



Pecha Kucha (wym. pe-cza-kcza), to wymyślony przez Astrid Klein i Marka Dythama w 2003 na potrzeby spotkań o architekturze rodzaj prezentacji multimedialnej organizowanych w Tokio. Składa się z 20 slajdów pokazywanych po 20 sekund każdy. Taki charakter prezentacji ma zapewnić jej dynamikę, żywość, a relatywnie krótki czas trwania - skupienie i uwagę. Pytania i dyskusja wstrzymywane są do zakończenia pokazu. (wg Wikipedii)

### **Nocna Pecha Kucha**

Po raz drugi w Łodzi, z inicjatywy grupy Cukier 17 grudnia 2010 roku mieliśmy okazję poznać dziesięć inspirujących prezentacji dobrego designu. Tym razem w MS Cafe odbyły się wybrane prezentacje osób z Łodzi i z Wrocławia, a całość zwieńczyły gorące dyskusje przy dźwiękach muzyki uczestnika-grupy "Fluidacje". Z organizatorkami tej wyjątkowej imprezy Anną Szymańską i Katarzyną Piróg rozmawiał Tomasz Gamrowski.

### **Czy można zamienić japońską nazwę na jakąś polską?**

- Pecha Kucha, to japońskie określenie dźwięków rozmowy, takie gadu-gadu albo pogawędka i jest nazwą licencjonowaną. By oficjalnie móc skorzystać z jej formuły napisaliśmy wniosek do Tokio z prośbą o to, aby właśnie tutaj w Łodzi grupa Cukier mogła być organizatorem Pecha Kuche. Gdy wyrażono zgodę została podpisana umowa i nasze korzystanie z tej nazwy jest legalne.

### **Która to już jest impreza w Polsce?**

- Jak wnioskowaliśmy o Pecha Kuchę w Łodzi, to była już wcześniej we Wrocławiu, Gdańsku, w Warszawie i w Poznaniu. Teraz jest już takich miejsc więcej. Podobno organizowana jest nawet w mniejszych miejscowościach.

### **Czy tylko Wy zajmujecie się Pecha Kuchą w Łodzi?**

- Tak, w Łodzi tylko grupa Cukier

### **W jaki sposób Pecha Kucha dotarła do Polski?**

- Na początku studia architektoniczne chciały sobie wypracować taką przestrzeń, w której będą pokazywać swoje pomysły i komentować je na żywo. To zaczęło ewaluować. Zauważono, że jest popyt na coś takiego, na taką formułę. Na początku była o wiele większa liczba prezentacji ale zrobiło się za długo i nudno. Zaczęli więc je skracać aż doszli do wniosku, że prezentacja 20 slajdów po 20 sekund każdy jest najlepsza, czytelna, najbardziej perfekcyjna, oddająca clou całego pomysłu.





Projekt „Media oknem na świat - warto zostać dziennikarzem” współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## **Jaki jest przekrój wiekowy i wykształcenia uczestników?**

- Zróżnicowanie jest spore. Nie stawiamy ograniczeń. Wystarczy, że ktoś ma ciekawy pomysł. Pecha Kucha jest skierowana do bardzo szerokiego grona odbiorców, nie mamy targetu, nie ma żadnych ram wiekowych. Jak na razie najczęściej chętnych to młodzież przed trzydziestym rokiem życia.

## **Z jakimi pomysłami najczęściej do Was przychodzą?**

- W abstrakcyjnej specyfice Pecha Kuchy chodzi o dowolność. Ludzie pokazują to, co chcą pokazać. Czasem jest to coś bardzo konkretnego np. produkt, kolekcja ubrań, portfolio czy projekt mebla, czasem jest to pomysł na firmę. Czasem jest to akcja społeczna typu „Ratujemy zwierzęta od wyginięcia” itp. To może być pomysł z dziedziny medycyny, chemii, fizyki. Jedynym ograniczeniem jest formuła, czyli nie więcej niż 20 zdjęć z komentarzem słownym po 20 sekund na jednego uczestnika.

## **Ile zgłoszeń dostajecie?**

- Wiadomo, że to nie jest jeszcze tak do końca znana impreza, więc różnie bywa. Zainteresowanie jest bardzo duże. Ludzie coraz bardziej się ośmielają. Czasem ktoś się zgłasza, a potem w trakcie stwierdza, że może jednak nie teraz tylko troszkę później. Innemu nie pasuje termin, inny zanim wystąpi chciałby zobaczyć jak to wygląda. Tak czy inaczej zawsze jednak mamy w czym wybierać.

## **Czy zauważyliście jakąś tendencję , w tematyce zgłoszeń?**

- Myślałyśmy o podziale tematycznym ale zauważyłyśmy, że to nie ma sensu bo różnorodność jest atrakcyjniejsza. Bałyśmy się, że będzie za dużo grafików i ludzi z portfolio, ale ku naszemu zaskoczeniu jest duże zróżnicowanie. Ludzie powoli zaczynają rozumieć na czym polega Pecha Kucha. Zaczynają rozumieć, że to może być coś abstrakcyjnego, coś niekonkretnego. Że to nie musi być obiekt, że to może być również coś co nie powstało w namacalnej rzeczywistości ale istnieje w sferze pomysłu albo społecznej idei.

## **Co jest ideą Pecha Kuchy?**

- Promocja pomysłów i wymiana myśli

## **Czy macie jakąś wiedzę o tym, co się dzieje w jej wyniku?**

- Nie ingerujemy w kontakty, ale po pierwszej Pecha Kuchy w klubie Jazzga były do nas maile z zapytaniem o kontakt do dziewczyny, która prezentowała swoje malarstwo, a pewien chłopak dostał konkretne zamówienie na zaprojektowanie plakatów.





**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



---

Projekt „Media oknem na świat - warto zostać dziennikarzem” współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego

**Wydaje mi się, że kolejną Pecha Kuchę warto by zorganizować w większym pomieszczeniu i bardziej ją rozreklamować...**

- Reklama jest uzależniona od możliwości finansowych. Pecha Kucha jest imprezą non-profit. Było by to możliwe jeśli znalazły by się osoby które zechciałyby nas wspomóc choćby przy wydrukowaniu plakatów. Organizacja Pecha Kuchy generuje jednak duże koszty, a my niestety jeszcze nie mamy stałego sponsora...

Dziękuję za rozmowę.



Instytucja  
Pośrednicząca  
2 stopnia

**purpose**  
przedsiębiorczość w kulturze

Realizator projektu: European Culture Consulting Culture Factory – wydawca magazynu Purpose – przedsiębiorczość w kulturze, Biuro projektu: ul. Więckowskiego 16 / wejście od ul. Zachodniej 97, lokal 200, tel. 666 059 707, [www.purpose.com.pl](http://www.purpose.com.pl), [redakcja@purpose.com.pl](mailto:redakcja@purpose.com.pl)