowników. To jedna z najbardziej pozytywnych instytucji w polskiej kinematografii. Bardzo się cieszę także, że nie roztrwoniono zbiorów dawnych wytwórni filmowych i ma-

gazyny taśm, kostiumów, rekwizytów czy rusznikarnia dzisiaj skupione są na terenie dawnej Wytwórni Filmów Fabularnych, starannie katalogowane, odnawiane, a i w miarę możliwości digitalizowane. Dziedzictwem materialnym zajmuje się zarówno łódzki oddział FilMOTEKI Narodowej, jak i Łódzkie Centrum Filmowe, instytucjonalny spadkobierca WFF.

Transmedia, crossmedia to przyszłość branży audiowizualnej. Transmedia można określić jako proces, w którym wielowątkowe elementy fikcji są przekazywane przez różne platformy medialne: telewizję, Internet, telefon, konsole gier, a każda z nich ma swój oddzielny wkład w tworzenie i rozwijanie medialnego świata.

W co Łódź powinna zainwestować, aby w pełni wykorzystać potencjał branży, kształcących się tu ludzi oraz działających przedsiębiorców?

W regionalny fundusz filmowy, który zresztą należy do najsprawniejszych w Polsce, kierowany jest przez świetnych, zaangażowanych młodych ludzi z urzędu miasta. W porządnym festiwal, którego nie zastąpią małe tematyczne imprezy, choćby najlepiej programowane i organizowane. We współpracy z lokalnymi przedsiębiorcami z branży, którzy są liderami w tej dziedzinie i mogliby wspólnie z miastem stworzyć rodzaj konsorcjum. A także, *last but not least*, w reklamę zagraniczną, choć dopóki nie ma korzystnych ulg dla inwestorów z zewnątrz, trudno będzie te usługi rozkręcić. W tej sytuacji dobry, międzynarodowy festiwal (niekoniecznie budowany od zera, można wykorzystać istniejące zasoby) stałby się także dobrą reklamą rynku audiowizualnego. Mam wrażenie, że do Łodzi wypada pojechać. Warto ten rodzaj snobizmu wykorzystać.

Czym Łódź mogłaby przyciągać kreatywnych z Polski i Europy, a może i świata? Czym zainteresowałaby Panią?

Przede wszystkim Łódź przyciąga świetnym poziomem szkolnictwa filmowego,

także filmoznawstwa. Wielkim atutem miasta są niezwykle lokacje zdjęciowe, unikatowa architektura, a przy okazji dobra baza noclegowa i transport. No i znakomita sieć kin, zarówno tych wielosalowych, jak i kin studyjnych na czele z niezastąpionym Kinem Charlie.

Kiedy należy rozpocząć przygotowanie kadr do pracy w branży filmowej? Czy powinno się tworzyć profilowane klasy? Od jakiego wieku ukierunkowywać edukację w stronę np. branży filmowej, nowych mediów?

Naukę zawodu czy rozwój pasji należy zacząć wtedy, kiedy poczuje się wolę bożą ku temu. Nie wcześniej i nie później.

Jakie obszary działalności gospodarczej związane z filmem, produkcją wideo mają przyszłość? W jaką wiedzę powinni inwestować młodzi ludzie, którzy chcą związać swoją zawodową przyszłość z „kamerą”?

Przede wszystkim w wiedzę związaną z technologią nowych mediów. Transmedia, crossmedia to przyszłość branży audiowizualnej. Transmedia można określić jako proces, w którym wielowątkowe elementy fikcji są przekazywane przez różne platformy medialne: telewizję, Internet, telefon, konsole gier, a każda z nich ma swój oddzielny wkład w tworzenie i rozwijanie medialnego świata. Poza tym przyszłość ma to, co ma ugruntowaną markę, tradycję, co identyfikuje podmioty tej branży. Myślę tu na przykład o słynnym mechanizmie lalki z Se-Ma-Fora, o korpusie, który sprzedawany jest na cały świat. Trzeba umieć wykorzystywać swoje dobre strony. Znakomicie robi to także Opus Film, który idealnie łączy usługi komercyjne z niezależnym, uniwersalnym kinem, często powstającym w koprodukcji. Opus nie robi wszystkiego, ale to co robi, wychodzi mu znakomicie. Ich ostatni film *Ida* bije rekordy popularności we Francji, należy do najlepiej przyjmowanych polskich filmów w historii. Bardzo ciekawym, kreatywnym, odważnym inwestorem jest Toya. Kibicuję też malutkiej obecnie Wytwórni Filmów Oświatowych. Jej szefowa – Katarzyna Madaj-Kowalczyk to odważna, zdeterminowana osoba, która stara się wykorzystać wspaniałą przeszłość WFO i zbiory, aby stworzyć przy ul. Kilińskiego profesjonalne, choć niewielkie centrum edukacji i digitalizacji filmowej. Młodzi ludzie powinni zakręcić się za stażami w tych firmach i uczyć się od najlepszych.

Tak przy okazji, przyszłością branż kultury jest digitalizacja. Tam są w tej chwili pieniądze i potrzeby, a proces cyfrowej archiwizacji dopiero się zaczyna. Radzę spojrzeć na programy dofinansowań i zacząć kombinować w tym obszarze. Przynajmniej ja to robię.

Szansa powstaje na naszych oczach w postaci centrum E1. To wielka szansa edukacyjna, kulturalna i gospodarcza razem. Choć zaczęło się od Lynchowskiej afery, władze Łodzi muszą wypłatać się w końcu z konsekwencji złych umów i wspólnie z miastem pracować nad nowoczesnym centrum technologii, nauki i audiowizualności.

Jakie rozwiązania przeniosłaby Pani do Łodzi ze swojego rodzinnego miasta oraz z Łodzi do Warszawy?

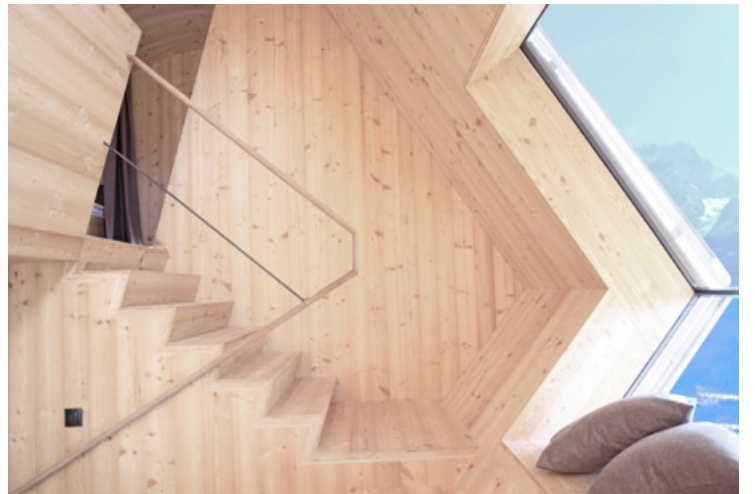
Na pewno miłość miasta do filmu i do kultury – z Łodzi do Warszawy. Natomiast odwrotnie – większy rozmach i zdecydowanie władz. Przydałoby się w Łodzi mniej polityki, a więcej gospodarzenia. O tym, jakie to efekty może przynieść, widać choćby w Gdyni, która jest miastem dobrych gospodarzy. W latach 80. to robotnicze miasto identyfikowane z portem i marynarką, dzisiaj staje się nowoczesnym wizerunkowo, przyjaznym centrum kulturalnym, uwielbianym przez mieszkańców.



Zdjęcie: Sławomir Pultyn

Anna Wróblewska

doktor nauk humanistycznych, wykładowca akademicki, publicystka, menedżer kultury. Była pierwszym rzecznikiem prasowym Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, a także rzecznikiem prasowym wielu filmów, głównie Jacka Bromskiego. W 2005 r., z ramienia SFP, prowadziła działania PR podczas kampanii na rzecz ustawy o kinematografii. Jest główną autorką takich książek, jak: *Oko szeroko otwarte. 25 lat Studia Filmowego Oko, A statek płynie... 30 lat Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni*. Pomysłodawczyni i koordynator portalu www.bazafilmowa.pl.



UFO nad Tyrolem

Nad wschodnim Tyrolem unosi się niezidentyfikowany obiekt latający – tak mógł brzmieć komunikat prasowy w dniu przeniesienia domku letniskowego Ufogel do małego, górskiego miasteczka w Austrii. Czym wyróżnia się sam Ufogel, oprócz specyficznej formy i lokalizacji? Budynek (niespełna 50 m²) powstał w ciągu roku. Zbudowany jest w całości z drewna jesionowego. Jego właściciel, lokalny przedsiębiorca – Thomas Pitterl, zadbał o ogrzewanie w domu (jest on producentem pieców i technologii grzewczej).

– Ufogel powstał właściwie z czystej miłości do architektury – opowiada Lukas Jungmann, twórca projektu. Architekt wspomina również, że droga do uzyskania efektu nie była łatwa: – Zaplanowanie pomieszczeń w tak małym budynku było dla nas dużym wyzwaniem. Znaczną trudność sprawiało nam wyginanie grubych na 10 cm desek drewnianych i formowanie ich. Maszyny mogły jedynie wykonać tu niewielką część pracy. Pierwotnie Ufogel miał służyć jako domek kempingowy (biwakowy) dla wędrowców. Przez rok domek był do dyspozycji wybranych artystów z całego świata, można było zamieszkać tam „na próbę”, nim trafił on docelowo do pana Pitterla. Nowy właściciel uznał, że Ufogel jest świetny i tak mu się spodobał, że kupił go od nas, dostosowując dla gości na domek letniskowy, który można wynająć we wschodnim Tyrolu. Ponadto po roku od skonstruowania budowli musieliśmy przenieść ją do pana Pitterla, a ze względu na fakt, że waży ona 15 ton, transport takiego czegoś przez drogi w górę nie był prosty.

Nad uzyskaniem klimatycznego wnętrza pracowali autorzy projektu, jego obecny właściciel i lokalni przedsiębiorcy. Domek w całości zbudowany jest z drewna jesionowego (pozyskiwanego z okolicy), wyposażony iumeblowany dzięki pomocy lokalnych przedsiębiorców, jak choćby przez

samego właściciela (ogrzewanie) czy Villgrater Natur (wyposażenie). Ufogel to dom-rzeźba, który nie tylko wygląda efektownie. Przede wszystkim jest funkcjonalny. Jego wnętrze zostało w całości zaprojektowane przez Lukasa Jungmanna, austriackiego architekta. Składa się na nie: salon, aneks kuchenny z WC, prysznicem, przestrzenią mieszkalną (salon z dużym stołem, przy którym może usiąść 6-8 osób).

Atutem drewnianej bryły jest jej specyfika: panoramiczne okna oświetlają wnętrze, przede wszystkim światłem dziennym, dodatkowo zapewniając zamieszkującym go zapierające dech w piersiach widoki na austriackie Alpy.

Atutem drewnianej bryły jest jej specyfika: panoramiczne okna oświetlają wnętrze, przede wszystkim światłem dziennym, dodatkowo zapewniając zamieszkującym go zapierające dech w piersiach widoki na austriackie Alpy. Na podwyższeniu znajduje się sosnowe łóżko, nad nim wcześniej wspomniane panoramiczne okno. Obok nich pojedyncze łóżka, również sosnowe. Rustykalny charakter wnętrza wnosi do niego ciepło i wywołuje wśród gości poczucie bezpieczeństwa. Natura towarzyszy tu człowiekowi na każdym kroku – na zewnątrz i wewnątrz. Atmosferę, jaką generuje projekt, można określić przede wszystkim jako komfortową oraz spokojną. Domek letniskowy Ufogel udostępniony jest do wynajęcia dla każdego zainteresowanego przez cały rok, dzięki dostosowanemu ogrzewaniu (podgrzewana podłoga) i klimatyzacji (automatycznie sterowanej w czasie ciepłych dni).

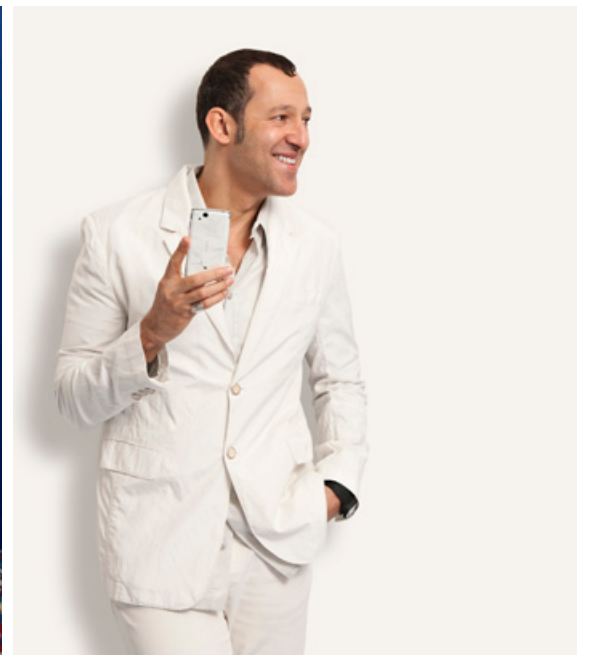
Tekst: Inga Przybylak

Zdjęcia: dzięki uprzejmości Lukasa Jungmanna (autor i architekt Ufogel)

<http://www.ufogel.at>, <http://aberjung.com>



zdjęcie: Iwan Baan for M.N. Metropolitana di Napoli S.p.A.



Kolory w sercu miasta

Dla wszystkich wypatrujących oznak wiosny, zmęczonych szarymi ulicami i tęskniących za kolorem mamy oryginalne propozycje projektanta Karima Rashida. Ten legendarny już designer od lat łączy intensywne, nasycone kolory, nie boi się kontrastów i śmiałych wzorów. Projektant chętnie wykorzystuje miękkie, płynne formy, niezależnie od tego, czy tworzy biżuterię, kosz na śmieci, czy stację metra. Jego styl określany jest jako zmysłowy minimalizm. Sam artysta twierdzi, że dobry design to przejmujące doznanie. Przedmioty i przestrzenie nie powinny być w naszym życiu przeszkodami, lecz źródłem ekstatycznego uniesienia, organizmami, z którymi łączy nas symbioza.

Karim Rashid jest autorem wielu projektów, które świetnie wpisują się w tkankę miejską światowych metropolii. Designer słynie z projektowania domów, hoteli, sklepów, restauracji, a nawet aptek i laboratoriów. Charakterystyczną reprezentacją stylu designera są apartamentowce w Nowym Jorku, np. Pleasant Ave Condo, których znakiem rozpoznawczym są bajkowo kolorowe balkony ze szkła. Dzięki barwnym, przezroczystym balustradom do wnętrza mieszkań dostaje się światło, a rozświetlone apartamenty wydają się większe i jaśniejsze niż w rzeczywistości.

Artysta z powodzeniem potrafi zagospodarować przestrzeń publiczną, czego dowodem jest uniwersytecka stacja metra w Neapolu. Wejście do stacji obłożone jest wielobarwnymi płytkami, a podróżnych urzeka cała paleta kolorów i bogactwo wzorów. Twórca zaprojektował również nowoczesne laboratorium Human Media Lab dla Queens University (Kingston, w Kanadzie). Funkcjonalna, otwarta przestrzeń skonstruowana z falistych powierzchni liniowych doskonale nadaje się na miejsce do innowacyjnego i twórczego myślenia.

W ubiegłym roku artysta zaprojektował Amoje Food Capital – klimatyczną restaurację w Seulu. Udało mu się stworzyć miejsce, gdzie nie tylko można dobrze zjeść, ale także spotkać się w gronie przyjaciół i rodziny. Na uwagę zasługuje także Prizeotel – butikowy hotel w niemieckiej Bremie. Co ciekawe, powstał on w ramach całkiem niskiego budżetu. Pod wpływem licznych podróży Rashid zaprojektował także Carlyle Hotel w Mediolanie, który jest połączeniem wzorów i doświadczeń twórczych oraz pozytywnej energii z Hiszpanii, Portugalii i Włoch.

Artysta z powodzeniem potrafi zagospodarować przestrzeń publiczną, czego dowodem jest uniwersytecka stacja metra w Neapolu. Wejście do stacji obłożone jest wielobarwnymi płytkami, a podróżnych urzeka cała paleta kolorów i bogactwo wzorów.

Designer tworzy również w Europie Wschodniej. Jest autorem nietypowej apteki w Oaza Zdravlja w Belgradzie, gdzie formy architektoniczne odwołują się do kształtu, piękna, a także zawiłości ludzkiego ciała i procesów gojenia zachodzących w organizmie. Znany jest również jego sklep z asortymentem dla dzieci – Bosko Bambino w Moskwie. – *Chciałem stworzyć sklep, który jest odzwierciedleniem prawdziwej, niesfałszowanej wizualnie ekspresji dzieciństwa* – podkreśla designer.

Tekst: Justyna Muszyńska-Szkodzik
Zdjęcia: dzięki uprzejmości Karim Rashid Studio
<http://www.karimrashid.com>



Kulturalna przestrzeń z odzysku

Mieszkańcy Warringah Council już za kilka dni będą mogli cieszyć się nowym ogólnodostępnym centrum kulturalnym. Warringah Creative Space – otwarta przestrzeń rozwoju miejscowych artystów i twórczej rozrywki dla lokalnej społeczności – jest doskonałym przykładem realizacji współczesnych postulatów kreatywności, ekologii i partycypacji społecznej.

Idea łączenia ekologii z działalnością kulturalną często wydaje się jedynie pustym sloganem, chęcią dorabiania ideologii do tzw. zaangażowanej sztuki współczesnej czy nowoczesnych form kultury, poprzez odwoływanie się do modnych haseł i nowoczesnych, życiowych filozofii. W wielu przypadkach trudno bowiem znaleźć odzwierciedlenie deklarowanych przez twórców wartości w ich praktycznych działaniach.

Solidnym, w dosłownym tego słowa znaczeniu, dowodem na współistnienie sztuki i ekologii, jest rodzące się właśnie australijskie centrum kulturalne – Warringah Creative Space, którego siedzibą jest miejski budynek odnowiony przy wykorzystaniu budowlanych odpadków. Do renowacji użyto resztek materiałów zebranych z okolicznych placów budowy. – *W tym, co inni uważają za śmieci, my dostrzegamy cenne źródła materiałów* – tłumaczy Andrew O'Sullivan, projektant zieleni i konsultant do spraw środowiska, nadzorujący projekt. Stare okiennice, fragmenty dachów, a nawet gruz dawnego budynku sanitarnego – wszystko to stało się budulcem Warringah Creative Space.

Budowlana filozofia jego twórców to oczywiście nie tylko spełnienie ekoideałów, ale również ogromna oszczędność finansowa. Dzięki ponownemu wykorzystaniu „używanych” materiałów, miastu udało się zaoszczędzić dziesiątki tysięcy dolarów. Dodatkowych kosztów uniknięto na szczęście poprzez znaczne ograniczenie ilości własnych odpadów, których łączna objętość wynosiła, według O'Sullivana, zaledwie 1 metr sześcienny.

Otwierające się właśnie centrum będzie miejscem wystaw oraz kreatywnej aktywności lokalnych twórców. Niekomercyjny charakter jego działalności umożliwi artystom swobodny rozwój twórczych zainteresowań, a mieszkańcom zapewni możliwość aktywnego i kreatywnego spędzania wolnego czasu.

Stare okiennice, fragmenty dachów, a nawet gruz dawnego budynku sanitarnego – wszystko to stało się budulcem Warringah Creative Space.

Zapotrzebowanie na tego rodzaju kulturalną rozrywkę wśród społeczności północnych plaż Sydney wyraźnie uwidoczniło się w trakcie renowacji przyszłej siedziby centrum. Zaproszeni do współpracy przez lokalne władze mieszkańcy Warringah, brali bowiem aktywny udział w pracach wykończeniowych. Jako wolontariusze chwyтали za pędzle, wałki i łopaty, by móc osobiście włączyć się w powstawanie nowego centrum.

Community blitz, bo tak nazwano akcję społecznego zaangażowania w tworzenie Warringah Creative Space, jest kolejnym dowodem innowacyjności całego projektu. Odwołując się do idei obywatelskiej partycypacji, zachęca społeczeństwo do aktywnego uczestnictwa w kreowaniu życia publicznego i wskazuje możliwości zmian, których dokonać mogą również sami obywatele.

Inaugurację centrum zaplanowano na 14 marca 2014 r. Otwierająca jego działalność wystawa – *Certain Nature* gromadzi prace dziewięciu współczesnych artystów, którzy w swoich realizacjach koncentrują się na relacji człowieka ze światem natury. Wśród nich podziwiać będzie można dzieła polskiego twórcy – Kuby Dorabalskiego.

Tekst: Marta Klimek

Zdjęcie: dzięki uprzejmości Warringah Council
<http://warringah.nsw.gov.au>



Szklane gablotki i broszury...?

Era nudnych, pachnących naftaliną muzealnych wycieczek odeszła bezpowrotnie. Współczesnemu odbiorcy nie wystarczą szklane gablotki i broszury gęsto zadrukowane opisami eksponatów. Potrzebuje czegoś więcej. Odpowiedzią na oczekiwania dzisiejszych odwiedzających jest CHESSE – mobilna technologia umożliwiająca indywidualizację zwiedzania muzeów.

Muzeum jako instytucja wciąż kojarzone jest z monotonią, nudą zakurzonych antyków i milczących wykopalisk. Zwiedzanie, którego kierunek zależy jest zwykle od bezdusznych strzałek, wyznaczających ścieżki myślom odwiedzających, najczęściej odbywa się wedle dobrze znanego schematu, nieatrakcyjnego dla większości współczesnych społeczeństw.

Potrzebę dostosowania muzealnej oferty do potrzeb zmieniającego się świata dostrzegła Komisja Europejska. Dzięki unijnym funduszom i współpracy międzynarodowej grupy specjalistów powstał projekt mobilnej technologii, która ma na celu wzbogacić doświadczenia odwiedzających.

Projekt CHESSE – *Cultural-Heritage Experiences through Socio-personal Interactions and Storytelling* – pozwala dopasować sposób zwiedzania muzeum do indywidualnych potrzeb i preferencji odbiorcy. Tworząc własny profil, zwiedzający określa swoje zainteresowania, do których następnie dostosowywane są instrukcje poruszania się po muzealnych salach oraz opowieści, których może wysłuchać w trakcie wycieczki. Obok opisów mogą pojawiać się również multimedialne dodatki oraz efekty 3D.

– *Dzięki technologii CHESSE wizyta w muzeum zmienia się w zabawę, a zwiedzający są aktywnie włączani w poznawanie dziedzictwa kulturowego* – powiedział dr Olivier Balet z Diginext, francuskiej firmy koordynującej projekt. Zabawa, o której mówi, nie jest jedynie metaforą. Mobilna aplikacja oferuje bowiem interaktywne gry i quizy, które urozmaicają zwiedzanie, nadając edukacyjnym treściom atrakcyjną i przystępną formę.

Europa ma bogatą historię, a technologia taka jak CHESSE może ożywić ją dla cyfrowego pokolenia i uczynić dostępną dla każdego.

Rozwój nowoczesnych technologii i galopujący postęp dzisiejszego świata, nie musi oznaczać odrzucenia wartości kulturowego dziedzictwa Europy i świata. Wręcz przeciwnie. Może okazać się doskonałym uzupełnieniem tradycyjnych form jego zachowywania. Potwierdza to Máire Geoghegan-Quinn, rzecznik komisarza ds. badań, innowacji i nauki w Komisji Europejskiej – *Europa ma bogatą historię, a technologia taka jak CHESSE może ożywić ją dla cyfrowego pokolenia i uczynić dostępną dla każdego.*



Słoneczny spacer

Inicjatywy studentów uczelni technicznych bywają bardzo kreatywne, oryginalne i użyteczne. Młodzi ludzie, często z wielkim entuzjazmem, podchodzą do swojej pracy badawczej i szukają dla niej praktycznego zastosowania. Dobrym przykładem takiego twórczego fermentu jest projekt studentów Uniwersytetu George'a Washingtona, którzy zbudowali pierwszy na świecie chodnik solarny, wykorzystujący energię słoneczną.

Chodnik pod nazwą Solar Walk powstał na terenie Virginia Science and Technology Campus, w ramach projektu propagującego zasady zrównoważonego rozwoju. Zajmuje on niewielki obszar 100 metrów kwadratowych, jednak studenci od początku traktują go jako prototyp przeznaczony do przemysłowego zastosowania. Nie bez powodu oczywiście, bo znane są amerykańskie doświadczenia współpracy uczelni z biznesem i przemysłem. Tak też jest w tym przypadku. Chodnik powstał we współpracy z międzynarodową firmą Onyx Solar (z siedzibą w Hiszpanii), która jest znana na całym świecie z projektowania i wykonania materiałów fotowoltaicznych, wytwarzających energię elektryczną ze słońca, a także zapewniających izolację termiczną i akustyczną oraz filtry UV/IR. Oprócz przestrzeni z zamontowanymi panelami solarnymi, chodnik zabudowany jest kratą kolektora słonecznego, zaprojektowaną przez Studio 39 – firmę zajmującą się architekturą krajobrazu.

Studenci współpracowali z profesjonalistami i razem opracowali technologię produkcji paneli słonecznych, po których można

chodzić. Skonstruowali też prototypową powierzchnię na terenie studenckiego kampusu. Energia, którą pozyskuje się z paneli, zamontowanych w uniwersyteckim chodniku, jest wykorzystywana do oświetlenia lokalnej przestrzeni. To dzięki niej wzdłuż chodnika świeci się aż 450 lamp LED. – *Ten projekt okazał się wyjątkowym przykładem innowacji technologicznej, która była możliwa do przeprowadzenia i zrealizowania w strukturach naszej uczelni* – zakomunikował Nancy Balph, kierownik projektu.

Chodnik pod nazwą Solar Walk powstał na terenie Virginia Science and Technology Campus, w ramach projektu propagującego zasady zrównoważonego rozwoju.

To nie koniec kariery tego pragmatycznego rozwiązania. Na horyzoncie widać już perspektywy dalszej współpracy nauki z biznesem. – *Chodnik solarny jest doskonałym przykładem zaangażowania Uniwersytetu George'a Washingtona w technologiczne innowacje, a także w propagowanie zasad zrównoważonego rozwoju. Na pewno będzie dobrym punktem odniesienia i przykładem do naśladowania dla innych studentów* – tymi słowami Diego Cuevas, wiceprezes Business Development Onyx Solar, podsumował twórcze aspiracje młodych ludzi.

Tekst: Justyna Muszyńska-Szkodzik

Zdjęcia: GW Photography

<http://gwtoday.gwu.edu/gw-debuts-solar-walk-virginia-science-and-technology-campus>



Na początku

Ważne jest wspieranie nowych inicjatyw i pomoc w ich realizacji. Chociażby poprzez ograniczenie biurokracji. Umiejętne wykorzystanie potencjału leżącego w nas samych powinno być celem, jeśli zależy nam, żeby miasto zmieniało swoje oblicze i stawało się bardziej przyjazne.

**Z Łukaszem Dzieciołem, producentem Opus Film rozmawiał Maciej Mazerant
zdjęcia: Phillip Skraba, fotosy z filmu „Obietnica”**

Łódź miastem przemysłów kreatywnych? Co to oznacza dla Pana, producenta, menedżera w firmie działającej w jednej z głównych branż sektora kreatywnego?

Oznacza to tyle, że może być tylko lepiej. Określenie – centrum przemysłów kreatywnych – jeszcze parę lat temu enigmatyczne i trudne do zdefiniowania, zaczyna przylegać do Łodzi i funkcjonować również w innych miastach czy za granicą. Strategia marketingowa i promocyjna przyjęta przez miasto zaczyna przynosić pierwsze efekty! Warto wspomnieć o inicjatywach, takich jak Łódź Art Center, Art_Inkubator czy Off Piotrkowska, które nie tylko stymulują promocję miejsca i marek „regionalnych”, ale również sprawiają, że określenie – przemysł kreatywny nabiera bardzo pozytywnego znaczenia w świadomości mieszkańców i odwiedzających nasze miasto.

Czym wyróżnia się Łódź na tle innych miast, patrząc poprzez pryzmat Pańskich doświadczeń wyniesionych z aktywności zawodowej oraz edukacyjnej (studia w The Los Angeles Film School).

Urodziłem się w Łodzi, czuję się związany z tym miastem. Opus Film ma tutaj swoją główną siedzibę. Studia za granicą pomogły mi zdobyć solidne podstawy mojego zawodu i skupić uwagę na przeniesieniu tych doświadczeń na grunt polski. Z mojej perspektywy nasze miasto wyróżnia się przede wszystkim swoim centralnym położeniem. Instytucje kultury czy podmioty związane z branżą filmową, z którymi współpracuję, znajdują się w większości w Warszawie. Miasto już teraz jest bardzo dobrze skomunikowane: autostrady, w perspektywie jeden z najnowocześniejszych dworców kolejowych

w Europie. Jeszcze kilka lat temu poważnie zastanawiałem się nad przeprowadzką do Warszawy z prozaicznego powodu, którym był czas dojazdu do stolicy (w najgorszym okresie remontu dróg trzy godziny w jedną stronę!). Dziś nie mam już tego problemu, warto było czekać.

Nasze miasto wydaje się być na początku bardzo ekscytującej drogi – jeszcze jest ciężko, ale już widać, że się opłacało. Z korzyścią dla tych, którzy podjęli to ryzyko i dla nas, bo powstały miejsca, którymi można się pochwalić.

W co Łódź powinna zainwestować, aby w pełni wykorzystać potencjał kreatywny drzemący w mieszkańcach, inwestorach, przedsiębiorcach, również tych mikro?

Łódź powinna iść za ciosem i konsekwentnie promować strategię *Centrum przemysłów kreatywnych* przyjętą parę lat temu. Tym bardziej, że o Łodzi zaczyna się mówić. W Warszawie, w innych polskich miastach robi się głośno o poszczególnych miejscach: o sobotnim Eko Targu, o wspaniałej atmosferze Off Piotrkowska, o koncertach w Wytwórni, o wyjątkowych rzeczach do kupienia w Pan tu nie stał. Łódź powinna nieustannie stwarzać możliwości kreowania takich miejsc przez ludzi, którzy chcą podnosić standardy usług i produkcji w naszym mieście. Dlatego ważne jest wspieranie nowych inicjatyw i pomoc w ich realizacji. Chociażby poprzez ograniczenie biurokracji. Umiejętne wykorzystanie potencjału leżącego w nas samych powinno być celem, jeśli zależy nam, żeby miasto zmieniało swoje oblicze i stawało się bardziej przyjazne.

Czym Łódź mogłaby przyciągać kreatywnych z Polski i Europy, a może i świata? Czy mamy taki magnes?

Łódź już przyciąga kreatywnych ludzi z Polski, przykładem są nowe lokale gastronomiczne (Mitmi, Tari Bari), współtworzone przez ludzi mieszkających i pracujących do tej pory w innych miejscach, np. w Warsza-

wie. Nasze miasto wydaje się być na początku bardzo ekscytującej drogi – jeszcze jest ciężko, ale już widać, że się opłacało. Z korzyścią dla tych, którzy podjęli to ryzyko i dla nas, bo powstały miejsca, którymi można się pochwalić. Trochę inaczej wygląda sytuacja z przyciąganiem ludzkiego kapitału z zagranicy. Tutaj na przeszkodzie staje np. bariera językowa. Wciąż niewiele jest miejsc, w których można porozumieć się w języku angielskim, nie wspominając już o komunikacji miejskiej czy taksówkach. Ale przynajmniej wiemy, co można by usprawnić.

Kiedy jest łatwiej pracować w sektorze kreatywnym? Czy z „tym czymś”, to znaczy z talentem, trzeba się urodzić, a może wynieść tę pasję z domu? Czy może wystarczy dobra szkoła, aby odnieść sukces w branży, spełnić się zawodowo oraz oczywiście godnie żyć?

Albert Einstein powiedział, że talent to 1%, pozostałe 99 to ciężka praca. Myślę, że żeby odnieść sukces, trzeba wierzyć w to, co się robi i być konsekwentnym. Oczywiście wyniesienie dobrych nawyków z domu czy skończenie dobrej szkoły jest bardzo ważne.

Jakie branże mają przyszłość? Jak w tym kontekście widzi Pan rozwój branży filmowej?

W kontekście branży filmowej postawiłbym na firmy, które rozwijają koprodukcje międzynarodowe lub zajmują się szeroko rozumianą obróbką obrazu i dźwięku. Rozwój branży filmowej ściśle związany jest z rozwojem nowych technologii. Ogromne znaczenie mają też zmiany w sektorze audiowizualnym, coraz więcej osób wybiera opcję *video-on-demand*, czyli oglądania treści „na żądanie” w odróżnieniu do starego, funkcjonującego przez lata modelu telewizji. Dostosowanie nowej technologii i zaimplementowanie jej na gruncie polskim mogłoby stać się działaniem prekursorskim na skalę europejską.

Czy Polska ma szansę wygrać konkurencję z innymi krajami europejskimi w zakresie kreatywności oraz innowacyjności i jaką rolę powinna w tym odegrać Łódź?

Odpowiedziałbym pytaniem na pytanie: czy musimy za wszelką cenę być pierwsi? Czy raczej powinniśmy wykorzystać potencjał kraju (wielkość, dobra koniunktura dla biznesu, w tym przemysłów kreatywnych)

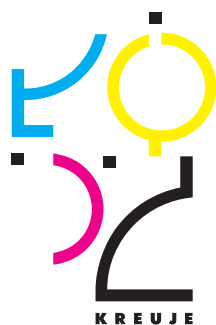


Opus Film
zdjęcie: Michał Justyna / PURPOSE

i stać się wartościowym partnerem dla krajów już rozwiniętych w tym sektorze, które chcą z nami współpracować? Przykład mojej pracy pokazuje, że jak najbardziej. Już w marcu zaprezentujemy premierowo w Polsce i w krajach skandynawskich naszą kolejną (po obsypanej nagrodami *Idzie* Pawła Pawlikowskiego) koprodukcję z Danią pt. *Obietnica*. Historia, luźno inspirowana dramatem szwedzkich nastolatków, z których jeden dopuścił się zbrodni, spotkała się z bardzo dobrym przyjęciem koproducenta duńskiego, który zdecydował się na udział w projekcie pomimo tego, że film niemalże w 100% został nakręcony w Polsce, w języku polskim. Uniwersalny charakter tej historii został też doceniony przez selekcyjnera Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie i zaoowocował pokazem premierowym na tymże festiwalu w pestiżowej sekcji dla młodzieży – Generation.

Jakie formy dotyczące sektora kreatywnego, rozwiązań edukacyjnych, społecznych przedniósłby Pan do Łodzi z innych światowych metropolii, miast, miasteczek?

Postawiłbym na konsekwentne zagospodarowywanie przestrzeni miejskiej w taki sposób, żeby była przyjazna dla ludzi. Bardzo bliska jest mi idea „trzeciego miejsca” (poza domem i pracą), nazwana i opisana w książce *The Great Good Place* przez amerykańskiego socjologa Raya Oldenburga, które można zdefiniować jako przestrzeń spotkań towarzyskich, niekojarzącą się z jakimkolwiek przymusem. Takim miejscem w Łodzi jest dla mnie Off Piotrkowska i chciałbym, żeby powstało ich więcej, na wzór berliński czy kopenhaski. Dodatkowo jestem za wprowadzeniem w życie idei „roweru miejskiego” – żyjemy w mieście ciasnym, gęsto zabudowanym, szczególnie w centrum. Jestem za ograniczaniem ruchu samochodowego w śródmieściu i wzorem wyżej wspomnianych miast, zamiany auta na rower.



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Fundusze Europejskie dla rozwoju regionu łódzkiego

www.kreatywna.lodz.pl