**Trzeba ostrzegać! Trzeba krzyczeć!**

**Plakat XIV Międzynarodowego Festiwalu Filmowego NNW zaprojektował Wojciech Korkuć. Grafika wpisuje się w obecny niespokojny i dramatyczny czas na świecie. Co ciekawe artysta zaprojektował ją już rok temu, jednak wtedy wydawało się, że jeszcze jest na nią za wcześnie, że jest zbyt niepokojąca.**

*Tak naprawdę tegoroczny projekt plakatu NNW powstał w… ubiegłym roku, ale wtedy był zbyt przerażający. Ale ja wiedziałem, że idą ciężkie i niebezpieczne czasy, zaczynały się te wszystkie akcje z migrantami na granicy polsko-białoruskiej. Trzeba było o tym ostrzegać, głośno mówić, a nawet krzyczeć... Stąd taki projekt.*

*-* mówi Korkuć.

Artysta nie po raz pierwszy dał się poznać jako wizjoner. W 2014 roku, po aneksji Półwyspu Krymskiego przez Rosję, stworzył plakat „Achtung Russia!”, który oprotestowały rosyjskie władze. Na plakacie użył liternictwa nawiązującego do SS, a podobizna Putina została przedstawiona w formie esesmańskiej trupiej czaszki. Jak dziś mówi o tym plakacie: *W tym roku po raz kolejny od momentu kreacji w roku 2014, szeroko – i to na całym świecie – zafunkcjonował plakat „Achtung Russia!”. Ale czy ja lubię ten projekt? Wolałbym, aby stracił na aktualności raz na zawsze!*

*Tegoroczny plakat Miedzynarodowego festiwalu Filmowego NNW jest pewnym odbiciem tego co przeżywamy od ośmiu miesięcy, kiedy ośmioletni konflikt na Ukrainie zamienił się w wojnę* - mówi dyrektor Festiwalu NNW Arkadiusz Gołębiewski - *Wyraża odczucia każdego z nas.*

To wewnętrzny strach, krzyk, bezsilność. Festiwal NNW jest od lat przestrzenią, w której opisujemy reakcję jednostki na wojnę, konflikt, zburzenie bezpieczeństwa, zniewolenie.

*Zadaniem Festiwalu jest nie tylko przywoływanie historii ale także przestrzeganie przed zagrożeniami. Dziś głośno krzyczymy. To krzyk ostrzegawczy, donośny głos, który ma dotrzeć we wszystkie rejony świata -* dodaje Gołębiewski.

Wojciech Korkuć po raz drugi z rzędu zaprojektował plakat Festiwalu NNW. Prace artysty były wielokrotnie nagradzane m.in. w European Design Annual, magazynie Print czy amerykańskim konkursie Creativity, a on sam propaguje sztukę plakatu za pośrednictwem firmy City Poster.