**17.02.2022**

**Zaangażowany społecznie, uważny i wrażliwy na ludzi.**

**Ruszyła 9. edycja programu Papaya Young Creators.**

**Zgłoszenia można przesyłać do 28 lutego.**

Niecałe dwa tygodnie pozostało młodym twórcom i twórczyniom na zgłoszenia do 9. edycji, Papaya Young Creators, największego w naszym regionie świata programu mentoringowego połączonego z konkursem dla młodych talentów. Żeby wziąć w nim udział wystarczy zgłosić swój pomysł na reklamę, teledysk, audioserial lub nagrać materiał na TikTok.

Zgłoszenia w 5 kategoriach można składać na platformie [www.papayayoungcreators.com](http://www.papayayoungcreators.com) do północy 28 lutego 2022 roku.

****

Obecna edycja jest unikalna pod wieloma względami. Po raz pierwszy jest w niej 5 tak bardzo różnych kategorii konkursowych, wyróżnienia nie tylko reżyserów, ale także dla twórców i twórczyń innych specjalizacji, bogaty program pracy z mentorami i pół miliona złotych w budżecie nagród dla laureatów.

W tym roku Papaya Young Creators jest także wyjątkowy pod innym względem.

**Zaangażowany społecznie.**

„Unlock your potential” jako zachęta dla młodych talentów startujących w programie i konkursie ma swój „zaangażowany” wymiar. W poprzednich edycjach konkursowe realizacje podejmowały ważkie społecznie tematy. Przykładem jest choćby kategoria „Women Stories” i przygotowane w jej ramach finałowe realizacje z edycji 2021. Obecnie, za sprawą organizatora i partnerów, takich wątków jest znacznie więcej. Ranga i aktualność tematyki społecznie zaangażowanych zadań również jest imponująca.

TikTok, partner strategiczny obecnej edycji, w ramach kategorii TikTok Unique Stories, proponuje autorską, kreatywną interpretację znaczenia różnorodności, jej postrzegania przez młode twórczynie i twórców. Platforma od dawna identyfikuje się z tym pojęciem, wypełnia je na co dzień treścią. Promocja różnorodności, a zatem też jej akceptacja, zwracanie uwagi na potrzebę inkluzywności w obecnym świecie podziałów i polaryzacji postaw, mają ogromne znaczenie. Bardzo interesujące będzie poznanie głosu młodego pokolenia w tej kwestii.

Kolejny partner Papaya Young Creators, Onet.pl, stawia na walkę z *fake news* i oferuje zadanie przygotowania kreatywnej kampanii pod mocnym szyldem „wybieram prawdę”. O korzyściach z opierania się na prawdziwej informacji w interpretacji świata i zdarzeń nie trzeba dużo mówić. Podobnie jak o fatalnych konsekwencjach, świadomego bądź nie, generowania i powielania fałszerstw czy półprawd. Ciekawe będzie kreatywne spojrzenie na ten temat pokolenia, które jako pierwsze w historii rozpoczęło przygodę z mediami społecznościowymi, czyli tam, gdzie *fake news* znalazł sobie wygodną przystań, w momencie pójścia do pierwszej klasy szkoły podstawowej, a nierzadko wcześniej.

Kolejna kampania, z hashtagiem #nieczekam107lat to propozycja dla wszystkich, którzy chcą zając się tematem zrównania statusu kobiet oraz mężczyzn w Polsce wcześniej niż w 2129 roku. Taką datę wskazują smutne wyniki międzynarodowych badań na temat społecznej, zawodowej i kulturowej relacji płci w Polsce. Wynika z nich, że ponad jeden wiek zajmie nam osiągnięcie *gender equity*, a inicjatorzy kampanii nie wyrażają zgody, aby tyle czekać. Podobnie, jak znacząca część opinii publicznej w Polsce. Dlatego podjęcie tego tematu wydaje się, z uwagi na absurdalność perspektywy czasowej rozwiązania problemu nierówności płci, tak ważne „tu i teraz”.

Ciekawą propozycję, również z zakresu aktywizacji społecznej, zawodowej i twórczej oraz polityki inkluzywności, zgłasza Akademia Górniczo Hutnicza. „Fascynują nas Wasze błędy” to historia o tym, że twórcy w sztuce czy nauce mają prawo się mylić i błądzić. To naturalny element uczenia się. Trzeba na niego przyzwolić a z kolejnych pomyłek wyciągać wnioski. Tylko popełniając błędy osiągamy ostatecznie sukces. To ważne przesłanie dla młodego pokolenia, któremu często narzuca się fason „bycia zawsze doskonałym, w każdym względzie”. Tym bardziej ciekawa będzie tu interpretacja tego wątku przez przedstawicielki i przedstawicieli młodej generacji twórców.

**Uważny i wrażliwy na ludzi.**

Znamienne, że również w 9. edycji programu Papaya Young Creators, oferta kreatywnych zadań przedstawionych przez partnerów komercyjnych ma wydźwięk bardzo ludzki, uważności na człowieka, jego potrzeby i dobrostan. Firmy i marki nie chcą, aby mówiono o nich w kategorii doskonałości oferowanych produktów i usług, a nacisk w zadaniach kreatywnych kładą na pokazanie ludzi, ich stylu życia i emocji oraz osobistych emocjonalnych i społecznych korzyści, jakie mogą osiągać w życiu.

Żabka, partner konkursu mówi wprost: „nie chcemy zobaczyć kolejnej reklamy naszego sklepu. Zostawmy to agencji promocyjnej. Chcemy, żebyście biorąc pod uwagę sieć lokalizacji naszych placówek oraz ich sformatowanie umożliwiające dokonanie błyskawicznych zakupów, kreatywnie i przekonująco pokazali, na co może przeznaczyć zaoszczędzony czas nasz klient? Zabawa z rodziną, rekreacja, zaległa lektura a może wyprawa w nieznane?”

Porsche oferuje zadanie trochę dla marzycieli o marzycielach. W realizacji klipu nie musi pojawić się samochód. „Dreamers.On” to nie podróż w technologię kultowej marki a emanacja stylu życia osób, dla których otaczająca rzeczywistość jest „płótnem wyobraźni”, jaka maluje życie.

Bardzo stanowczy i wyrazisty w swoim zadaniu jest Philips. Zabrania tworzenia reklamy dla najnowszej golarki, prosi o sylwetkę faceta, którego stereotypowo postrzegamy jako nie dbającego o swój wygląd. To nie prawda, jak mówi marka. Każdy mężczyzna chce dobrze wyglądać, podobnie jak kobieta. Zachęćmy go do realizacji celu, podkreśla Philips.

Modivo z kolei stawia na uniwersalność związaną z wewnętrznym pięknem i celebracją wrażliwości. Mody się zmieniają, mówi marka. Jak się czujemy, kiedy ta do której się przywiązaliśmy, przeminie? Retoryczne pytanie i prosta odpowiedź. Warto zadbać o to, co jest nasze na wyłączność. Naturalność, autentyczność, która zawsze będą azymutem i wyznacznikiem tożsamości, niezależnie od trendów.

Wreszcie marka Amica identyfikuje się z młodym pokoleniem nie poprzez prezentację innowacyjnych rozwiązań w technologii produkowanych urządzeń. Amica dostrzega wyzwania dla młodych ludzi, a jednym z nich jest niewątpliwie osiągnięcie samodzielności, zarówno w sensie społecznym, jak i ekonomicznym. Przejawem takiej samodzielności jest przeprowadzka i „własny kąt”. Amica chce pomóc młodym ludziom się „urządzić” przy pierwszych przeprowadzkach.

„Play with summer” to oferta od operatora na zadanie kreatywne ukazujące pomysły na lato, czyli okres, kiedy wszyscy powinniśmy sobie przyzwolić na odpoczynek i kultywowanie relacji z tymi, na których nam zależy. Poza spotkaniami i grupowymi wyjazdami będzie to o tyle łatwiejsze, że Play w wakacyjnej ofercie udostępnia bezpłatny abonament na korzystanie z mediów społecznościowych.

W zadaniu kreatywnym swoistego *coming-out* dokonuje DPD: „zwariowaliśmy na punkcie Waszej wygody”. Operator logistyczny tak rozwinął sieć metod i punktów odbiorów przesyłek, aby każdy mógł ją podjąć tam, gdzie chce i kiedy chce.

**Jednak zawsze, po pierwsze: kreatywność**

Papaya Young Creators w każdej kategorii, w każdym zadaniu, to pomysł i kreacja. W tym zakresie niczym nieograniczone możliwości mają uczestnicy i uczestniczki decydujące się na start w kategoriach Audio Stories oraz Music Stories.

Siła opowieści, czyli dźwięk zamiast obrazu. Kategoria audio przygotowana przez Audiotekę i Papaya.Rocks pozwoli wyłonić najlepsze pomysły na audio seriale. Nie będzie ważny obraz ani muzyka. Cały dźwięk to słowo. Autor lub autorka zwycięskiego scenariusza otrzyma szansę na produkcję słuchowiska. Audio Stories jest dla każdego, kto kocha *storytelling* i uważa się za czujnego narratora rzeczywistości. To kategoria, która odpowiada na rosnącą wciąż potrzebę audioopowieści, słuchowisk, angażujących i porywających treści dźwiękowych. Liczą się pomysły w gatunkach fiction i non-fiction.

Music Stories to kategoria, która od czterech edycji przyciąga coraz większą liczbę uczestników. W tym roku obok artystów z Polski: IGO (Igora Walaszka), Pauliny Przybysz czy BRK ft. Udoo, po raz pierwszy w historii kategorii teledyski można też tworzyć dla artystów zagranicznych: Hellwany, przedstawicielki czeskiej sceny rapowej oraz Jansky, hiszpańskiego duetu poezji śpiewanej. Dla twórców i twórczyń w tej kategorii są niespodzianki. Na przykład utwór Pauliny Przybysz, do którego można zaproponować teledysk, nie miał jeszcze swojej publicznej premiery. Jego wersja demo jest dostępna po zalogowaniu w panelu uczestnika na stronie [www.papayayoungdirectors.com](http://www.papayayoungdirectors.com) Można to zrobić do 28 lutego br.

KONTAKT DLA MEDIÓW

Jakub Szyfelbein, Biuro Papaya Young Creators

T: 787 214 032

E: jakub.szyfelbein@papaya-films.com

Anna Litwińska, Be Communications | Biuro Prasowe Papaya Young Creators

T: 669 404 434

E: a.litwinska@becomms.pl