



Prezydent Miasta Szczecin

Piotr Krzystek

pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin
tel. +4891 42 45 204, fax +4891 42 45 855
prezydent@um.szczecin.pl + www.szczecin.eu

Szczecin 2026-04-28

Pan Wojciech Dorżynkiewicz
Radny Rady Miasta Szczecin

Nasz znak: WK-S.0003.8.2026.MA

Dotyczy: Interpelacja nr 1953 dot. programów realizowanych przez Dom Kultury 13 Muz

W odpowiedzi na Pana interpelację nr 1953 przekazuję poniżej odpowiedzi na zadane pytania:

I. Finansowanie i struktura kosztów

1. Jaki był łączny koszt produkcji serii „Temat Rzeka” i jaki jest planowany koszt całkowity projektu „Lecim za Szczecin”? Ile kosztowało wyprodukowanie jednego odcinka, organizacja spotkań etc.

Całkowity koszt projektu:

„Temat Rzeka” – 261 415,00 w podziale na:

1	Koszty osobowe i administracyjne, koszty koordynacji, wynagrodzenia za obsługę formalno-organizacyjną, prawną, kadrową, księgową.	49 228,00
2	Koszty produkcji, postprodukcji i koszty voice over - lektor/ narrator 10 odcinków.	175 000,00
3	Koszty tłumaczeń symultanicznych i pisemnych.	10 688,00
4	Promocja online/offline, poligrafia i dystrybucja.	11 000,00
5	Zakup wyposażenia do realizacji premier.	15 499,00
		261 415,00



„Lecim za Szczecin” – 203 135,00 w podziale na:

Koszty realizacji 10 odcinków (produkcja i postprodukcja).	100 000,00
Tłumaczenia konsekutywne, tłumaczenie pisemne.	26 895,00
Koszty promocji: outdoor (m.in. projekt, skład, druk i dystrybucja ulotek).	10 000,00
Koszty artysty/ów -narrator /lektor , voice over.	27 987,00
Koszty osobowe i administracyjne, koszty koordynacji, wynagrodzenia za obsługę formalno-organizacyjną, prawną, kadrową , księgową.	38 253,00
	203 135,00

2. Proszę o wskazanie kosztów poszczególnych elementów produkcji dla obu projektów, w szczególności: o nagrania wideo, wynajmu studia etc., o montażu i postprodukcji, o grafiki i identyfikacji wizualnej, o przygotowania materiałów promocyjnych, o obsługi technicznej, o diet, wyżywienia, podróży.

W odpowiedzi na pytanie dotyczące wskazania kosztów poszczególnych elementów produkcji dla projektów „Lecim za Szczecin” oraz „Temat Rzeka” informujemy, że Dom Kultury „13 Muz” w obu przypadkach zawarł jedną kompleksową umowę na produkcję całej serii, obejmującej po 10 odcinków każdego projektu. Umowa obejmowała całość realizacji produkcyjnej, w tym m.in. koszty wymienione w pytaniu. Z uwagi na ryczałtowy charakter zawartej umowy oraz brak wyodrębnienia poszczególnych pozycji kosztowych w rozliczeniu wykonawcy, Dom Kultury „13 Muz” nie dysponuje szczegółowym podziałem kwot na wskazane w pytaniu elementy produkcji, takie jak osobno nagrania, montaż, grafika, promocja czy koszty podróży i diet. Zarówno projekt „Lecim za Szczecin”, jak i „Temat Rzeka”, obejmowały produkcję pełnych serii po 10 odcinków, realizowanych jako kompleksowe zadania produkcyjne.

3. Ile dokładnie kosztowała (lub ma kosztować) produkcja jednego, pojedynczego odcinka w każdym z projektów?

Z uwagi na fakt, że w obu projektach została zawarta jedna kompleksowa, ryczałtowa umowa obejmująca produkcję całej serii po 10 odcinków, Dom Kultury „13 Muz” nie posiada odrębnego rozliczenia kosztu produkcji pojedynczego odcinka. Produkcja była realizowana jako całość zadania, bez wyodrębnienia osobnych kosztów przypadających na każdy odcinek, dlatego nie jest możliwe precyzyjne wskazanie kosztu jednostkowego jednego odcinka dla każdego z projektów.

4. Z jakiej dokładnie pozycji budżetowej lub z jakiego programu (np. Interreg VI A) finansowane są te działania? Czy projekty te były przewidziane w pierwotnych planach finansowych instytucji, czy dodane w trakcie roku?

Oba projekty - „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin” realizowane są z Funduszu Małych Projektów w ramach Programu Współpracy Interreg VI A Meklemburgia-Pomorze Przednie / Brandenburgia / Polska 2021–2027.

Wkład własny w wysokości 20% wartości projektów sfinansowany został dotacją celową na zadanie bieżące przyznaną przez Wydział Kultury Urzędu Miasta Szczecin.

Odpowiadając na drugą część pytania informujemy, że z uwagi na fakt, iż oba projekty zarówno „Temat Rzeka”, realizowany na przełomie lat 2024/2025, jak i „Lecim za Szczecin”, realizowany na przełomie lat 2025/2026, obejmujące proces produkcji, nagrania, postprodukcji oraz emisji odcinków, zostały uwzględnione zarówno w planach budżetowych, jak i merytorycznych Domu Kultury „13 Muz”.

II. Zamówienia publiczne i wykonawcy

5. Czy produkcja serii została zlecona w ramach zamówienia publicznego? Jeśli tak, proszę podać tryb, wartość i nazwę wybranego wykonawcy.

Zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych, przepisy ustawy stosuje się do udzielania zamówień klasycznych oraz organizowania konkursów, których wartość jest równa lub przekracza kwotę 170 000 złotych, zatem nie miała zastosowania do umowy o produkcję serii. Produkcja serii w obu projektach została zlecona w trybie zapytania ofertowego, zgodnie z zasadami udzielania zamówień obowiązującymi w Domu Kultury „13 Muz”. W obu przypadkach dokonano wyboru najkorzystniejszej oferty spośród złożonych propozycji. Najkorzystniejszą ofertę przedstawiła firma wSzczecinie.pl Wojciech Wirwicki, której powierzono realizację produkcji obu serii. Zamówienie obejmowało kompleksową produkcję serii odcinków, w tym przygotowanie, realizację nagrań, montaż, postprodukcję.

6. Jeśli nie przeprowadzono zamówienia publicznego – na jakiej podstawie prawnej zlecono realizację?

Odpowiedzi udzielono w pkt 5.

7. Czy w realizację zaangażowane są zewnętrzne agencje marketingowe lub produkcyjne? Jakie są wartości umów z nimi zawartych?

Nie, w realizację projektów „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin” nie były zaangażowane zewnętrzne agencje marketingowe ani produkcyjne poza wykonawcą wyłonionym do kompleksowej realizacji produkcji serii.

8. Na jakiej zasadzie wybrano osoby realizujące cykle, partnerów produkcji etc.

Partnerzy projektu po stronie niemieckiej zostali poznani i wybrani w trakcie spotkań sieciujących, partnerskich, branżowych seminariów, konferencji oraz szkoleń organizowanych w ramach programów współpracy transgranicznej, w szczególności Programu Interreg. Współpraca nawiązywana była także podczas prezentacji

projektów, spotkań uczestników programów oraz wydarzeń służących budowaniu partnerstw międzynarodowych. Dobór gości i uczestników poszczególnych odcinków odbywał się z uwzględnieniem tematyki obu projektów. Były to osoby poszukiwane różnymi kanałami - zarówno wskazywane przez stronę polską, jak i przez partnerów niemieckich - związane merytorycznie z tematyką odcinków. Uczestnicy, artyści oraz goście zapraszani do programu dobierani byli przede wszystkim ze względu na swoją wiedzę, doświadczenie, dorobek oraz znaczenie dla poruszanych zagadnień, tak aby ich udział miał charakter ekspercki i merytoryczny. Osoby realizujące cykle produkcyjne zostały wybrane na podstawie rozeznania rynku, z uwzględnieniem ich doświadczenia, jakości dotychczasowych realizacji oraz opinii, jaką cieszą się w środowisku. Zespół produkcyjny posiada bogate doświadczenie we współpracy z jednostkami samorządowymi oraz instytucjami kultury, realizując projekty terminowo i na wysokim poziomie organizacyjnym oraz produkcyjnym. Jest również istotnym partnerem komunikacyjnym, wspierającym promocję projektów i skuteczne dotarcie do mieszkańców Szczecina oraz regionu, co ma szczególne znaczenie przy projektach o charakterze edukacyjnym i społecznym. Do prowadzenia kolejnych odcinków została wybrana osoba ze względu na swoje wieloletnie doświadczenie w pracy medialnej, działalność na rzecz miasta i regionu oraz aktywność w obszarze kultury i komunikacji. Od 2012 roku uczestniczy w realizacji licznych wydarzeń i produkcji, współpracując m.in. z mediami, w tym z TVP. Jej doświadczenie w prowadzeniu wydarzeń, umiejętność pracy przed kamerą, wysoki poziom zaangażowania merytorycznego oraz spójność jej koncepcji prowadzenia odcinków z założeniami projektu stanowiły podstawę do wyboru jej na rolę prowadzącej cykl. Pozytywny odbiór projektu „Temat Rzeka”, jego widoczność oraz zainteresowanie widzów i odbiorców, a także osiągnięte zasięgi i efekty promocyjne, stały się podstawą do kontynuowania współpracy. W związku z tym została ona również zaproszona do udziału w projekcie „Lecim za Szczecin” jako artysta projektu - gdzie ponownie pełni rolę prowadzącej odcinki oraz występuje jako osoba współtworząca jego artystyczny i narracyjny charakter.

III. Promocja i efektywność (Zasięgi)

8. Czy serie były/są promowane poprzez płatne kampanie w mediach społecznościowych (Facebook, YouTube, Instagram)?

Nie, serie „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin” nie były i nie są promowane poprzez płatne kampanie w mediach społecznościowych, takich jak Facebook, YouTube czy Instagram. Promocja projektów realizowana jest w ramach standardowych działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez Dom Kultury „13 Muz” oraz partnerów projektu, bez wykorzystywania odpłatnych kampanii reklamowych w mediach społecznościowych.

9. Jaki był łączny budżet reklamowy dla projektu „Temat Rzeka” i „Lecim za Szczecin” i ile środków przeznaczono na promocję poszczególnych odcinków?

Łączny budżet działań promocyjno-reklamowych dla projektu „Temat Rzeka” wyniósł 14 154,22 zł. Środki te zostały przeznaczone na kampanię promocyjno-reklamową online,

a także na działania związane z poligrafią, drukiem oraz dystrybucją materiałów promocyjno-informacyjnych. W przypadku projektu „Lecim za Szczecin” działania promocyjne są obecnie w trakcie realizacji. Zakładany budżet przeznaczony na promocję projektu wynosi 10 000 zł. Jednocześnie informujemy, że promocja w obu projektach była i jest realizowana w odniesieniu do całości przedsięwzięcia, a nie w podziale na poszczególne odcinki. Działania promocyjne obejmują całe serie jako spójne projekty komunikacyjne.

10. Jakie były wyniki kampanii: liczba wyświetleń, kliknięć oraz szacunkowy koszt dotarcia do jednego odbiorcy?

W przypadku projektu „Temat Rzeka” materiały wideo są udostępnione w formule otwartej, nieodpłatnej i dostępne publicznie, co oznacza, że ich dystrybucja nie ogranicza się wyłącznie do kampanii reklamowych, lecz obejmuje również stałą dostępność online oraz wykorzystywanie edukacyjne i promocyjne (w tym w instytucjach i szkołach). W przypadku projektu „Lecim za Szczecin” wskaźniki efektywności kampanii (w tym liczba wyświetleń, kliknięć oraz koszt dotarcia do odbiorcy) na obecnym etapie nie mogą być jednoznacznie określone, ponieważ projekt pozostaje w trakcie realizacji, a część odcinków nie została jeszcze opublikowana ani w pełni udostępniona.

W obu przypadkach należy również podkreślić, że klasyczne przeliczenie „kosztu dotarcia do jednego odbiorcy” nie oddaje w pełni charakteru projektów, ponieważ ich odbiorcami są nie tylko użytkownicy online, ale również uczestnicy działań edukacyjnych i prezentacji stacjonarnych - w tym uczniowie szkół, którzy biorą udział w pokazach premierowych i spotkaniach organizowanych (m.in. w dniach 23–24 kwietnia br.) w ramach zajęć lekcyjnych i działań upowszechniających. W związku z powyższym, wskaźniki typu koszt dotarcia do odbiorcy mają w tym przypadku charakter jedynie orientacyjny i nie mogą być precyzyjnie wyliczone w sposób porównywalny do klasycznych kampanii reklamowych online.

Media społecznościowe – portal wSzczecinie.pl „Temat Rzeka” stan na 20.04.2026 r.:

Wyświetlenia: 259 625

Zasięg: 17 240

Interakcje: 3 028

Polubienia i reakcje: 2 359

Media społecznościowe / DK 13 Muz

Odston materiałów promocyjnych – Instagram/13 Muz stan na 20.04.2026 r.:

„Temat Rzeka” – 271 925

Odston materiałów promocyjnych (rolki) – FB/13 Muz stan na 20.04.2026 r.:

„Temat Rzeka” – 26 838

Liczba odstos kolejnych odcinków kanał YouTube 13 Muz / stan na 20.04.2026 r.:

„Temat Rzeka” – 8 871

„Lecim za Szczecin” – 4 307

11. Do jakiej grupy docelowej kierowane są materiały i jak ta grupa wpisuje się w cele statutowe Domu Kultury?

Grupa docelowa materiałów realizowanych w ramach projektów „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin” obejmuje szerokie i zróżnicowane grono odbiorców - przede wszystkim mieszkańców Szczecina i regionu, w tym młodzież, uczniów, studentów, osoby aktywne zawodowo oraz seniorów, a także odbiorców zagranicznych w kontekście współpracy transgranicznej. Zgodnie ze statutem Domu Kultury „13 Muz”, instytucja realizuje zadania polegające na rozpoznawaniu, rozbudzaniu i zaspokajaniu potrzeb kulturalnych społeczeństwa poprzez tworzenie, upowszechnianie oraz promowanie działalności artystycznej i kulturalnej, a także prowadzenie edukacji kulturalnej i współpracy krajowej i międzynarodowej. W tym kontekście grupa docelowa projektów bezpośrednio wpisuje się w cele statutowe instytucji. Projekty mają charakter społeczno-edukacyjny i promocyjny. Ich głównym założeniem jest wzmacnianie tożsamości lokalnej, popularyzacja wiedzy o Szczecinie i regionie oraz budowanie świadomości znaczenia dziedzictwa kulturowego, przyrodniczego i przestrzennego miasta. W szczególności „Temat Rzeka” koncentruje się na edukacji i integracji społecznej wokół tematyki rzeki Odry, jej znaczenia dla historii, gospodarki i życia mieszkańców, co wprost realizuje cele edukacji kulturalnej i upowszechniania kultury wskazane w statucie. Istotnym elementem grupy docelowej są również uczniowie i młodzież szkolna, do których materiały są kierowane w formie pokazów i zajęć edukacyjnych organizowanych we współpracy z placówkami oświatowymi. Projekty są także prezentowane podczas otwartych spotkań i wydarzeń kulturalnych, co wzmacnia ich dostępność i funkcję społeczną. Dodatkowo, w kontekście współpracy transgranicznej, odbiorcami są również partnerzy i widzowie po stronie niemieckiej, co wpisuje się w statutowy cel współpracy i wymiany kulturalnej krajowej i zagranicznej oraz promocji działalności artystycznej poza granicami kraju.

Podsumowując, grupa docelowa projektów obejmuje zarówno lokalną społeczność Szczecina i regionu, jak i odbiorców międzynarodowych, a same działania w pełni realizują statutowe cele Domu Kultury „13 Muz”, w szczególności w zakresie edukacji kulturalnej, promocji kultury oraz integracji społecznej poprzez działania artystyczne i medialne.

IV. Rola osób prowadzących i prawa autorskie

12. Czy osoby prowadzące programy (w tym pracownicy DK „13 Muz”) robią to w ramach obowiązków służbowych, czy otrzymują dodatkowe wynagrodzenie (np. umowy o dzieło/zlecenie)?

Osoba prowadząca odcinki nie jest pracownikiem Domu Kultury „13 Muz”.

13. Czy Dom Kultury „13 Muz” posiada pełne, wyłączne prawa autorskie do powstałych materiałów wideo?

Tak. Dom Kultury „13 Muz” posiada bardzo szeroki zakres praw do powstałych materiałów wideo, wynikający z postanowień umów, udzielenia licencji na wszystkich polach eksploatacji lub przeniesienia praw autorskich przez Wykonawcę, który przenosi na Zamawiającego - z chwilą ich powstania i w ramach wynagrodzenia - autorskie prawa majątkowe do wszystkich utworów stworzonych w ramach realizacji projektu. Przeniesienie to ma charakter bezterminowy, nieograniczony terytorialnie i obejmuje wszystkie znane pola eksploatacji, w szczególności: utrwalanie i zwielokrotnianie dowolnymi technikami, publiczne odtwarzanie, wyświetlanie, nadawanie i reemitowanie, wprowadzanie do obrotu, a także rozpowszechnianie w internecie, w tym na stronie internetowej, platformach wideo (np. YouTube) oraz w mediach społecznościowych. Dodatkowo umowa przewiduje przeniesienie praw zależnych, co oznacza możliwość dokonywania modyfikacji, skrótów, adaptacji i opracowań materiałów. Ponadto Dom Kultury „13 Muz” posiada również prawo do udzielania dalszych licencji instytucjom wskazanym w umowie o dofinansowanie projektu, co dodatkowo rozszerza zakres wykorzystania materiałów. W konsekwencji Dom Kultury „13 Muz” posiada wszelkie prawa autorskie, jakie mogą zostać skutecznie przeniesione zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa autorskiego, umożliwiające pełne i nieograniczone korzystanie z powstałych materiałów wideo w ramach realizacji celów projektowych, promocyjnych i edukacyjnych.

14. Forma komunikacji: Z jakiego powodu materiały są promowane w określonej formule (np. personalne zaproszenie konkretnej osoby), zamiast w formule czysto instytucjonalnej, mimo finansowania ze środków publicznych?

Forma komunikacji zastosowana w ramach projektów „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin” wynika bezpośrednio z założeń merytorycznych i celów projektowych, które mają charakter edukacyjny, społeczny oraz promocyjny. Zastosowanie formy bardziej narracyjnej i opartej na obecności prowadzącej lub zaproszonych gości (w tym ekspertów, artystów i osób związanych z tematyką odcinków) wynika z potrzeby

zwiększenia przystępności przekazu oraz budowania większego zaangażowania odbiorców. Taka forma komunikacji sprzyja popularyzacji treści kulturalnych i historycznych, a także lepszemu dotarciu do różnych grup odbiorców - w szczególności młodzieży i mieszkańców regionu. Jednocześnie należy podkreślić, że wszystkie działania mają charakter instytucjonalny i realizowane są w ramach zadań Domu Kultury „13 Muz”, finansowanych ze środków publicznych i programów współpracy transgranicznej. Obecność konkretnych prowadzących lub zapraszanych gości nie zmienia instytucjonalnego charakteru projektu, lecz stanowi narzędzie realizacji jego celów - w tym promocji kultury, edukacji oraz budowania rozpoznawalności Szczecina i regionu. Forma personalizowanej komunikacji została przyjęta świadomie jako narzędzie zwiększające efektywność przekazu, jego atrakcyjność oraz zasięg, przy jednoczesnym zachowaniu pełnej zgodności z celami statutowymi instytucji.

V. Zgodność z celami i strategia

15. W jaki sposób treść projektów wspiera konkretne cele (np. rozwój turystyki transgranicznej w przypadku Interreg)?

Treść projektów „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin” bezpośrednio wspiera cele Programu Interreg VI A, w szczególności w zakresie rozwoju turystyki transgranicznej, współpracy kulturalnej oraz integracji społecznej po obu stronach granicy polsko-niemieckiej. Oba projekty koncentrują się na prezentacji atrakcji turystycznych, przyrodniczych, historycznych i kulturowych regionu przygranicznego w promieniu ok. godziny od Szczecina. Dzięki temu budują wspólną, spójną narrację o regionie jako jednolitej przestrzeni kulturowo-turystycznej, niezależnej od podziałów administracyjnych. Pokazywanie miejsc zarówno po stronie polskiej, jak i niemieckiej sprzyja zwiększeniu ich rozpoznawalności oraz zachęca do odwiedzania regionu przez mieszkańców obu krajów. Projekty wspierają rozwój turystyki transgranicznej poprzez promocję mniej znanych lokalizacji, prezentację ich wartości historycznych i przyrodniczych oraz ukazanie powiązań kulturowych i historycznych pomiędzy społecznościami lokalnymi. W praktyce przekłada się to na zwiększenie zainteresowania regionem jako spójnym kierunkiem turystycznym, a nie wyłącznie zbiorem odrębnych atrakcji. Dodatkowo istotnym elementem jest udział ekspertów, mieszkańców i partnerów z obu stron granicy, co wzmacnia wymianę wiedzy i doświadczeń oraz buduje relacje transgraniczne. Projekty pełnią również funkcję edukacyjną i informacyjną, wspierając cele Interreg w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki i kultury oraz wzmacniania współpracy między instytucjami i społecznościami lokalnymi Polski i Niemiec.

W przypadku projektu „Lecim za Szczecin” efekt współpracy ma również wymiar praktyczny i wymierny, nawiązane relacje z niemieckim partnerem projektu oraz

osobami zaangażowanymi w działania Domu Kultury „13 Muz” zaowocowały zaproszeniem przedstawicieli Domu Kultury „13 Muz” do udziału w festynie lokalnym (lipiec 2026 r.) po stronie partnera niemieckiego. Umożliwi to prezentację twórczości oraz działalności artystycznej Instytucji, co stanowi bezpośredni przykład realnych rezultatów współpracy transgranicznej oraz trwałego efektu sieciowania środowisk kultury.

16. Czy istnieje pisemna strategia komunikacji lub opis działania, który uzasadnia wybór formy wideo/podcastu jako najsukuteczniejszej?

Należy podkreślić, że projekty „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin” nie mają charakteru podcastu ani klasycznego videopodcastu – są to produkcje audiowizualne o charakterze programów turystyczno-krajoznawczych i dokumentalnych.

Dom Kultury „13 Muz” nie posiada formalnie opracowanej pisemnej strategii komunikacji uzasadniającej wybór formy wideo/podcastu jako najsukuteczniejszej metody realizacji projektów. Wybór formy filmowej wynika z praktyki i wieloletniej obecności tego typu programów w przestrzeni publicznej. Programy turystyczne i krajoznawcze od wielu lat stanowią skuteczną narzędzie przekazywania wiedzy o regionach, łącząc narrację wizualną z kontekstem historycznym, kulturowym i przyrodniczym. Tego rodzaju forma pozwala na jednoczesne angażowanie wielu zmysłów, co sprzyja lepszemu przyswajaniu informacji oraz budowaniu emocjonalnego i poznawczego zaangażowania odbiorców. Dodatkowym elementem jest aspekt społeczny projektów – wspólne premiery i prezentacje odcinków sprzyjają budowaniu społeczności wokół idei odkrywania Pomorza Zachodniego i regionu transgranicznego, którego centrum stanowi Szczecin. Istotnym argumentem przemawiającym za wyborem tej formy jest również jej dostępność dla odbiorców po obu stronach granicy. Materiały przygotowywane są z uwzględnieniem polskiej i niemieckiej publiczności – odcinki posiadają tłumaczenia oraz napisy w językach niemieckim i polskim, co umożliwia ich pełny odbiór przez partnerów i widzów po obu stronach granicy oraz wspiera cele współpracy transgranicznej realizowane w ramach Programu Interreg. Forma audiowizualna zwiększa także dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami – w szczególności dzięki możliwości korzystania z napisów, swobodnego dostępu online, odtwarzania materiałów w dogodnym czasie oraz wykorzystywania ich podczas wydarzeń edukacyjnych i spotkań otwartych. Pozwala to na szersze dotarcie do różnych grup odbiorców, niezależnie od wieku, miejsca zamieszkania czy indywidualnych potrzeb komunikacyjnych.

Skuteczność formy audiowizualnej znajduje również potwierdzenie w globalnych trendach medialnych - treści wideo o tematyce turystycznej i krajoznawczej należą do jednych z najczęściej konsumowanych formatów w serwisach internetowych i platformach streamingowych. Wskazuje to, że przyjęta forma realizacji projektów wpisuje się w aktualne sposoby odbioru treści kulturowych i edukacyjnych. Podsumowując, wybór formy audiowizualnej wynika nie z formalnej strategii, lecz z doświadczenia praktycznego, skuteczności tego medium oraz jego wysokiej

adekwatności do realizacji celów edukacyjnych, promocyjnych i społecznych projektów.

Załączniki:

1. Wnioski o dofinansowanie dla projektów „Temat Rzeka” oraz „Lecim za Szczecin”.
- załączono 62 strony
2. Sprawozdania z realizacji i rozliczenia finansowe (dla projektu zakończonego).
- załączono 14 stron
3. Kopie wszystkich umów cywilnoprawnych zawartych z twórcami, prowadzącymi i podwykonawcami.
- załączono 40 stron
4. Wykaz faktur kosztowych związanych z produkcją i promocją.

PREZYDENT MIASTA

Piotr Krzystek