



**PLAN DZIAŁANIA
MUZEUM KINEMATOGRAFII W ŁODZI
NA RZECZ ROZWOJU WIDOWNI**

Data utworzenia dokumentu
2025-09-26

OBECNY STAN ORGANIZACJI

Muzeum Kinematografii w Łodzi jest instytucją kultury o charakterze naukowo-badawczym i kulturalno-oświatowym. Działa na rzecz ochrony, dokumentowania i popularyzowania dziedzictwa sztuki i techniki filmowej, ze szczególnym uwzględnieniem dorobku polskiej i łódzkiej kinematografii.

Do głównych zadań Muzeum należy gromadzenie, opracowywanie, konserwowanie i udostępnianie dóbr kultury związanych z historią filmu fabularnego, dokumentalnego, animowanego, oświatowego, awangardowego, wideo i telewizji. Szczególne miejsce zajmują również obiekty z epoki przedfilmowej, takie jak latarnie magiczne, mutoskop czy unikatowy fotoplastikon z pracowni Augusta Fuhrmanna – jeden z zaledwie kilku zachowanych na świecie.

Muzeum prowadzi działalność wystawienniczą, edukacyjną i badawczą. Organizuje wystawy stałe, czasowe i objazdowe, publikuje katalogi, opracowania naukowe i popularnonaukowe oraz realizuje projekty edukacyjne i dokumentacyjne, w tym archiwa historii mówionej.

Zbiory Muzeum liczą ponad 50 000 eksponatów. Należą do nich m.in.:

- 1) największa na świecie kolekcja plakatów do filmów Andrzeja Wajdy (ponad 300 egzemplarzy),
- 2) ponad 20 000 plakatów i afiszy filmowych polskich i zagranicznych,
- 3) bogate archiwa reżyserów i twórców polskiego kina (m.in. Andrzeja Munka, Jerzego Kawalerowicza, Wojciecha Jerzego Hasa, Agnieszki Holland, Tadeusza Chmielewskiego),
- 4) tysiące fotosów, programów filmowych, scenariuszy i projektów scenograficznych,
- 5) wyjątkowa kolekcja związana z historią polskiej animacji – lalki, rysunki, kadry filmowe (w tym lalki z animacji *Za króla Krakusa* z 1947 r.),

Muzeum Kinematografii w Łodzi działa na podstawie:

- ustawy z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach (Dz. U. Z 1997 r. Nr 5, poz. 24 z późn. zmianami),
- ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz. U. Z 1997 r. Nr 110, poz. 721 z późniejszymi zmianami),
- statutu nadanego na mocy uchwały Nr XXI/417/99 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 22.09.1999 r. z późniejszymi zmianami.

Zgodnie ze Statutem Muzeum Kinematografii w Łodzi Muzeum prowadzi działalność na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz poza jej granicami. Ogólny nadzór nad Muzeum sprawuje minister właściwy do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego, a nadzór bezpośredni Prezydent Miasta Łodzi.

Siedziba Muzeum Kinematografii (dawny „Pałac Scheiblera”) znajduje się przy Placu Zwycięstwa 1 w Łodzi. Zgodnie z Rozporządzeniem Prezydenta RP z dnia 16 lutego 2015 r. w sprawie uznania za pomnik historii „Łódź – wielokulturowy krajobraz miasta przemysłowego”, cały obiekt uznany został za element Pomnika Historii (wpis obszarowy).

WIZJA

Muzeum Kinematografii w Łodzi pragnie być nowoczesnym centrum kultury filmowej, zakorzenionym w unikalnym dziedzictwie Łodzi – miasta filmu o bogatej, wielokulturowej historii. Dąży do bycia instytucją otwartą, inkluzywną i nastawioną na dialog z odbiorcami – miejscem spotkań, inspiracji i twórczej wymiany, które łączy historię z przyszłością, a które łączy historię z przyszłością, a klasyczne funkcje muzeum z otwartością na nowe trendy w filmoznawstwie. Muzeum chce nie tylko pielęgnować pamięć o polskiej i światowej kinematografii, ale również aktywnie współtworzyć współczesny krajobraz kultury – jako przestrzeń edukacji, animacji społecznej oraz współpracy z lokalną i ponadlokalną społecznością twórców, edukatorów i odbiorców. Poprzez działania artystyczne, edukacyjne i społeczne, muzeum buduje trwałe relacje z mieszkańcami i wzmacnia tożsamość filmowej Łodzi.

MISJA

Misją Muzeum Kinematografii w Łodzi jest ochrona, dokumentowanie i upowszechnianie dziedzictwa filmowego – ze szczególnym uwzględnieniem roli Łodzi jako miasta filmu. Muzeum gromadzi, opracowuje i udostępnia zbiory związane z historią i techniką kinematografii, prowadzi działalność edukacyjną i popularyzatorską oraz promuje nowe spojrzenia na sztukę filmową. Poprzez wystawy, projekty społeczne, działania edukacyjne i wydarzenia artystyczne, instytucja wspiera rozwój kompetencji kulturowych, animuje życie społeczno-kulturalne i buduje dialog z odbiorcami. Korzystając z zasobów historycznych i nowych technologii, muzeum inspirowane do odkrywania filmu jako dziedziny sztuki, medium komunikacji i przestrzeni wspólnego doświadczenia.

CELE STRATEGICZNE DLA MUZEUM KINEMATOGRAFII:

1) Zachowanie i rozwój dziedzictwa materialnego poprzez remont zabytkowej siedziby, tj. pałacu Karola Scheiblera

Byłaby to kontynuacja pierwszego etapu modernizacji Pałacu Scheiblera w ramach projektu „Zwiększenie dostępności dorobku polskiej kinematografii poprzez zachowanie zabytkowej infrastruktury Pałacu Scheiblera” ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020. Aktualnie Muzeum przygotowuje się do ubiegania się o pozyskanie dofinansowania w ramach Priorytetu VII Kultura Programu FEnIKS 2021-2027.

2) Zwiększanie dostępności instytucji dla osób ze szczególnymi potrzebami

Przekształcenie Muzeum w modelową instytucję dostępności poprzez dostosowanie przestrzeni, oferty programowej i narzędzi komunikacji do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, seniorów oraz odbiorców ze szczególnymi potrzebami.

3) Rozwój i aktualizacja wystawy stałej „Łódź filmowa”

Stałe uatrakcyjnianie i rozwijanie wystawy „Łódź filmowa” jako kluczowego narzędzia edukacji filmowej, dokumentowania dziedzictwa kinematograficznego Łodzi oraz wzmacniania tożsamości miasta filmu – z uwzględnieniem głosu twórców i odbiorców.

4) Wzmacnianie partnerstw i sieci współpracy w sektorze filmowym i edukacyjnym

Rozwijanie trwałej współpracy z instytucjami i organizacjami związanymi z filmem i kulturą, w tym m.in. z Narodowym Centrum Kultury Filmowej, Wytwórnią Filmów Oświatowych,

Państwową Wyższą Szkołą Filmową Telewizyjną i Teatralną im. Leona Schillera w Łodzi, Uniwersytetem Łódzkim (w szczególności Katedrą Filmu i Mediów Audiowizualnych) oraz organizacjami pozarządowymi.

5) Rozszerzanie oferty cyfrowej i udostępnianie zasobów online

Intensyfikacja działań w zakresie digitalizacji zbiorów, tworzenia wirtualnych wystaw i archiwów cyfrowych (w tym historii mówionej), a także rozwijania edukacyjnej i wystawienniczej oferty online dostępnej dla szerokiego grona odbiorców.

6) Wzmacnianie działań inkluzywnych i przeciwdziałanie wykluczeniu kulturowemu

Docieranie do grup narażonych na wykluczenie kulturowe – m.in. osób w trudnej sytuacji finansowej, mieszkańców peryferyjnych dzielnic, seniorów i młodzieży – poprzez organizację wydarzeń bezpłatnych, mobilnych lub realizowanych poza siedzibą Muzeum.

7) Budowanie rozpoznawalności Muzeum jako nowoczesnego centrum kultury filmowej

Umacnianie pozycji Muzeum Kinematografii jako instytucji o znaczeniu ogólnopolskim i międzynarodowym – poprzez organizację wystaw i festiwali o randze ponadlokalnej, aktywną promocję, udział w projektach krajowych i zagranicznych, współpracę z mediami oraz wzmacnianie marki Łodzi jako Miasta Filmu.

PRAKTYKI PR

Muzeum Kinematografii w Łodzi konsekwentnie buduje wizerunek instytucji otwartej, dostępnej i zaangażowanej społecznie. Kierujemy naszą ofertę do szerokiego grona odbiorców, tworząc przestrzeń dialogu, edukacji i spotkań z kulturą filmową.

1) Dzieci, młodzież i rodziny

Dla najmłodszych i ich opiekunów organizujemy seanse w ramach Małego Kinematografu, przegląd filmowy „Polskie Kino Młodego Widza”, warsztaty edukacyjne towarzyszące wystawom oraz specjalną ofertę dla przedszkoli i szkół wszystkich poziomów.

2) Osoby z niepełnosprawnościami

Dbamy o dostępność. Oferujemy specjalne oprowadzania po wystawach, udogodnienia przestrzenne i programowe, zniżki dla posiadaczy Łódzkiej Karty Bez Barrier oraz dostępne cyfrowo treści edukacyjne i informacyjne.

3) Seniorzy

Wspieramy aktywizację osób starszych, m.in. poprzez udział w programie Erasmus+ Mobilność Edukacyjna, który bada zastosowanie nowych technologii w edukacji seniorów na wystawie muzealnej.

4) Polityka ulg i zniżek

W trosce o dostępność kultury oferujemy zniżki dla posiadaczy Kart: Łódzkiej i Ogólnopolskiej Karty Dużej Rodziny, Karty Łodzianina i Łódzkiej Karty Bez Barrier. Bilety ulgowe przysługują także uczniom, studentom, nauczycielom, seniorom i osobom z niepełnosprawnościami.

5) Obecność w przestrzeni miejskiej

Aktywnie uczestniczymy w wydarzeniach budujących więzi lokalne: Urodziny Łodzi, Miejski Dzień Dziecka, Noc Muzeów.

6) Partnerstwo i promocja kina

Jesteśmy partnerem wydarzeń promujących polską i światową kinematografię, takich jak: tmePolówka, Miejskie Spacerzy Szlakiem Łódź Miasto Filmu UNESCO, czy wystawa „Podróże Hasa” prezentowana m.in. w Senacie RP.

7) Wartości i inkluzywność

Tworzymy przestrzeń otwartą na różnorodność. Wystawa „Muminki: drzwi są zawsze otwarte” promowała tolerancję i wzajemny szacunek. Projekt edukacyjny „9 kropek” wspierał rozwój emocjonalny dzieci, ucząc wyrażania emocji i dbania o dobrostan psychiczny.

8) Dyskusje i aktywizacja społeczna

Prowadzimy Dyskusyjny Klub Filmowy „Człowiek w Zagrożeniu”, organizujemy konkursy (np. „Dziedzictwo Reymonta w obiektywie”) i udostępniamy przestrzeń do wyrażania opinii – również poprzez media społecznościowe i fora dyskusyjne.

9) Równość i reprezentacja

Goście naszych wydarzeń to osoby w różnym wieku, z różnych środowisk. Podkreślamy rolę kobiet w historii kina – zarówno w kontekście przemysłu filmowego, jak i historii Pałacu Scheiblera, eksponując postać Anny Scheibler, współtwórczyni siedziby Muzeum.

10) Komunikacja i wielojęzyczność

Docieramy do odbiorców za pośrednictwem wielu kanałów: mediów społecznościowych, tradycyjnych, materiałów drukowanych i reklamy miejskiej. Wystawy są dostępne w języku polskim i angielskim, z tłumaczeniem aplikacji, filmów i podpisów dla zagranicznych gości.

11) Standardy ochrony małoletnich

Stosujemy się do Standardów Ochrony Małoletnich, dbając o to, by dzieci i młodzież odwiedzające Muzeum mogły czuć się bezpiecznie, komfortowo i były traktowane z należytą troską.

GRUPY DOCELOWE

Do głównych odbiorców działań Muzeum należą:

1. Społeczność lokalna
2. Turyści z Polski i zagranicy
3. Rodziny z dziećmi
4. Osoby z niepełnosprawnościami
5. Seniorzy
6. Uczniowie
7. Pasjonaci kina

Każda z tych grup i poszczególnych osób ma konkretne wymagania i oczekiwania wobec Muzeum. Od lat podejmowane są w związku z tym liczne starania, mające na celu uatrakcyjnienie oferty skierowanej do szerokiej grupy odbiorców (w tym wyspecjalizowanych odbiorców – pasjonatów kinematografii), zarówno mieszkańców Łodzi, jak i turystów.

Na profil demograficzny odbiorców oferty kulturalnej Muzeum, ma wpływ przede wszystkim coraz bardziej odczuwalny proces starzenia się społeczeństwa. Procentowy udział ludności w wieku przedprodukcyjnym w ogóle populacji jest widocznie niższy niż odsetek osób w wieku poprodukcyjnym. W dłuższej perspektywie wyraźnie uwidacznia się proces starzenia społeczeństwa, co oznacza, że potencjalnie wzrasta liczba osób zainteresowanych

uczestnictwem w kulturze stacjonarnie, ale pod warunkiem zapewnienia odpowiednich udogodnień lub w formule on-line.

W Łodzi widoczny jest również trend wzrostu liczby mieszkańców w gminach ościennych oraz spadek ludności w samej Łodzi, co sugeruje konieczność szerszego spojrzenia na potrzeby grup docelowych i poszukiwanie nowego odbiorcy również w sensie geograficznym.

Wyniki badania ilościowego przedstawionego w przeprowadzonych badaniach wykonanych przez firmę zewnętrzną określające społeczne zapotrzebowanie na dany projekt: „Analiza popytu na potrzeby projektu: Zwiększenie oferty kulturalnej Muzeum Kinematografii poprzez rewaloryzację zabytkowego kompleksu Karola Scheiblera wraz z jego otoczeniem” pozwoliły na identyfikację następujących grup docelowych według wieku:

- Respondenci w wieku 35-44 lata stanowią 18,8%, co jest największym odsetkiem wśród wszystkich grup wiekowych (co ciekawe w ankiecie online najliczniejszą grupą 24,7% były osoby w wieku 65+, a w ankiecie papierowej osoby w wieku 18-24). Ta grupa prawdopodobnie ma dzieci, które mogą być potencjalnymi odwiedzającymi, dlatego warto skupić się na atrakcjach rodzinnych oraz edukacyjnych
- Drugi największy odsetek respondentów (17,5%) stanowią osoby w przedziale wiekowym 45-54 lata.

WIEK	ANKIETA ONLINE		ANKIETA PAPIEROWA		ŁĄCZNIE	
	liczba odpowiedzi	%	liczba odpowiedzi	%	liczba odpowiedzi	%
mniej niż 18 lat	0	0	22	9,5	22	4,1
18-24	34	11,3	48	20,7	82	15,4
25-34	42	14	46	19,8	88	16,5
35-44	56	18,7	44	19	100	18,8
45-54	49	16,3	44	19	93	17,5
55-64	45	15	19	8,2	64	12
65+	74	24,7	9	3,9	83	15,6

Powyzsza segmentacja pozwoliła na wyróżnienie następujących grup docelowych:

GRUPA WIEKOWA	POTRZEBY I PREFERENCJE
Osoby poniżej 18 roku życia	Atrakcyjne formy edukacji dla dzieci wraz z opiekunami łączące pokolenia.
Osoby w wieku 18-34 lat	Zainteresowanie techniką filmową i historią kina, nowoczesnymi technologiami, filmami, mediami audiowizualnymi Dostęp do nowoczesnych form edukacji.

	Zainteresowanie ofertą skierowaną do dzieci (rodzice)
Osoby w wieku 35-55 lat	Zainteresowanie historią kina, rozwojem technologicznym kinematografii, przeszłością Łodzi filmowej. Zainteresowanie ofertą skierowaną do dzieci (rodzice)
Osoby w wieku powyżej 55 lat	Zainteresowanie historią kina polskiego, historią Łodzi fabrykanckiej i rodziny Scheiblerów

Biorąc pod uwagę ww. grupy docelowe, Muzeum Kinematografii dostosuje swoją ofertę do ich potrzeb następująco:

PROGRAM KULTURALNO- EDUKACYJNY	
Osoby poniżej 18 roku życia	Stworzenie nowej oferty związanej z aktywnościami na świeżym powietrzu, w zrewitalizowanym ogrodzie. Ścieżka zwiedzania oparta na mediach audiowizualnych.
Osoby w wieku 18-34 lat	Zainteresowanie nowoczesnymi technologiami, filmami, mediami audiowizualnymi Dostęp do nowoczesnych form edukacji Elastyczne godziny dla pracujących, weekendowe wydarzenia Atrakcyjne samodzielne zwiedzanie – quest muzealny. Ścieżka zwiedzania oparta na materiałach audio-video dostępnych na wystawie.
Osoby w wieku 35-55 lat	Atrakcyjne samodzielne zwiedzanie – quest muzealny. Ścieżka zwiedzania oparta na materiałach audio-video dostępnych na wystawie.
Osoby w wieku powyżej 55 lat	Atrakcyjna oferta edukacyjna oparta na dziedzictwie kulturowym i historycznym rodu Scheiblerów z wykorzystaniem nowoczesnych form edukacji.
FUNKCJONOWANIE INSTYTUCJI	
Osoby poniżej 18 roku życia	Atrakcyjne materiały edukacyjne
Osoby w wieku 18-34 lat	Atrakcyjne materiały edukacyjne
Osoby w wieku 35-55 lat	Atrakcyjne materiały edukacyjne

Osoby w wieku powyżej 55 lat	Rozwinięcie oferty kulturalnej w dni powszednie w godzinach południowych. Atrakcyjne materiały edukacyjne Zwiększenie oferty kulturalnej w ogrodzie dostosowanym do osób z niepełnosprawnościami.
STRATEGIA KOMUNIKACYJNA	
Osoby poniżej 18 roku życia	Współpraca ze szkołami i nauczycielami, media społecznościowe
Osoby w wieku 18-34 lat	Współpraca z uczelniami wyższymi, media społecznościowe
Osoby w wieku 35-55 lat	Media społecznościowe i tradycyjne, strona internetowa
Osoby w wieku powyżej 55 lat	Tradycyjne media, strona internetowa, prasa, lokalne źródła informacji

Biorąc pod uwagę specyfikę instytucji, jej otoczenie oraz zaplanowane efekty, w raporcie „Analiza popytu na potrzeby projektu: Zwiększenie oferty kulturalnej Muzeum Kinematografii poprzez rewaloryzację zabytkowego kompleksu Karola Scheiblera wraz z jego otoczeniem” określono głównych odbiorców działań projektowych:

Spolecność lokalna

Muzeum Kinematografii w Łodzi jest wyjątkowym na skalę regionu miejscem. Obecna oraz planowana oferta kulturalna i edukacyjna, kierowana zarówno do dzieci i młodzieży, oraz dorosłych, daje unikalne możliwości obcowania ze sztuką filmową i historią. Inwestycja w nowoczesną infrastrukturę, dopasowaną do obecnych oczekiwań odbiorców, pozytywnie wpłynie na jakość organizowanych wydarzeń i udział społeczeństwa w życiu kulturalnym. Udostępnione zostaną nowe przestrzenie, przez co możliwe będzie zorganizowanie większej liczby wydarzeń. Nowa oferta zakłada szerokie spektrum działań, zarówno pod względem formy, jak i tematu.

Osoby z niepełnosprawnościami

Projektowana oferta kulturalna i edukacyjna, zwiększy dostępność dla osób z niepełnosprawnościami. Stanie się tak m.in. dzięki organizacji specjalnego oprowadzania, obejmującego zabytkowy pałac Scheiblera i odtworzony ogród z ogrodem zimowym - osoby niewidome i słabowidzące oprowadzają dzieci (klasę szkolną) po reprezentacyjnych wnętrzach pałacu Scheiblera i odtworzony ogród z ogrodem zimowym, podkreślając rolę zmysłu dotyku, węchu, słuchu itd. (z pominięciem wzroku).

Rodziny z dziećmi

Oferta Muzeum zostanie rozszerzona o zajęcia dedykowane młodszym i starszym dzieciom. Obcowanie ze sztuką, podane w przystępnej, atrakcyjnej, a przede wszystkim w dostosowanej do wieku formie, pozytywnie wpłynie na postrzeganie instytucji kultury przez najmłodszych (jako atrakcyjnych i dostępnych), co w przyszłości przełoży się na zwiększenie uczestnictwa młodzieży, a następnie dorosłych, w kulturze.

Turyści i odwiedzający jednodniowi

Jedną z grup docelowych inwestycji są także osoby spoza Łodzi oraz regionu. Zmodernizowany, zabytkowy obiekt Muzeum, oraz wydarzenia o niewątpliwych walorach artystycznych, mogą przyciągnąć zarówno wielbicieli architektury, jak i sztuki filmowej. Warto przypomnieć, że zaprezentowane dane dotyczące sektora turystyki wskazują na stosunkowo korzystną sytuację Łodzi na tle całego regionu.

Seniorzy

Projektowana oferta kulturalna i edukacyjna zwiększy dostępność dla seniorów. Stanie się tak m.in. dzięki organizacji wydarzeń dostępnych dla osób ze szczególnymi potrzebami w obszarze poruszania się, słyszenia, czucia i rozumienia (np. nowa multimedialna ścieżka zwiedzania wystawy „Łódź filmowa” ze zdigitalizowanymi zbiorami, adresowana przede wszystkim do seniorów).

Uczniowie

Nowa oferta przewiduje szereg działań skierowanych do uczniów np. Nowa, stała wystawa multimedialna, zatytułowana „Scheiblerowie w Muzeum”, specjalne oprowadzania, obejmujące zabytkowy pałac Scheiblera i odtworzony ogród z ogrodem zimowym, podczas którego klasy szkolne są oprowadzane przez osoby niewidome i słabowidzące. Nowa oferta może aktywizować nie tylko dzieci i młodzież, do dalszego poszukiwania wrażeń kulturalnych, ale także nauczycieli do organizowania wycieczek szkolnych do muzeów i innych instytucji.

Pasjonaci kina

Nowa oferta przewiduje wydarzenia skierowane do pasjonatów np. wystawa „Pałac na planie filmowym”, która została pomyślana jako trwała, ogólnodostępna atrakcja muzealna, która odpowiada na rosnące zainteresowanie dziedzictwem filmowym Łodzi.

PROGRAM

Bieżąca oferta kulturalno-edukacyjna Muzeum Kinematografii w Łodzi jest szeroka i zróżnicowana, odpowiadając na potrzeby różnych grup odbiorców – od dzieci, przez młodzież i dorosłych, aż po seniorów i osoby z niepełnosprawnościami. Instytucja pełni funkcję zarówno muzeum sztuki filmowej, jak i miejsca aktywności edukacyjnej i kulturalnej, łącząc tradycję z nowoczesnymi formami prezentacji.

Oferta Muzeum łączy ekspozycje stałe i czasowe, edukację filmową i kulturową, działalność kinową i festiwalową oraz projekty on-line. Instytucja rozwija się jako nowoczesne centrum dziedzictwa filmowego, a jej program odpowiada zarówno na potrzeby lokalnej społeczności, jak i turystów, czyniąc muzeum jednym z kluczowych punktów kulturalnych Łodzi.

Podstawą oferty są wystawy stałe i czasowe. Do najważniejszych należą: ekspozycja „Łódź filmowa”, ukazująca przemiany miasta od XIX wieku aż do roli stolicy polskiego przemysłu filmowego, oraz „Pałac pełen bajek”, prezentująca historię polskiej animacji dla dzieci i jej najbardziej znanych bohaterów, takich jak Reksio, Miś Uszatek, Zaczarowany ołówek, Bolek i Lolek czy Pingwin Pik-Pok.. Szczególne zainteresowanie wzbudza także wystawa czasowa poświęcona Muminkom z okazji ich 80-lecia, a także ekspozycje plakatów filmowych i interaktywne przestrzenie związane z procesem tworzenia filmu. W 2024 roku Muzeum udostępniło łącznie 5 wystaw: 2 wystawy stałe: „Łódź filmowa” oraz ponownie otworzono wystawę „Pałac pełen bajek” po modernizacji; 2 wystawy czasowe oraz 1 wystawę online, a łączna liczba zwiedzających sięgnęła niemal 95 tysięcy osób.

Rozbudowaną część oferty stanowi działalność edukacyjna. Muzeum prowadzi lekcje muzealne, warsztaty i zajęcia filmowe dla różnych poziomów wiekowych – od przedszkoli po osoby starsze. W 2024 roku zrealizowano 321 lekcji i warsztatów, w których wzięło udział ponad 8 tysięcy uczestników. Oferta obejmuje m.in. warsztaty animacji i dźwięku, lekcje poświęcone językowi filmu, historii Łodzi przemysłowej i dziejom rodziny Scheiblerów, a także specjalne gry muzealne i zajęcia dedykowane najmłodszym. Ważnym elementem jest zwiedzanie z przewodnikiem – zarówno standardowe, jak i kuratorskie, obejmujące szczegółowe oprowadzanie po wystawach.

Instytucja prowadzi również własne kino studyjne „Kinematograf”, w którym odbywają się projekcje filmowe, często wzbogacone o prelekcje i spotkania z twórcami. W 2024 roku zrealizowano 550 seansów, które zgromadziły ponad 5 tysięcy widzów. Muzeum organizuje także cykliczny Festiwal Mediów „Człowiek w Zagrożeniu”, poświęcony filmom dokumentalnym o tematyce społecznej, oraz liczne wydarzenia towarzyszące – od spotkań autorskich i dyskusyjnych klubów filmowych, po koncerty i wydarzenia plenerowe.

Oferta muzeum obejmuje także wydarzenia i materiały dostępne on-line. W 2024 roku przygotowano jedną wystawę internetową, odwiedzoną przez ponad 3 tysiące użytkowników, oraz pięć wydarzeń edukacyjno-popularyzatorskich dostępnych w formule cyfrowej. Strona internetowa instytucji oraz jej profile w mediach społecznościowych stanowią ważne źródło informacji o aktualnym programie, a także narzędzie edukacyjne – dostępne są tam np. projekty multimedialne i wirtualne zwiedzanie wybranych przestrzeni.

Oferta Muzeum podzielona jest na następujące kategorie:

- 1) Wystawy
- 2) Edukacja
- 3) Zbiory
- 4) Kino Kinematograf

WYSTAWY

1) **Łódź filmowa**

Wystawa stała, pokazuje, jak z miasta rozrywek przełomu XIX i XX wieku, przeznaczonych dla robotników fabryk włókienniczych, Łódź stała się po zakończeniu II wojny światowej stolicą polskiego przemysłu filmowego.

2) **Pałac pełen bajek**

Wystawa stała dla widzów w każdym wieku, prezentacja znanych i lubianych bohaterów animowanych filmów dla dzieci.

3) **Muminki: drzwi są zawsze otwarte**

Wystawa czasowa (od 23.05.2025 roku do 29.03.2026 roku), pierwsza w Polsce duża ekspozycja przedstawiająca świat Doliny Muminków oraz obecność Muminków w polskiej kulturze – od pierwszych książek wydanych po polsku 60 lat temu przez unikalną polską serię filmów animowanych o Muminkach po kulturę fanowską i polski Moomin art.

4) **Roman Polański**

Wystawa online, prezentująca wybrane obiekty z kolekcji Muzeum, zapisy historii mówionych oraz archiwalia za Szkoły Filmowej w Łodzi.

EDUKACJA

1) Oferta edukacyjna grup zorganizowanych:

Największą grupą odbiorców oferty edukacyjnej Muzeum Kinematografii w Łodzi są uczniowie szkół podstawowych i średnich oraz grupy przedszkolne. Realizowane działania obejmują szeroko rozumianą edukację kulturalną, z naciskiem na edukację filmową. W ramach edukacji muzealnej realizowane są lekcje muzealne oraz warsztaty, które w atrakcyjny sposób rozwijają wiedzę kulturze i filmie. Wybranym zajęciom towarzyszy zwiedzanie określonych sal i wystaw muzeum czy projekcja klasycznych filmów animowanych dla dzieci.

– **Rolka Bolka i Lolka. Lekcja muzealna**

Edukator poprzez zabawy ruchowe, twórcze działania, zagadki i rymowane quizy przedstawia bohaterów filmowych najśłynniejszych polskich animacji takich jak: Bolek i Lolek, Miś Uszatek, Plastuś, Reksio, Florka, równocześnie odkrywając tajemnice warsztatu animatora.

– **Gry i zabawy z Reksiem i Pik-Pokiem, czyli o animacji słów kilka. Lekcja muzealna**

Uczestnicy poznają zasady powstawania filmu animowanego na podstawie opowieści o Reksiu i Pik-Poku, bohaterach najśłynniejszych polskich animacji.

– **Dawno, dawno temu, czyli magiczny seans z kliszy. Lekcja muzealna**

Podczas zajęć wykorzystywany jest projektor z lat 80., pozwalający najmłodszym wcielić się w narratorów bajkowych historii.

– **Kamera akcja! O wybranych zawodach filmowych. Lekcja muzealna**

Dzieci poznają zawody związane z produkcją filmową - reżyser, aktor, operator filmowy, kaskader, producent, scenograf itd.

– **Dzieci lubią misie: Puchatek, Uszatek, Paddington i inni. Lekcja muzealna**

Puchatek, Uszatek czy Paddington to misie wielkiego formatu! O tym, jak stały się gwiazdami filmowymi, dzieci dowiedzą poprzez zagadki, ciekawostki oraz fragmenty filmów animowanych.

– **Plecak pełen przygód. Gra muzealna**

Uczestnicy decydują, którego z bohaterów polskiej animacji zabiorą ze sobą w podróż dookoła świata. Jednym z zadań będzie skompletowanie ekwipunku ukrytego na wystawach muzealnych oraz wyprawa w daleką eskapadę poznając charakterystyczne miejsca świata.

– **Tu stacja „Animacja”! Warsztaty z animacji poklatkowej**

Podczas warsztatów powstaje film animowany tradycyjną metodą – klatka po klatce. Zajęcia umożliwiają przejście od pierwszego do ostatniego etapu, czyli od wymyślenia scenariusza, zaprojektowania bohaterów, rysowania, komponowania kolejnych kadrów, aż do montażu.

– **Wielka podróż do Doliny Muminków. Gra muzealna**

Uczestnicy wyruszają w niezwykłą podróż inspirowaną pierwszą książką Tove Jansson *Male trolle i duża powódź*. Celem gry muzealnej jest odnalezienie Taty Muminka oraz domu małych trolli w Dolinie Muminków.

– **Celuloid, lalka, wycinanka, pikselacja i inne techniki animacji. Lekcja muzealna**

W trakcie zajęć uczestnicy poznają techniki stosowane przez czołowych polskich twórców animacji: począwszy od rysunkowej i lalkowej, a skończywszy na technice kombinowanej, indywidualnej czy non-camera.

– **Od króla Krakusa do Florki, czyli historia animacji. Lekcja muzealna**

Lekcja muzealna o historia animacji począwszy od malowideł jaskiniowych, starożytnych waz i średniowiecznych ilustracji, poprzez zabawki optyczne aż do rozwoju właściwej animacji.

– **Dźwięk(i) w filmie. Lekcja muzealna**

Lekcja muzealna prezentująca jak wygląda praca lektora, czym charakteryzuje się muzyka ilustracyjna czy jak nagrywane są efekty synchroniczne w filmie.

– **Filmowe efekty specjalne. Lekcja muzealna**

W trakcie zajęć uczestnicy nabywają wiedzę o efektach specjalnych stosowanych w kinie od jego powstania po dzień dzisiejszy.

– **Zabawki w świetle latarni magicznej. Lekcja muzealna**

Uczestnicy poznają historię wynalazków optycznych od XIV wieku po elektroniczne z XXI wieku, które przyczyniły się do powstania kinematografii, jaką znamy obecnie. Lekcję kończy warsztat z tworzenia prostej zabawki optycznej.

– **Od pomysłu na ekran. Lekcja muzealna**

Uczestnicy poznają zawody zaangażowane w proces tworzenia filmu oraz podstawowe pojęcia tj. scenariusz, scenopis, plan zdjęciowy, montaż, udźwiękowienie, kopia ekranowa.

– **Podstawy języka filmu. Lekcja muzealna**

W czasie zajęć uczestnicy poznają podstawowe pojęcia m.in. oś filmowa, scenariusz, scenopis, kadr, ujęcie, scena, plan filmowy oraz omawiają rodzaje ruchu kamery, perspektywy i montażu.

– **Imperium Rodu Scheiblerów. Lekcja muzealna**

Zajęcia przybliżające dzieje jednego z najpotężniejszych rodów fabrykanckich Łodzi, powstania bawełnianego imperium Scheiblerów oraz ich wpływu na współczesny kształt miasta.

– **Cisza na planie!**

Uczestnicy podczas warsztatów imitują i nagrywają efekty synchroniczne do fragmentu filmu przy użyciu przedmiotów dostępnych w profesjonalnie wyposażonym muzealnym studiu dźwiękowym.

– **Animacja i dźwięk. Warsztaty**

Obraz animowany i dźwięk to zajęcia łączące dwie odmienne aktywności filmowe, które składają się na efekt końcowy – udźwiękowiony film animowany.

– **Baltazar Gąbka i inni, czyli śladami filmów animowanych w kulturze i sztuce. Lekcja muzealna**

Edukator omawia szereg osiągnięć polskiej animacji i jej ogromny potencjał w przekazywaniu różnorodnych treści. Tematem przewodnim lekcji muzealnej są najciekawsze polskie animacje, będące adaptacjami literatury i innych tekstów.

– **Krzysztof Kieślowski. Ślady i pamięć. Lekcja muzealna**

Uczestnicy poznają Krzysztofa Kieślowskiego – reżysera filmów dokumentalnych i fabularnych, scenarzysty zarówno filmów autorskich, jak i zrealizowanych przez innych twórców.

– **Kult gwiazd kina przedwojennego. Lekcja muzealna**

Rozmowy o sylwetkach pierwszych gwiazd Hollywood w okresie kina niemego, metod kreowania ekranowych osobowości oraz specyfice kultu aktorów w międzywojennej Polsce.

– **Plakat – najkrótsza recenzja filmu. Warsztaty**

Lekcja przybliży uczestnikom wiadomości na temat polskiego plakatu filmowego, jego historii, wybitnych twórcach oraz dostarcza narzędzi analityczno–interpretacyjnych, przydatnych w interpretacji plakatu. Zajęcia kończą się warsztatem.

– **Spotkanie z mistrzem: Andrzej Wajda. Lekcja muzealna**

Lekcja z zakresu edukacji filmowej mająca na celu zapoznanie uczestników z twórczością Andrzeja Wajdy i zachęcenie do dalszego, samodzielnego pogłębiania wiedzy.

– **Film jest fantastyczny. Lekcja muzealna.**

Lekcja przybliży uczestnikom rozwój gatunków w obrębie filmowej fantastyki.

2) Oferta edukacyjna dla osób indywidualnych:

– **Spotkania z Scheiblerami. Spotkania cykliczne**

Cykl prelekcji, spotkań z gośćmi i innych wydarzeń związanych z dziedzictwem rodu Scheiblerów.

– **Filmowe opowieści. Spotkania cykliczne**

Cykl edukacyjnych dedykowany dzieciom od 5 do 9 lat oraz ich rodzicom i opiekunom. Wspólnie z edukatorami uczestnicy odkrywają tajemnice związane z bohaterami filmów animowanych, zabawkami optycznymi, wynalazkami. Poznają zawody filmowe i atrybuty pracy filmowców. Oglądają klasyczne polskie animacje.

3) Oferta edukacyjna „Różnorodni – pełnosprawni”:

Oferta skierowana dla grup osób z niepełnosprawnością intelektualną. Dobór tematów i sposób prowadzenia zajęć dostosowany jest do szczególnych potrzeb uczestników w obszarze

czucia i rozumienia. Warsztat „Sztuka animacji” ma na celu przybliżenie technik animacji i samodzielną pracę jako animator postaci filmowej. Warsztat „Przyprawy kuchni pani Anny” zaznajamia uczestników z historycznym i kulturowym bogactwem miasta Łodzi i jej mieszkańców przełomu XIX i XX wieku. Ofertę uzupełnia seans filmu „Serce dębu”, widowiskowy dokumentalny film przygodowy bez komentarza lektorskiego, z piękną muzyką w tle.

4) Oferta seansów filmowych:

Muzeum zaprasza uczniów oraz nauczycieli na zajęcia edukacyjne, pokazy filmowe z prelekcjami lub wykładami. W repertuarze kina Kinematograf znajdują się nie tylko najnowsze propozycje ekranowe, ale także klasyki światowego i polskiego przemysłu filmowego. Seans można połączyć ze zwiedzaniem wystawy stałej Łódź filmowa, wystaw czasowych oraz lekcją muzealną.

5) Zwiedzanie z przewodnikiem:

Zwiedzanie wystaw z przewodnikiem jest ważnym elementem działalności edukacyjnej, które pozwala w sposób przystępny i atrakcyjny przybliżyć historię kinematografii szerokiemu gronu odbiorców. Oferta skierowana jest do dzieci i młodzieży, dorosłych i seniorów, dając każdej grupie możliwość odkrywania muzeum w formie dostosowanej do ich potrzeb i oczekiwań.

Oferta zwiedzania wystaw obejmuje kilka wariantów. Uczestnicy mają możliwość oprowadzania po całym muzeum lub wyboru ścieżek tematycznych.

Ścieżka uniwersalna to spacer z przewodnikiem po całej ekspozycji muzealnej poświęconej Łodzi filmowej. Zwiedzający poznają kolekcję ilustrującą rozwój filmu i przemysłu kinematograficznego od końca XIX wieku aż po dzień dzisiejszy. Przewodnik w ramach tej ścieżki oprowadza również po aktualnych wystawach czasowych.

Ścieżki tematyczne to siedem możliwych wariantów do wyboru:

- ścieżka nr 1: Spacer po wystawie czasowej;
- ścieżka nr 2: Spacer po Łodzi, mieście atrakcji i filmu;
- ścieżka nr 3: Poznajemy Muzeum Kinematografii;
- ścieżka nr 4: Spacer po wnętrzach Pałacu Scheiblera śladami planów filmowych;
- ścieżka nr 5: Od jarmarku do Oscara. Śladami łódzkiego przemysłu filmowego od końca XIX wieku do drugiej dekady XXI wieku;
- ścieżka nr 6: HollyŁódź – powstanie i rozwój polskiej fabryki snów;
- ścieżka nr 7: Skarby wystawy Łódź filmowa w 50 minut.

ZBIORY

Zbiory muzeum podzielone są na działy tematyczne obejmujące:

- technikę filmową,
- plakaty i scenografię,
- historię kina zawierającą archiwalia dotyczące poszczególnych filmów i twórców – w tym dokumenty, zdjęcia, materiały promocyjne,
- kopie filmowe,
- scenariusze i scenopisy,
- animację.

Muzealna kolekcja to prawie osiemdziesiąt tysięcy eksponatów. Są wśród nich unikatowe urządzenia z epoki poprzedzającej film – latarnie magiczne z przełomu wieków, mutoskop, czy odrestaurowany w 2016 roku fotoplastikon, który pochodzi z pracowni wynalazcy tego urządzenia Augusta Fuhrmana – jedyny w Polsce oryginał i według Towarzystwa Fuhrmannowskiego jeden z sześciu zachowanych w świecie.

Jest imponujący zbiór aparatów fotograficznych i kamer filmowych wyprodukowanych w znanych na całym świecie firmach.

Na uwagę zasługuje też bogata kolekcja różnorodnych projektorów filmowych, która ukazuje kolejne etapy rozwoju techniki filmowej od początków kina. Są to profesjonalne i amatorskie projektory i rzutniki na wszystkie szerokości taśmy i różnorodne źródła światła – od lampy naftowej po łuk elektryczny. Wśród nich znajdują się wszystkie modele produkowane w nieistniejących już dziś, jedynych tego rodzaju w Polsce, Łódzkich Zakładach Kinotechnicznych „Prexer”.

Zbiór plakatów i afiszy filmowych, polskich i zagranicznych, liczy ponad dwadzieścia tysięcy obiektów. Odzwierciedla historię polskiego plakatu filmowego, jak również historię kina w ogóle. Najstarsze plakaty pochodzą z lat 20. i 30. ubiegłego wieku. W kolekcji są plakaty do m.in.: Wiernej rzeki z 1936 roku w reżyserii Leonarda Buczkowskiego, Zapomnianych melodii z 1938 roku w reżyserii Konrada Toma i Jana Fethkego, czy Ostatniego Mohikanina w reżyserii George’a B. Seitz’a i Nie ufaj mężczyźnie w reżyserii W.S. Van Dyke’a – oba z 1936 roku.

Muzeum Kinematografii w Łodzi ma największą na świecie kolekcję plakatów do filmów Andrzeja Wajdy. To jedyny tak obszerny – liczący ponad trzysta egzemplarzy – zbiór, stanowiący dowód ogromnej popularności reżysera i jego filmów na wszystkich kontynentach. W kolekcji znajdują się prace: Romana Cieślewicza, Wojciecha Zamecznika, Wojciecha Fangora, Franciszka Starowieyskiego, Wiktora Górki, Waldemara Świerzego, Jana Lenicy – ojców polskiej szkoły plakatu, którzy tworzyli również wersje obcojęzyczne swoich plakatów do filmów Wajdy. Nie brakuje też prac Wiesława Wałkuskiego, Jakuba Erola, Cypriana Kościelniaka, Andrzeja Pągowskiego, Marka Freudenreicha, Marcina Mroszczaka, Rafała Olbińskiego czy Rosława Szaybo, oraz plakatów znakomitych zagranicznych twórców m.in. Petera Strausfelda, Dominique Guillotin, Otto Kummerta, Milana Grygara.

Dużą część kolekcji stanowią zagraniczne plakaty do filmów polskich reżyserów, m.in.: Aleksandra Forda, Romana Polańskiego, Jerzego Kawalerowicza, Agnieszki Holland, Krzysztofa Zanussiego.

Muzeum posiada obszerne archiwa twórców polskiej sztuki filmowej – Andrzeja Munka, Aleksandra Forda, Jana Rybkowskiego, Jerzego Ziarnika, Jerzego Toeplitza, Wojciecha Jerzego Hasa, Jerzego Kawalerowicza, Tadeusza Chmielewskiego, Edwarda Zajička przekazane przez ich spadkobierców. Są to imponujące ilościowo i jakościowo zbiory zapisków, korespondencji, fotografii, dokumentów związanych z ich prywatnym i zawodowym życiem. W muzeum znajdują się bogate zbiory archiwaliów dotyczący twórców łódzkiej Wytwórni Filmów Oświatowych: Barbary i Jana Czeczów, Bohdana Mościckiego, Edwarda Pałczyńskiego.

Jest cenna kolekcja pamiątek po Poli Negri, aktorce polskiego pochodzenia, gwiazdzie niemieckiego i hollywoodzkiego kina niemego lat 20. XX wieku. Archiwum zawiera programy do filmów z jej udziałem, portrety i kartki pocztowe z filmowymi wcieleniami, fotosy, nuty i płyty z jej nagraniami. Jest również unikatowy egzemplarz napisanej przez Polę Negri książki z 1925 roku „La vie et le reve au cinema”, czyli „Życie i marzenie w kinie”.

Tysiące fotosów, bogaty zbiór scenariuszy (w różnych wersjach językowych) i scenopisów, kilkanaście tysięcy programów filmowych z całego świata (w tym programy do polskich filmów przedwojennych z pieczętkami pierwszych łódzkich kin). Także projekty scenograficzne do filmów fabularnych i animowanych, a wśród nich prace m.in. jednego z najwybitniejszych polskich scenografów Anatola Radzinowicza, Lidii i Jerzego Skarżyńskich, Kazimierza Mikulskiego, Władysława Starewicza, Bogdana Söllego, Andrzeja Halińskiego, Janusza Sosnowskiego.

Szczególne miejsce w zbiorach zajmuje kolekcja przedstawiająca historię polskiej animacji, na którą składają się projekty scenograficzne, projekty postaci, lalki i kadry z filmów animowanych oraz filmy.

W zbiorze lalek, liczącym ponad sto obiektów, są m.in. lalki z 1947 roku do animacji *Za króla Krakusa* Zenona Wasilewskiego, jednego z pionierów polskiego filmu lalkowego – film uznawany jest dzisiaj za początek polskiej profesjonalnej animacji; *Kocmołuszka* z 1955 roku czy *Damona* z 1958 roku w reżyserii Edwarda Sturlisa. Filmy Tadeusza Wilkosza – twórcy misia *Colargola* czy pingwina *Pik-Poka* – w tym jego debiutanckie *Misie figle* z 1959 roku, czy *Poranek Misia* z 1967 roku – pierwszy odcinek przygód misia *Colargola*. Z grona wybitnych twórców ze Studia Małych Form Filmowych *Se-Ma-For* posiadamy prace m.in.: Daniela Szczechury, Jerzego Kotowskiego, Stanisława Lenartowicza, Lucjana Dembińskiego, zaś spośród skupionych wokół Studia Filmów Rysunkowych w Bielsku Białej – m.in. Mariana Cholerka, Romualda Kłysa, Mirosława Kijowicza, Aleksandra Oczko, Franciszka Pyter, Lechosława Marszałka.

Muzeum posiada również własną filmotekę, którą tworzy blisko dwa tysiące tytułów – obok filmów fabularnych również animowane i dokumentalne.

Kolekcja jest prezentowana na wystawie stałej „Łódź Filmowa” oraz podczas wystaw czasowych. Muzealne zbiory udostępniane są także do badań naukowych. Część kolekcji prezentowana jest on-line.

CENA

Aktualny cennik biletów na wystawy stałe i czasowe w Muzeum został wprowadzony zarządzeniem Nr 21/2022 Dyrektora Muzeum Kinematografii w Łodzi z dnia 5 grudnia 2022 r. i kształtuje się w następujący sposób:

- bilet normalny – 28 zł
- bilet ulgowy – 18 zł
- dzieci poniżej 7 roku życia – wstęp wolny
- bilet dla posiadaczy Karty Łodzianina – normalny – 25 zł / ulgowy – 15 zł
- bilet dla posiadaczy Łódzkiej i Ogólnopolskiej Karty Dużej Rodziny – normalny – 25 zł / ulgowy – 15 zł
- oprowadzanie przez przewodnika muzealnego dla grupy do 15 osób
 - 130 zł przy oprowadzaniu tematycznym – po wybranej części wystawy stałej lub wystaw czasowych – zgodnym ze ścieżkami zwiedzania,
 - 150 zł – przy oprowadzaniu po całej ekspozycji stałej i wystawach czasowych
- z biletem do Muzeum, bilet do kina Kinematograf – 10 zł
- wspólny bilet na wystawy „Kino Polonia” (NCKF) + „Łódź Filmowa” (Muzeum Kinematografii w Łodzi) normalny – 45 zł / ulgowy – 30 zł

Bilety ulgowe przysługują:

1. uczniom szkół systemu oświaty, słuchaczom kolegiów pracowników służb społecznych, studentom oraz doktorantom;
2. uczniom szkół, studentom oraz doktorantom będącym obywatelami państw członkowskich Unii Europejskiej, Konfederacji Szwajcarskiej oraz państw członkowskich Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) – stron umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym;
3. uczniom szkół prowadzonych przez organizacje społeczne za granicą, zarejestrowanych w bazie prowadzonej przez upoważnioną jednostkę podległą

- ministrowi właściwemu do spraw oświaty i wychowania, w okresie pobierania nauki języka polskiego, historii, geografii, kultury polskiej lub innych przedmiotów nauczanych w języku polskim, nie dłużej niż do ukończenia 18. roku życia;
4. uczniom szkół funkcjonujących w systemach oświaty innych państw w okresie pobierania nauki języka polskiego, historii, geografii, kultury polskiej lub innych przedmiotów nauczanych w języku polskim, nie dłużej niż do ukończenia 18. roku życia;
 5. uczniom sekcji polskich funkcjonujących w szkołach działających w systemach oświaty innych państw, nie dłużej niż do ukończenia 18. roku życia;
 6. uczniom szkół europejskich działających na podstawie Konwencji o Statucie Szkół Europejskich, sporządzonej w Luksemburgu dnia 21 czerwca 1994 r. (Dz. U. z 2005 r. poz. 10) pobierającym naukę języka polskiego, historii, geografii, kultury polskiej lub innych przedmiotów nauczanych w języku polskim, nie dłużej niż do ukończenia 18. roku życia;
 7. osobom powyżej 65. roku życia, emerytom, rencistom, rencistom socjalnym, a także osobom niepełnosprawnym wraz z opiekunami, będącym obywatelami państw członkowskich Unii Europejskiej, Konfederacji Szwajcarskiej oraz państw członkowskich Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) – stron umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym;
 8. nauczycielom:
 - a. szkół i placówek systemu oświaty, zakładów poprawczych i schronisk dla nieletnich,
 - b. szkół działających w państwach członkowskich Unii Europejskiej, Konfederacji Szwajcarskiej oraz państwach członkowskich Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) – stronach umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym,
 - c. szkół prowadzonych przez organizacje społeczne za granicą, zarejestrowanych w bazie prowadzonej przez upoważnioną jednostkę podległą ministrowi właściwemu do spraw oświaty i wychowania,
 - d. uczącym języka polskiego, historii, geografii, kultury polskiej lub innych przedmiotów nauczanych w języku polskim w:
 - szkołach funkcjonujących w systemach oświaty innych państw,
 - sekcjach polskich funkcjonujących w systemach oświaty innych państw,
 - szkołach europejskich działających na podstawie Konwencji o Statucie Szkół Europejskich, sporządzonej w Luksemburgu dnia 21 czerwca 1994 r.;
 9. osobom fizycznym odznaczonym odznaką “Za opiekę nad zabytkami”, odznaką honorową “Zasłużony działacz kultury”, odznaką honorową “Zasłużony dla Kultury Polskiej” lub wyróżnionym tytułem honorowym “Zasłużony dla Kultury Narodowej”;
 10. kombatantom.

Środa jest dniem bezpłatnego wstępu.

Także bezpłatny jest dostęp do oferty online Muzeum.

MIEJSCE (dystrybucja)

Bilety do Muzeum można kupić stacjonarnie w kasie Muzeum i drogą elektroniczną na stronie internetowej Muzeum (tylko normalny i ulgowy). Grupy zorganizowane zgłaszające się na lekcje muzealne, warsztaty czy zwiedzanie, kontaktują się telefonicznie pod numerem telefonu 451-159-143 oraz drogą mailową na adres: rezerwacja@kinomuzeum.pl

Zakup biletów jest możliwy bezpośrednio w kasie lub online przez system sprzedaży na stronie internetowej.

Rezerwacje grupowe na wydarzenia, zwiedzanie z przewodnikiem i zajęcia edukacyjne można dokonywać telefonicznie, mailowo, poprzez SMS, MMS i Messenger. Na You Tube udostępnione są materiały edukacyjne w postaci krótkich filmów warsztatowych, filmów przybliżających kolekcję muzealną i wystawy.

Na stronie internetowej udostępnione są scenariusze zajęć dla nauczycieli oraz podcasty związane z rodem Scheiblerów.

PROMOCJA

Kluczowe kanały komunikacji Muzeum obejmują:

1. Stronę internetową:

www.muzeumkinematografii.pl/

Na stronie zamieszczane są informacje m.in. o:

- bieżącej ofercie kulturalnej – m.in. wydarzenia w kinie Kinematograf: seanse przedpremierowe, Mały Kinematograf dla najmłodszych widzów, Dyskusyjny Klub Filmowy; spotkania autorskie z twórcami polskiej kinematografii; wystawy stałe i czasowe;
- dniach / godzinach otwarcia,
- cennik biletów (w tym bilety łączone, informacja o ulgach),
- informacje o dostępności Muzeum dla osób z niepełnosprawnościami.

Dodatkowo artykuły o najważniejszych wydarzeniach są zamieszczane na stronie organizatora instytucji – Miasta Łódź: www.lodz.pl

2. Media społecznościowe:

<https://www.facebook.com/MuzeumKinematografiiLodz>

<https://www.instagram.com/muzeumkinematografii/>

Profile w mediach społecznościowych są wykorzystywane do bieżącej komunikacji w zakresie oferty kulturalnej Muzeum - umożliwia to bezpośredni kontakt z odbiorcami oferty, daje możliwość zapoznania się z ich potrzebami oraz weryfikację skuteczności podejmowanych działań.

Odrębne profile Muzeum prowadzi dla poszczególnych działań np. Festiwal Mediów „Człowiek w Zagrożeniu”, kino Kinematograf.

3. Platformy kontentowe:

<https://tiny.pl/cbl68>

Profil wykorzystywany jest do publikacji materiałów audiowizualnych, m.in.: wywiadów z twórcami, spotkań warsztatowych, prezentacji Archiwum Historii Mówionej, zapisów spotkań z twórcami polskiego kina.

4. Relacje z mediami:

Bieżąca oferta kulturalna Muzeum jest systematycznie prezentowana w mediach lokalnych i ogólnopolskich (radio, telewizja, prasa, portale), jest promowana przez kanały influencerskie.

5. Współprace i partnerstwa:

Aktywna współpraca z uczelniami, szkołami, instytucjami kultury pozwala na rozszerzenie grupy odbiorców promowanej oferty.

Współprace i partnerstwa opierają się o wzajemną wymianę świadczeń promocyjnych m.in. na profilach w mediach społecznościowych, stronach internetowych oraz poprzez eksponowanie materiałów promocyjnych (ulotki, repertuary, plakaty, roll-upy).

W szczególności Muzeum nawiązało lub rozwinęło współpracę m.in. z instytucjami publicznymi, firmami prywatnymi, organizacjami pozarządowymi, m.in. PKO Bankiem Polskim, Uniwersytetem Łódzkim, Państwową Wyższą Szkołą Filmową, Telewizyjną i Teatralną w Łodzi, Wyższą Szkołą Sztuki i Projektowania w Łodzi, Stowarzyszeniem Filmowców Polskich, Wytwórnią Filmów Oświatowych, Narodowym Centrum Kultury Filmowej, Polskim Związkiem Głuchych. Muzeum współpracuje także z podmiotami za granicą, takimi jak m.in. Moomin Characters, NaFilm: Narodni filmove muzeum w Pradze.

6. Publikacje:

Wśród pozycji wydanych przez Muzeum Kinematografii znajdują się następujące książki i albumy: „Sejsmograf duszy. Kino według Marii Kornatowskiej”, „W kręgu neoawangardy. Warsztat Formy Filmowej”, „Nakręcone w Łodzi”, „Filmy Romana Polańskiego w światowym plakacie filmowym”, „Polska. Europa. Świat. Twarze Agnieszki Holland” i wiele innych. Książki są sprzedawane w sklepie muzealnym oraz przez internet.

7. Newsletter

Narzędzie wspomagające komunikację z odbiorcami w zakresie najważniejszych informacji dotyczących aktualnej oferty Muzeum.

8. Reklama płatna

Płatne treści promocyjne są używane do promocji projektów realizowanych przez Muzeum. Wykorzystywane kanały to media społecznościowe, monitory LCD w komunikacji miejskiej, plakaty, banery oraz media tradycyjne.

9. Podsumowanie

Promocja Muzeum opiera się o social media, media tradycyjne, współpracę barterowe, partnerstwa, stronę internetową, publikacje oraz newsletter.

Docieramy do różnorodnych grup odbiorców (wiek, płeć, zainteresowania) poprzez szerokie pole wykorzystywanych środków komunikacji, od nowych mediów (Facebook, Instagram), poprzez reklamę w przestrzeni miejskiej i media tradycyjne (telewizja, radio, prasa).

KIERUNKI ROZWOJU

1) Dalsze dostosowywanie obiektu i oferty do wymagań osób ze szczególnymi potrzebami

Muzeum obecnie jest częściowo dostosowane do osób ze szczególnymi potrzebami. W obiekcie znajduje się klatka schodowa wewnętrzna z zabytkową windą łącząca ze sobą wszystkie kondygnacje. Ponadto została dobudowana klatka schodowa z windą osobową, obsługującą wszystkie poziomy budynku. Układ komunikacyjny budynku jest dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (platforma windowa, platformy schodowe).

W budynku muzeum znajdują się dwie toalety przystosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością ruchową.

Konieczne jest zniwelowanie punktowych przeszkód architektonicznych w budynku, takich jak:

- wejście na taras z klatki schodowej,
- wejście do westybulu/ogrodu zimowego z poziomu dziedzińca (ogrodu) i dalej do wnętrza budynku (na zabytkową drewnianą klatkę schodową),

a także w zakresie dostępności terenów zewnętrznych, w tym dawnego ogrodu pałacowego.

Informacja o likwidacji barier może zachęcić do zwiedzania obiektów nie tylko nowych zwiedzających, ale również tych, którzy już wcześniej je odwiedzali, ale z racji niepełnosprawności ruchowej nie mogli obejrzeć wszystkich interesujących ich pomieszczeń i miejsc.

Poza rozwiązaniami infrastrukturalnymi, osoby odwiedzające mają zapewnione m.in. następujące wsparcie:

- osoby głuche i słabosłyszące mogą kontaktować się z pracownikami przez wideo tłumacza. Połączenie online z tłumaczem Polskiego Języka Migowego jest dostępne w kasie muzeum.
- muzeum posiada wózek inwalidzki do poruszania się po wystawach (wypożyczenie jest bezpłatne).
- w kasie oraz w kinie znajdują się pętle indukcyjne.
- w kasie biletowej dostępne są lupy powiększające.
- osoba z psem asystującym może wejść do muzeum.
- muzeum oferuje pomoc asystenta, który wspiera osoby z niepełnosprawnościami w trakcie zwiedzania wystaw lub udziału w wydarzeniu.

W zakresie pozostałych udogodnień planuje się każdorazowo jak najszerzej dostosowywać nowe wydarzenia, wprowadzane do oferty dla osób ze specjalnymi potrzebami, co zachęci takie osoby do częstszego odwiedzania lub odwiedzenia Muzeum po raz pierwszy.

2) Mądre wspieranie rozwoju dzieci i młodzieży w zakresie kultury

Dzieci i młodzież często wybierają rozrywki związane z mediami cyfrowymi, takie jak oglądanie telewizji czy korzystanie z Internetu i mediów społecznościowych. Brak pomysłu na ciekawe spędzenie czasu wolnego może prowadzić do eksperymentowania z niebezpiecznymi zachowaniami, dlatego warto szukać wartościowych form aktywności.

Muzeum planuje rozwijać ofertę kulturalną kierowaną do dzieci i młodzieży, w taki sposób, aby nie tylko była interesująca i atrakcyjna dla różnych grup wiekowych i angażująca, ale również budowała samodzielność w odkrywaniu świata i pokazywała różne perspektywy jego odbierania przez ludzi (w tym osoby ze szczególnymi potrzebami).

Dodatkowo planuje się włączenie do oferty propozycji angażującej społeczność lokalną, np. w formie pikników. Udział dzieci i młodzieży w tych wydarzeniach pozwoli na „oswojenie” miejsca, wspólne wartościowe spędzenie czasu, a także zachęcenie do ponownego odwiedzenia Muzeum i uczestnictwa w kulturze również innych, bardziej klasycznych formach (np. zwiedzanie wystaw, warsztaty, lekcje muzealne). Wprowadzenie nowej formuły zwiedzania Muzeum, jakim jest quest muzealny pozwoli na samodzielne odkrywanie miejsc i obiektów przez zwiedzających Muzeum. Quest ma na celu poszukiwaniu motywów roślinnych i ich znaczeń kulturowych w zabytkowych wnętrzach pałacu z uwzględnieniem roślin i małej architektury ogrodu i ogrodu zimowego Muzeum. Dzieci i młodzież korzystając

podczas zwiedzania z questu nabywają wiedzę o dziedzictwie kulturowo-przyrodniczym miasta oraz uczą się interpretacji, obserwacji i analizy prezentowane treści.

Muzeum jako instytucja dostępna dla wszystkich planuje wprowadzić specjalne oprowadzania obejmujące zabytkowy pałac Scheiblera i odtworzony ogród z ogrodem zimowym, gdzie przewodnikami będą osoby niewidome i słabowidzące, które będą zwracać szczególną uwagę na rolę zmysłów w poznawaniu świata. Rozwijanie empatii i zrozumienia dla osób z niepełnosprawnościami oraz przełamywanie stereotypów jest niezwykle ważne w świetle niebezpiecznych zachowań prezentowanych dzieciom i młodzieży w internecie. Oprowadzanie z przewodnikiem w nietypowej formule pozwoli również na rozwijanie uważności i koncentracji uczestników.

3) Adaptacja oferty kulturalnej do zmian demograficznych

Odpowiednie zaopiekowanie potrzeb seniorów zachęci ich do częstszego odwiedzania instytucji. Zmiany demograficzne i widoczny z roku na rok wzrost liczby seniorów w przekroju wiekowym społeczeństwa powoduje, że Muzeum musi w perspektywie najbliższych lat uwzględnić w ofercie działania kierowane bezpośrednio do seniorów, które jednocześnie będą zachęcały do aktywnego uczestnictwa w kulturze i zapewniały odpowiedni dobrostan (m.in. dostosowanie tempa zwiedzania, rozwijanie kompetencji cyfrowych, przeciwdziałanie wykluczeniu technologicznemu, wsparcie w ramach lokalnej społeczności).

Wystawa stała „Łódź filmowa” zyska nowy wymiar dzięki specjalnie zaprojektowanej ścieżce zwiedzania z przewodnikiem, która połączy zabytkowe obiekty z nowoczesnymi instalacjami multimedialnymi. Na trasie znajdują się elementy wideo, dźwiękowe oraz interaktywne prezentacje, które wzbogacą doświadczenie zwiedzających. Nowa formuła zwiedzania stanowi odpowiedź na zmiany demograficzne w społeczeństwie. Ścieżka została zaprojektowana z myślą o elementach ekspozycji wspierających rozwój kompetencji cyfrowych i przeciwdziałaniu wykluczeniu, zachęcając do aktywnego uczestnictwa w kulturze.

4) Poszukiwanie nowych odbiorców

Odbiorcy oferty Muzeum zapoznają się z nią stacjonarnie lub w internecie. Muzeum chce poszukać nowych odbiorców wśród osób zagrożonych wykluczeniem kulturowym, zamieszkujących w miejscowościach i wsiach województwa łódzkiego pozbawionych kina, docierając do nich z pokazami filmowymi. Podniesienie poziomu kompetencji kulturowych mieszkańców wsi i miasteczek, w szczególności poprzez zwiększenie dostępu do wartościowego kina artystycznego, nie tylko przyczyni się do rozwijania kapitału społecznego, ale również pozwoli budować markę Muzeum jako instytucji otwartej na świat i potrzeby odbiorców, przyjaznej, zainteresowanej potrzebami mniejszych ośrodków. Przykładem takiego działania jest planowany cykl „Filmy w drodze” nawiązujący do idei kina objazdowego.

W/w działania mogą pozytywnie wpłynąć na liczbę odbiorców oferty Muzeum. Uczestnicy wydarzeń zorganizowanych w mniejszych miejscowościach będą zachęceni do odwiedzenia Muzeum zarówno w trybie stacjonarnym, jak i w formule on-line.

5) Konsekwentna digitalizacja i udostępnianie zbiorów muzealnych

Jednym z celów Muzeum jest gromadzenie i upowszechnianie zbiorów, co sukcesywnie będzie kontynuowane. Zależy nam na stworzeniu profesjonalnej bazy danych, w której będziemy mogli prezentować odwzorowania cyfrowe muzealiów z kolekcji Muzeum Kinematografii

i dzielić się wiedzą na jej temat z szerokim kręgiem odbiorców, z pominięciem barier społecznych, ekonomicznych i przestrzennych związanych z dostępnością.

6) Budowanie świadomego odbiorcy XXI wieku

Instytucje kultury mogą odgrywać kluczową rolę w edukacji ekologicznej i pozytywnie wpływać na postawy i zachowania uczestników kultury w kierunku świadomego podejścia do środowiska. Muzeum chciałoby pozyskać nowych odwiedzających poprzez zainteresowanie ich wiedzą przyrodniczą i ekologiczną w kontekście dziedzictwa historycznego i kulturowego.

Muzeum planuje wprowadzenie do oferty działania wykorzystujące historyczne uwarunkowania przyrodnicze obiektu i jego otoczenia, zachęcające do obcowania z przyrodą i odkrywania jej walorów poprzez uważną obserwację (nabywanie nowych kompetencji). Przykładami takich działań są pokazy plenerowe na dziedzińcu Muzeum czy projekt pod nazwą „Sąsiedzki bałagan” angażujący lokalną społeczność zamieszkującą najbliższą okolicę Muzeum.

7) Odpowiedzialna polityka cenowa

Brak pieniędzy utrudnia udział w kulturze, sposobami przezwycięzania wykluczenia kulturowego z powodów finansowych jest organizowanie bezpłatnych wydarzeń oraz udostępnianie oferty w formie on-line. Polityka cenowa Muzeum ma na celu jednocześnie generowanie przychodów, które wspomagają finansowanie działalności instytucji i zapewnienie dostępności do kultury odwiedzającym o różnym statusie materialnym. Muzeum zachowa odpowiedni balans pomiędzy wydarzeniami odpłatnymi i nieodpłatnymi, co pozwoli uczestnikom podejmować decyzje zgodnie ze swoimi preferencjami i możliwościami finansowymi.

Dokument podpisała

Marzena Bomanowska

Dyrektor Muzeum Kinematografii w Łodzi