

## Toruń w reklamówce - poetycki, symboliczny, filmowy



Rozmawiał Grzegorz Giedrys 2010-01-20, ostatnia aktualizacja 2010-01-19 16:51:35.0

**Pochodzący z Torunia reżyser Łukasz Karwowski zrealizował czterominutową reklamówkę o swoim rodzinnym mieście. Premiera w weekend w Brukseli**

Rozmowa z Łukaszem Karwowskim

**Grzegorz Giedrys: Toruń doczekał się kilku filmów reklamowych. Na ogół były to jednak obrazy banalne, stawiające na wysłużone toruńskie motywy. Zamierzałeś wyjść poza ten nudny schemat. Udało się?**

Łukasz Karwowski: Myślę, że tak. Zastanawiałem się, jak pokazać Toruń jakoś inaczej. Mieszkałem tu w końcu przez 20 lat i bez trudu przypominałem sobie swoje dzieciństwo i młodość. Poszukiwałem nietypowych sposobów mówienia o Toruniu, o nieco mniej dostępnych ale niezwykle interesujących miejscach. Zdecydowaliśmy się na zdjęcia lotnicze. Było to trudne, nie tylko pod względem technicznym.

**Dlaczego?**

- Przede wszystkim dlatego że w ogóle nie wolno latać nad Starówką - dostaliśmy specjalne zezwolenie na zdjęcia od władz lotniczych i prezydent miasta. Tego typu realizacje nigdy nie należą do łatwych. Mieliśmy szansę współpracować z Bolesławem Radomskim - pilotem młodym, ale niezwykle doświadczonym.

**Film wymagał precyzyjnych przygotowań czy mogliście sobie pozwolić na artystyczną spontaniczność?**

- Przygotowaliśmy dokładny scenariusz, długo się nad nim wspólnie zastanawiałem z współpracownikami: operatorem kamery Radosławem Drozdowiczem, montażystą Przemysławem Lisakiem i moją asystentką Agnieszką Bartuzi. Specjalną rolę odegrała w filmie muzyka. Piotr Komorowski stworzył ścieżkę dźwiękową przez zdjęciami.

**Aby muzyka wyznaczyła dramaturgię?**

- Tak. Muszę przyznać, że to było korzystne rozwiązanie, bo muzyka - mocna i szeroka - dała wielkie pole do filmowych działań. To był wyrazisty komentarz do obrazów.

**Jaki jest Toruń w tym czterominutowym filmie?**

- Chciałem pokazać miasto z różnych aspektów. Poszczególne części poświęciłem historii, nauce, kulturze i współczesności. Zależało mi na tym, aby przedstawić Toruń w sposób artystyczny, symboliczny, nieco poetycki.

**Więc nie będzie to typowa reklama?**

- To nowoczesna reklama operująca językiem artystycznym, a nie informacją i perswazją. Oddałem w tym filmie głęboki emocjonalny stosunek do miasta.

**Budżet tej produkcji wyniósł 100 tys. zł.**

- To niezwykle, że w tak niewielkiej sumie udało się zamknąć skompowanie muzyki, wykonanie jej z orkiestrą symfoniczną, zdjęcia lotnicze, montaż i efekty wizualne. Bez zaangażowania artystów, których codzienne stawki są normalnie dużo większe, nie byłoby to wszystko możliwe.

Tekst pochodzi z portalu Gazeta.pl - [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl) © Agora SA