



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

„Rom, Obywatel, Europejczyk”
“Rom, Citizen, European”

Centrum Historii i Kultury Romów w Oświęcimiu
Instytucja Kultury Województwa Małopolskiego

MIĘDZYNARODOWY KONKURS NA PLAKAT

„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

Centre for Roma History and Culture in Oświęcim
Cultural Institution of the Małopolska Voivodeship

INTERNATIONAL POSTER COMPETITION

“Rom, Citizen, European”

MIĘDZYNARODOWY KONKURS NA PLAKAT „Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL POSTER COMPETITION “Rom, Citizen, European”

Na międzynarodowy konkurs na plakat „Rom, Obywatel, Europejczyk”, którego organizatorem jest Centrum Historii i Kultury Romów w Oświęcimiu, nadesłano 83 prace, wykonane przez 83 artystów z Cypru, Czech, Hiszpanii, Kuby, Niemiec, Polski, USA i Węgier.

W wyniku wieloetapowej kwalifikacji jury obradujące w Oświęcimiu w składzie:

Przewodniczący Jury

dr hab. prof. UŚ Sebastian Kubica,

Roman Kwiatkowski,

dr hab. prof. UO Marek Sibinskiy,

Wojciech Majewski,

Krzysztof Dydo,

dr szt. Paweł Warchoł

przyznało następujące nagrody:

Grand Prix: Erick Ginard (Kuba)

II nagroda: Dominika Czerniak-Chojnacka (Polska)

III nagroda: Nikodem Pręgowski (Polska)

Wstęp

Rom, Obywatel, Europejczyk – tytuł konkursu odwołania przed nami nie tylko rzeczywistość największej mniejszości współczesnej Europy, ale stanowi jednocześnie intelektualną prowokację, zaproszenie do przełamywania narosłych przez wieki stereotypów i jest asumptem do refleksji nad obrazem Roma, jaki funkcjonuje nie tylko w przestrzeni medialnej i rzeczywistej, ale przede wszystkim w tej wyobrażonej. Od stuleci bowiem Romowie są postrzegani w kategoriach mitu – jako „twory” masowej wyobraźni, wyrosłej na glebie przesądów, lęków, obcości i inności.

Ich odmienny wizerunek, kultura, zwyczaje i język podsycaly przez wieki mury niechęci, strachu i wykluczenia. Natura ludzka boi się tego, czego nie rozumie, a nieznaną najwcześniej racjonalizuje sobie przez wykluczenie, agresję i nienawiść. W konsekwencji tego mechanizmu, Romowie przestali być postrzegani jako konkretne, indywidualne byty – różniące się między sobą, mające te same problemy, wyzwania i zmagania z odwiecznymi ludzkimi pytaniami o los, przemijanie, poszukiwanie sensu i śmierć – jak przedstawiciele społeczności większościowych, które żyją obok nich.

Pomimo że mamy 2025 rok, żyjemy we wspólnej Europie, cieszymy się demokracją i dobrobytem, a prawa człowieka stoją u podstaw naszych systemów prawnych, na każdym kroku deklaratywnie promujemy różnorodność i inkluzywność, zwalczamy przesady, stereotypy, dyskryminację i rasizm – obraz Roma nie ulega większym przemianom. Ciągłe jest widziany przez pryzmat barwnego ptaka, romantycznego muzyka, beztroskiego wagabundy czy egzotycznego kochanka – postaci bardziej baśniowej niż człowieka z krwi i kości. Druga perspektywa to negatywny obraz Roma – żebraka, kombinatora, oszusta budzącego niepokój i strach. Pomiędzy tymi dwoma skrajnościami – romantyczną idealizacją a demonizacją – rozmywa się prawdziwe oblicze społeczności, która liczy około 12 milionów indywidualności w Europie. To populacja porównywalna z wielkością średniego państwa członkowskiego UE, takiego jak Rumunia, a jednocześnie najmłodsza demograficznie grupa w Europie – ponad jedna trzecia Romów (35%) ma mniej niż 15 lat.

Pracując nad pomysłem konkursu na plakat, kiero-

waliśmy się ogromną ciekawością: jak młodzi twórcy – osoby, które wyrosły w świecie bez granic, wolności i różnorodności – widzą Roma? Czy nadal dominuje stereotypowy obraz, czy może sami wpadliśmy w pułapkę myślenia stereotypowego i narzucamy samym sobie pewną wizję, która być może uległa już dezaktualizacji?

Wiadomo, że to, co wyobrażone i zakorzenione, najtrudniej ulega zmianie. Bariery mentalne upadają najpóźniej. Obraz mówi więcej niż tysiąc słów, dlatego właśnie ta forma konkursu jest najbardziej adekwatna do współczesnej kultury wizualnej, w jakiej żyjemy. Plakat może stać się nośnikiem nowych znaczeń, narzędziem demaskowania uprzedzeń, ale też zwierciadłem, w którym odbijają się nasze własne ograniczenia i stereotypy.

Konkurs ten traktujemy jako wspaniałą przygodę, próbę przyjrzenia się sobie samym w zwierciadle, bo to, jak widzimy i traktujemy innych, pokazuje najwięcej o nas samych. To eksperyment społeczny i artystyczny zarazem – badanie granic wyobraźni i empatii młodego pokolenia, które ma szansę przepisać na nowo narrację o Romach w Europie XXI wieku.

Romowie są częścią Europy od ponad 600 lat. Wnieśli nieoceniony wkład w europejską kulturę – w muzykę, taniec, rzemiosło i sztuki performatywne. Ich wpływ na kompozytorów takich jak Franz Liszt czy Johannes Brahms, rozwój flamenco, jazzu i muzyki ludowej w całej Europie pozostaje niepodważalny. A jednak w podręcznikach historii, w mediach, w zbiorowej pamięci wciąż funkcjonują jako „Inni” – egzotyczni, ale obcy. Mamy nadzieję, że wybrane prace z konkursu staną się mostem między przeszłością a przyszłością, między uprzedzeniem a zrozumieniem, między wykluczeniem a przynależnością. Bo właśnie w takiej sztuce – odważnej, szczerzej, nieustraszonej – może się narodzić nowy sposób widzenia, nowa opowieść o tym, kim jest Rom, Obywatel, Europejczyk w XXI wieku.

Władysław Kwiatkowski

Dyrektor
Centrum Historii i Kultury Romów
w Oświęcimiu

MIĘDZYNARODOWY KONKURS NA PLAKAT „Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL POSTER COMPETITION “Rom, Citizen, European”

Eighty-three artists from Cuba, Cyprus, Czech Republic, Germany, Hungary, Poland, Spain, and the US submitted their works to Roma, Citizen, European international poster competition organised by the Centre for Roma History and Culture in Oświęcim.

Following a multi-stage selection process, the Competition Jury composed of

Professor Sebastian Kubica – Chairman of the Jury

Roman Kwiatkowski

Professor Marek Sibinski

Wojciech Majewski

Krzysztof Dydo

Paweł Warchoń

convened in Oświęcim and awarded the following prizes:

Grand Prix – to Erick Ginard (Cuba)

2nd Prize – to Dominika Czerniak-Chojnacka (Poland)

3rd Prize – to Nikodem Pręgowski (Poland)

Introduction

Rom, Citizen, European. The title of the competition not only opens before us the reality in which Europe's largest minority lives today but also serves as an intellectual provocation: an invitation to challenge stereotypes that have accumulated over centuries, and a prompt to reflect on the image of Roma people as seen not only in the media and in everyday life, but above all in the realm of the imagination. For centuries, Roma have been perceived through the lens of myth – as “creatures” of the mass imagination fuelled by superstition, fear, estrangement, and otherness.

The distinct Romani appearance, culture, customs and language have long raised walls of prejudice, anxiety, and exclusion. Fearful of what we are not familiar with and therefore do not understand, we are by nature quick to rationalise the unknown through rejection, aggression, and hostility. As a consequence, Roma long ago ceased to be seen as individuals – each and every one of them different, and each and every one facing the same challenges and humanity's eternal questions about fate, transitoriness, the quest for meaning, and death just as the majority populations living beside them.

We may live in 2025, in a Europe we all share, enjoying democracy and prosperity, with human rights lying at the foundations of our legal systems, yet – despite our verbal commitment to diversity and inclusion, and our opposition to prejudice, discrimination and racism – the public image of Roma has barely changed. Roma continue to be cast as free-spirited souls, whether the romantic musician, the carefree vagabond, or the exotic lover: more of a fairy-tale creature than a flesh-and-blood human.

There is also the dark vision of the Romani beggar: trickster and fraudster instilling fear and unease. Lost in the blur between these two extremes – romanticised idealisation and demonisation – is the true face of a community comprising around 12 million people in Europe: a community comparable in size to the population of a medium-sized EU Member State such as Romania, and, at the same time, the youngest demographic group in Europe, as more than one in three Roma (35%) is under the age of fifteen.

Working on the concept for the poster competition, we were guided by curiosity: how do young artists – people

raised in a world of freedom and diversity, without borders – perceive Roma today? Are we still dominated by the stereotypical image, or have perhaps we ourselves fallen into the trap of stereotypical thinking and shoe-horned ourselves into a vision that may no longer hold true?

It is a known fact that it is hardest to change our perceptions, especially when deeply ingrained. Mental barriers are the last to fall. And, moreover, as an image speaks louder than a thousand words, this form of competition best suits the visual culture we live in. A poster can become a carrier of new meanings, a tool for exposing prejudice, but also a mirror reflecting our own limitations and stereotypes.

We consider this competition an illuminating journey: an attempt to take a close look at ourselves in that mirror, because the way we see and treat others reveals most about who we are and what we are like. Both a social and an artistic experiment, the competition explores the bounds of imagination and empathy among the younger generation, who have the chance to recast the narrative about Roma in twenty-first-century Europe.

Roma have been part of Europe for more than six hundred years. They have made invaluable contributions to European culture: to music, dance, crafts, and the performing arts. Their influence on composers such as Franz Liszt and Johannes Brahms, and on the development of flamenco, jazz and folk music, remains undeniable throughout Europe. And yet, history textbooks, the media, and the collective memory still feature them as “the Other”: exotic, yet alien.

We hope that the selected works from this competition will build a bridge between past and future, between prejudice and understanding, between exclusion and belonging. For it is through such art – courageous, honest, and indomitable – that a new perspective on seeing may emerge: a new narrative about who the Rom, the Citizen, the European truly is in the twenty-first century.

Władysław Kwiatkowski

Director
Centre for Roma History and Culture
in Oświęcim

MIĘDZYNARODOWY KONKURS NA PLAKAT „Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL POSTER COMPETITION “Rom, Citizen, European”

Przewodniczący Jury

dr hab. prof. UŚ Sebastian Kubica

Urodził się w 1975 roku w Żywcu. W 1995 roku ukończył Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych im. Julia-
na Fałata w Bielsku-Białej. Jest absolwentem Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, na Wydziale Grafiki w Katowicach.

Zajmuje się projektowaniem graficznym, rysunkiem, ilustracją, grafiką artystyczną, malarstwem. Prowadzi autorską pracownię plakatu i ilustracji w Instytucie Sztuk Plastycznych w Cieszynie, na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach. Prowadził wykłady i warsztaty dla studentów z projektowania graficznego na Uniwersytetach w Polsce i za granicą, m.in. w Czechach, na Węgrzech, w Rumunii, Chile, Chinach, Islandii, Panamie, Meksyku, Kubie. Jest autorem kilkudziesięciu wystaw indywidualnych i uczestnikiem kilkuset prezentacji zbiorowych, w kraju i za granicą. Jest członkiem AGI (Alliance Graphique Internationale)



Chair of the Competition Jury

Professor Sebastian Kubica

Born in 1975 in Żywiec. In 1995, he completed the Julian Fałat State Secondary School of Fine Arts in Bielsko-Biala. A graduate of the Academy of Fine Arts in Kraków, Faculty of Graphic Arts in Katowice. His work spans graphic design, drawing, illustration, artistic printmaking, and painting. He runs his own poster and illustration studio at the Institute of Fine Arts in Cieszyn, University of Silesia in Katowice. He has delivered lectures and workshops in graphic design for students at universities in Poland and abroad, including Czechia, Hungary, Romania, Chile, China, Iceland, Panama, Mexico, and Cuba. He has held dozens of solo exhibitions and participated in several hundred group shows in Poland and internationally. He is a member of the Alliance Graphique Internationale (AGI).

Juror

Roman Kwiatkowski

Pomysłodawca Międzynarodowego konkursu na plakat „Rom, Obywatel, Europejczyk”. Współzałożyciel, od 1997 roku prezes Zarządu Głównego, Stowarzyszenia Romów w Polsce oraz inicjator powstania Centrum Historii i Kultury Romów. Twórca wielu przedsięwzięć kulturalnych i społecznych; współautor publikacji i artykułów o tematyce romskiej; twórca i redaktor naczelný czasopisma „Dialog – Pheniben”. Inicjator corocznych obchodów Międzynarodowego Dnia Pamięci o Holocauście Romów i Sinti w KL Auschwitz – Birkenau. Działacz ruchów na rzecz praw człowieka i równości praw Romów. W latach 2021-2025, wiceprzewodniczący Rady Państwowego Muzeum Auschwitz – Birkenau oraz członek Międzynarodowej Rady Oświęcimskiej.



Juror

dr hab. prof. UO Marek Sibinski

urodzony w 1974 roku we Frydku-Mistku. Maturę zdał w 1992 roku w średniej szkole artystyczno-przemysłowej w Brnie (specjalizacja malarstwo). W 1997 roku ukończył studium magisterskie na Wydziale Pedagogicznym Uniwersytetu Ostrawskiego (katedra twórczości plastycznej – pracownia wolnej i stosowanej grafiki prof. Eduarda Ovčáčka). W 2006 roku ukończył studium doktoranckie w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach, filii w Cieszynie, Wydział Artystyczny, Instytut Sztuki. W roku 2015 uzyskał tytuł doktora habilitowanego w dziedzinie sztuk plastycznych w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach, filii w Cieszynie, Wydział Artystyczny, Instytut Sztuki. Od 1998 roku pracuje jako pedagog w Katedrze Grafiki i Rysunku Wydziału Artystycznego Uniwersytetu Ostrawskiego.



Member of the Competition Jury

Roman Kwiatkowski

Initiator of the “Rom, Citizen, European” International Poster Competition. Cofounder and, since 1997, President of the Main Board of the Association of Roma in Poland, and the originator of the Centre for Roma History and Culture. Creator of numerous cultural and community initiatives; coauthor of publications and articles on Roma subjects; founder and editor-in-chief of the journal Dialog – Pheniben; initiator of the annual commemorations of the European Holocaust Memorial Day for Sinti und Roma at KL Auschwitz-Birkenau. A committed activist furthering human rights and equality for Roma. In 2021–25, he served as Vice-Chair of the Council of the Auschwitz-Birkenau State Museum and a member of the International Auschwitz Council.

Member of the Competition Jury

Professor Marek Sibinski

Born in 1974 in Frýdek-Místek, he completed his secondary education in 1992 at the School of Arts and Crafts in Brno, where he specialised in painting. In 1997, he obtained his master's degree at Professor Eduard Ovčáček's Department of Fine Arts – Studio of Free and Applied Graphics at the Faculty of Education of the University of Ostrava. In 2006, he completed doctoral studies at the Institute of Art of the Faculty of Arts at the Cieszyn branch of the University of Silesia in Katowice, where he also obtained a higher doctorate in 2015. Since 1998, he has lectured at the Department of Graphics and Drawing at the Faculty of Arts of the University of Ostrava.

MIĘDZYNARODOWY KONKURS NA PLAKAT „Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL POSTER COMPETITION “Rom, Citizen, European”

Juror

Wojciech Majewski

Scenarzysta, reżyser, producent, pomysłodawca i dyrektor festiwalu muzycznych, artystycznych i edukacyjnych, m.in.: Festiwalu Polskie Kręgi Sztuki w Chinach - największej w Chinach polskiej imprezy artystycznej (2016 – 2019). Był dyrektorem i producentem - Festiwalu Europejskich Szkół Artystycznych i Twórczości „Kręgi Sztuki” (2010-2016). Jest reżyserem, scenarzystą wielu filmów o sztuce, etnografii, antropologii kultury. W jego twórczości znajdziemy liczne filmy dokumentalne poświęcone wybitnym postaciom polskiego plakatu, takim jak Rafał Olbiński, Rosław Szaybo, a w cyklu miniatur o polskiej szkole plakatu poznamy artystów tej miary, co Henryk Tomaszewski, Waldemar Świerzy, Jan Lenica, Jerzy Wasilewski i inni.

Wojciech Majewski tworzy również benefisy wybitnych artystów polskich takich, jak aktor, reżyser - Gustaw Holoubek, operator filmowy - Sławomir Idziak, zespołu - „Kapela ze Wsi Warszawa”, czy benefis z okazji 70-lecia prestiżowego czasopisma „Konteksty” - Polska Sztuka Ludowa.



Member of the Competition Jury

Wojciech Majewski

Screenwriter, director and producer; creator and originator and director of numerous music, art and educational festivals, including the Polish Circles of Art Festival in China (2016–19), the largest Polish artistic event held in China. He also served as director and producer of the Circles of Art Festival of European Art Schools and Creativity (2010–16). Director and screenwriter of many films on art, ethnography, and cultural anthropology, he has created numerous documentaries on leading figures of Polish poster art, including Rafał Olbiński and Rosław Szaybo, and a series of miniatures on the Polish School of Poster Art covering, i.a. Henryk Tomaszewski, Waldemar Świerzy, Jan Lenica, and Jerzy Wasilewski.

Wojciech Majewski also produces gala events dedicated to such eminent Polish artists as the actor and director Gustaw Holoubek, cinematographer Sławomir Idziak, the band Kapela ze Wsi Warszawa, and to the seventieth anniversary of the prestigious Konteksty – Polish Folk Art journal.

Juror

Krzysztof Dydo

urodzony 1 marca 1945 w Krakowie, ekspert i rzeczoznawca w dziedzinie plakatu, właściciel "Dydo Poster Collection". Od 1985 prowadzi znaną na całym świecie i wymienianą we wszystkich najważniejszych przewodnikach Galerię Plakatu w Krakowie. Od 1975 roku zorganizował ponad 600 wystaw plakatu artystycznego w Polsce i niemal wszystkich krajach Europy. Poza tym w Australii, Nowej Zelandii, USA, Kanadzie, Meksyku, Panamie, Maroku, Turcji, Izraelu, Iranie, Azerbejdżanie i Chinach. Organizator, współorganizator i juror wielu konkursów na plakat, m.in. Biennale Plakatu Polskiego w Katowicach, Międzynarodowego Biennale Plakatu Teatralnego w Rzeszowie, Międzynarodowego Biennale Plakatu Społeczno – Politycznego w Oświęcimiu, Polska w Unii Europejskiej w Warszawie, Międzynarodowe Biennale Plakatu Społeczno w Bielsku-Białej i Międzynarodowego Biennale Plakatu Studenckiego w Lublinie Współtwórca, juror i współorganizator pięciu edycji Krakowskiego Festiwalu Plakatu.



Juror

dr szt.

Paweł Warchoń

artysta grafik, urodzony w 1958 roku w Krakowie. W 1979 roku ukończył Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych w Nowym Wiśniczu, w 1984 roku ukończył zamiejscowy Wydział Grafiki na Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie, w 2010 r. uzyskał tytuł doktora na Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach. Od 1985 roku mieszka i tworzy w Oświęcimiu. Od niemal pięćdziesięciu lat realizuje prace w ramach grafiki projektowej; w tym grafikę książkową i prasową, plakat i realizacje kartograficzne. Jest autorem projektów pierwszych „polskich czcionek” dla programów komputerowych firmy Optimus (AŻ). Zrealizował wiele plakatów, które prezentował na wystawach w kraju i za granicą. Jest inicjatorem i wieloletnim kuratorem Międzynarodowego Biennale Plakatu Społeczno - Politycznego w Oświęcimiu, oraz organizatorem wystaw plakatu polskiego w kraju i za granicą.



Member of the Competition Jury

Krzysztof Dydo

Born in Kraków on 1 March 1945. An expert in poster art, owner of the Dydo Poster Collection. Since 1985, he has run the internationally recognised Poster Gallery in Kraków, which has made its way into all major guidebooks. Since 1975, he has organised over 600 exhibitions of artistic posters in Poland and nearly all European countries, Australia, New Zealand, the US, Canada, Mexico, Panama, Morocco, Turkey, Israel, Iran, Azerbaijan, and China. Organiser, co-organiser, and member of juries of numerous poster competitions, including the Polish Poster Biennale in Katowice, the International Theatre Poster Biennale in Rzeszów, the International Biennale of Socio-Political Posters in Oświęcim, "Poland in the European Union" in Warsaw, the International Biennale of Socio-Political Posters in Bielsko-Biala, and the International Student Poster Biennale in Lublin. He is also founder, co-organiser, and member of the jury of five editions of the Kraków Poster Festival.

Member of the Competition Jury

Paweł Warchoń

Member of the Competition Jury

Graphic artist, born in Kraków in 1958. In 1979, he completed the State Secondary School of Fine Arts in Nowy Wiśnicz and, in 1984, he graduated from the Faculty of Graphic Arts at the Academy of Fine Arts in Kraków. In 2010, he obtained his doctorate at the Academy of Fine Arts in Katowice. Since 1985, he has lived and worked in Oświęcim. For over four decades he has been an active graphic designer, creating books and magazines, poster art, and cartographic projects. He is the designer of the first "Polish fonts" for Optimus computer software (AŻ). Creator of numerous posters presented at exhibitions in Poland and abroad, he is the initiator and long-standing curator of the International Biennale of Socio-Political Posters in Oświęcim and organiser of exhibitions of Polish poster art in Poland and abroad.

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Kiedy patrzę na takie prace, zawsze zastanawiam się, czy artysta naprawdę próbował przekroczyć swoje własne schematy myślowe. Przez dziesięciolecia powielano krzywdzące obrazy Romów – od romantycznych mitów po brutalne karykatury. Dobry plakat nie zatrzymuje się na dekoracyjnej inności, ale pokazuje Romów jako obywateli Europy, ludzi z krwi i kości – a więc równych w prawach i godności. Jeśli tego nie ma, to znaczy, że stereotyp zwyciężył. To dla mnie najważniejszy punkt. Jako Rom od urodzenia wiem, że etykieta bywa ciężarem, który niesiemy przez całe życie. Jeżeli artysta potrafi pokazać człowieka bez tych kajdan – jako syna, matkę, obywatela, sąsiada – wtedy jego sztuka naprawdę otwiera przestrzeń do spotkania. Inność jest bogactwem, ale człowieczeństwo jest wspólnym mianownikiem. Wielokrotnie mówiłem: nie ma przyszłości dla Romów bez dialogu i nie ma prawdziwego dialogu bez wrażliwości. Plakat jako nośnik, który stawia mury, który zamyka w egzotyce czy folklorze, niczego nie zmieni. Prace, która zaprasza do rozmowy, które budzą ciekawość wobec drugiego człowieka – to jest krok w stronę wzajemnego zrozumienia. Sztuka powinna być tu pomostem, nie granicą. Czasem najcenniejsze jest to uczucie lekkiego niepokoju, kiedy nagle pytasz sam siebie: dlaczego myślę tak o innych? Dlaczego milczę wobec krzywdy? Jeżeli plakat potrafi zasiać takie pytania, wątpliwości to już spełnił swoje zadanie. Nie musi dawać odpowiedzi, ale musi zatrzymać odbiorcę – by ten wyszedł z własnej obojętności, poza strefę komfortu. Jako obywatele państw europejskich, Romowie ciągle są tematem tabu – często o nas się mówi, ale rzadko mówi się z nami. Plakat, który dotyczy tego milczenia, który pokazuje wprost nierówności, rasizm, wykluczenie, ma wielką siłę. Ale musi to czynić nie po to, by szokować czy pogłębiać dystans, lecz by pokazać, że można ten krąg wykluczenia przerwać. Jeżeli sztuka budzi wrażliwość i współodpowiedzialność, wtedy powstaje most. I o to nam chodzi.

Whenever I look at such works, I wonder whether the artist has truly attempted to step beyond ingrained habits of thought. Reproduced for decades have been harmful images of Roma: ranging from romantic myths to vicious caricatures. A good poster does not stop at decorative otherness, as it presents Roma people as European citizens, real, living human beings, and therefore equal in rights and dignity. Should that be missing, then the stereotype has prevailed. And this is what I consider the quintessence. Being born into the Roma community, I know a label can become a heavy burden, especially if we carry it throughout our lives. The work of an artist truly creates a space for encounter if and only if their art can portray a human being free of these chains – as a son, a mother, a citizen, a neighbour. There is richness in diversity, yet the common denominator is our shared humanity. I have often repeated that there is no future for Roma without dialogue, and there is no genuine dialogue without sensitivity. A poster that builds walls and confines us to exoticism or folk art can and will change nothing. Works that prompt conversation, that spark curiosity about another human being – they are a step towards mutual understanding. Art should build a bridge, not a boundary. What is sometimes the most valuable is that feeling of slight unease, when you suddenly ask yourself: why do I think about others this way? Why do I remain silent when I see harm done? If a poster can prompt such questions, such doubts, it has fulfilled its purpose. It does not need to provide answers; all it has to do is make the viewer notice and step beyond their own indifference, beyond their own comfort zone. As citizens of European states, Roma remain a taboo subject – often spoken about, rarely spoken with. A poster that touches this silence – that directly points to inequality, racism, and exclusion – wields great power. It has to do so not to shock or deepen the divide, but to show that the cycle of exclusion can be broken. Once art has awakened sensitivity and a sense of shared responsibility, it has built a bridge. And that is precisely what we are after.

Roman Kwiatkowski

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Dobry plakat to taki, który w ciągu kilku sekund przemawia do odbiorcy (komunikuje). Powinien poprzez trafny komunikat wizualny i adekwatną do tematu formę zaintrygować i wywołać zamierzone emocje. Niezależnie od nośnika, na którym pojawia się plakat społeczny, czy to jest wydruk na papierze, czy pojawia się w przestrzeni wirtualnej, u jego podstaw leży przede wszystkim edukacja! Jego autor ma zadanie poprzez odpowiednią formę zmusić odbiorcę do refleksji i wpłynąć na jego postrzeganie świata. Dobry plakat to taki, który operuje metaforą, nie jest dosłowny. Zawsze jest to dialog jego autora z odbiorcą. Grafika plakatu powinna wzmacniać komunikat. Prace, które możemy zobaczyć na wielu imprezach poświęconych sztuce plakatu, poprzez ich międzynarodowy charakter, zawsze są spotkaniem międzykulturowym. Pomimo że prace powstają na podobne tematy (czasami te same) w różnych miejscach na świecie, te dobre są trafnymi, mocnymi komunikatami graficznymi, operującymi zróżnicowaną formą graficzną. Obraz wywołuje w odbiorcy moment wątpliwości, refleksji lub emocji, które mogą otworzyć go na nowe spojrzenie na to, co inne i odmienne. Cytując Henryka Tomaszewskiego, ojca Polskiej Szkoły Plakatu: „Pracując nad obrazem plakatu, pragnę go wyartykułować prawie niczym i zmusić odbiorcę, by resztę sam sobie dośpiewał. Liczę na jego współautorstwo.” Dla plakatu nie ma tematów tabu. Ich autorzy są czujni i poruszają aktualne, istotne, czasami kontrowersyjne tematy. Każda sztuka, w tym plakat, zawsze była spoiwem łączącym ludzi, nawet jeżeli czasami nie jest zgodna z obowiązującą linią polityczną.

Whenever I look at such works, I wonder whether the artist has truly attempted to step beyond ingrained habits of thought. Reproduced for decades have been harmful images of Roma: ranging from romantic myths to vicious caricatures. A good poster does not stop at decorative otherness, as it presents Roma people as European citizens, real, living human beings, and therefore equal in rights and dignity. Should that be missing, then the stereotype has prevailed. And this is what I consider the quintessence. Being born into the Roma community, I know a label can become a heavy burden, especially if we carry it throughout our lives. The work of an artist truly creates a space for encounter if and only if their art can portray a human being free of these chains – as a son, a mother, a citizen, a neighbour. There is richness in diversity, yet the common denominator is our shared humanity. I have often repeated that there is no future for Roma without dialogue, and there is no genuine dialogue without sensitivity. A poster that builds walls and confines us to exoticism or folk art can and will change nothing. Works that prompt conversation, that spark curiosity about another human being – they are a step towards mutual understanding. Art should build a bridge, not a boundary. What is sometimes the most valuable is that feeling of slight unease, when you suddenly ask yourself: why do I think about others this way? Why do I remain silent when I see harm done? If a poster can prompt such questions, such doubts, it has fulfilled its purpose. It does not need to provide answers; all it has to do is make the viewer notice and step beyond their own indifference, beyond their own comfort zone. As citizens of European states, Roma remain a taboo subject – often spoken about, rarely spoken with. A poster that touches this silence – that directly points to inequality, racism, and exclusion – wields great power. It has to do so not to shock or deepen the divide, but to show that the cycle of exclusion can be broken. Once art has awakened sensitivity and a sense of shared responsibility, it has built a bridge. And that is precisely what we are after.

**dr hab. prof. UŚ
Sebastian Kubica**

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Z mojego punktu widzenia trudno wąsko określić funkcję plakatu, ponieważ jego rola istnieje na wielu płaszczyznach. Jednak jeśli skupimy się na problematyce konfrontacji z własnymi uprzedzeniami i stereotypami, plakat powinien otwierać nasze myślenie o tym, jak patrzeć na dane zagadnienie i co innego możemy w nim odczytać. Oczywiście pomaga nam zobaczyć człowieka jako jednostkę, ponad etykietami i tożsamościami kulturowymi, etnicznymi, religijnymi czy społecznymi. Spojrzenie na człowieka jako temat plakatu zależy od tematu lub problematyki, którą interpretuje. Ogólnie można powiedzieć, że człowiek jest interpretowany poza kulturowymi, etnicznymi czy religijnymi tożsamościami, jeśli nie stanowią one treści plakatu. Jedną z ról, jaką plakat może pełnić, jest właśnie dialog poprzez szerokie spektrum kultur i wzajemne poznawanie się. Wysokiej jakości język wizualny plakatu potrafi przekazać temat, który trafia do odbiorcy zarówno na poziomie racjonalnym, jak i emocjonalnym. Fenomen plakatu, ze względu na jego historię i potencjał przekazu, zawsze dotykał społecznych lub kulturowych tabu. Jedną z jego ról jest tworzenie więzi.

From where I stand, it is difficult to provide a narrow definition of the function of the poster, because its role unfolds on multiple levels. Should we, however, focus on confronting our own prejudices and stereotypes, the poster should open our way of thinking to new perspectives on a given issue and fresh meanings we may discover within it. Naturally, poster art helps us see the human being as an individual, above and beyond cultural, ethnic, religious, and social labels. The perspective from which the human subject is viewed is determined by the topic or issue the poster engages. Generally, in poster art, the human is interpreted beyond cultural, ethnic, and religious identities, provided these are not the essence of the poster itself. One role the poster may play is to foster intercultural dialogue and mutual understanding. The poster's fine visual language can convey meaning that reaches the viewer on both rational and emotional levels. The history and communicative power of the poster demonstrate that it has always touched upon social and cultural taboos. And one of its roles is forging connections.

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Plakat wykonany przez artystę jest iluminacją, która spływa na odbiorcę. Jest on błyskawicznym dotarciem do naszej podświadomości i świadomości. Racjonalność ściera się z emocjonalnością, tocząc z nią walkę o prymat postrzegania istoty rzeczy. I tylko taki plakat mnie interesuje. Wybitny twórca plakatu, Jan Lenica, definiuje go w sposób następujący: „Plakat jest malarstwem (dla mnie na przykład) i nie jest. W zasadzie spełnia określone funkcje, czasem nie spełnia żadnych. Jego dwuznaczna natura, podwójna osobowość związana z reklamą i biznesem, jest niezaprzeczalnym faktem. Niekiedy przekazuje on informacje, agituje, namawia, ale często pozostaje tylko dekoracyjną ozdobą jakiegoś wydarzenia czy produktu. Innymi słowy jest ani tu, ani tam. Ni pies, ni wydra. Jedno, co jest pewne, to że jest powielany w setkach, tysiącach egzemplarzy na papierze najrozmaitszymi środkami reprodukcji. I to, że występuje na ulicy.” Wizualna narracja plakatu, w zależności od twórcy, może stworzyć miejsce do debaty pomiędzy kulturami, a nie stać się tylko spływaniem przekazu. Różnice kulturowe, inne symbole, typografia, tak różna w zależności od języka, kolor mający różne konotacje w różnym etnikum, kompozycja też determinowana kulturowo — to wszystko nie ułatwia zadania. Ale wielcy twórcy swoim natchnieniem i warsztatem są w stanie dziełom nadać nowy wymiar, wprowadzając nas do świata sztuki plakatu. Plakat może stwarzać nowe przeżycia u odbiorcy, być katalizatorem jego rozwoju osobowego, a także ukazać wielopoziomowość rzeczy, które przed ujrzeniem dzieła się nie spodziewał. Owe słynne 5 sekund przemienia widza w jednostkę coraz bardziej świadomą swojego pobytu na tej ziemi. Dla jednych jakiś temat jest tabu w przestrzeni społecznej lub/i kulturowej, dla innych nie. Dla jednych dotykanie tzw. tabu jest wyrazem odwagi, dla innych wyrazem koniunkturalizmu. Dla jednych odwaga twórcy wywołuje solidarność odbiorców, dla innych jest wyrazem głupoty lub zarzewiem sprzeciwu... I na tym polega uniwersalny charakter narzędzia artystycznego, jakim jest plakat. Może wywoływać skrajnie różne emocje i zachowania, a jednocześnie wszystkie je łączyć.

Created by an artist, a poster is a particular illumination descending upon the viewer: an instant contact with our subconscious and our conscious mind. Rationality clashes with emotion, fighting for primacy in our perception of the essence of things. This is the only type of poster that interests me. This is how Jan Lenica, master poster artist, defines it: “A poster is painting (e.g. for me) and it is not. It essentially fulfils specific functions, and at times none at all. Its ambiguous nature, its double identity connected to advertising and commerce – is undeniable. Sometimes it conveys information, promotes, and coaxes, yet often remains no more than a decorative embellishment of a product or an event. In other words, it is neither here nor there. Neither fish nor fowl. The one thing certain is that it is reproduced by various means in hundreds or thousands of paper copies. And that it exists in the street.” Depending on its creator, the poster’s visual narrative can open a space for intercultural debate rather than dilute or trivialise the message. The task is made no easier by the cultural differences, symbolism, typography (so strongly dependent on language), and colours, with their various connotations in different ethnic contexts, as well as culturally determined principles of composition. Yet the inspiration and technical mastery of great artists can instil their works with new dimensions, thus ushering us into the world of Poster Art. A poster can give the viewer new experiences, act as a catalyst for personal growth, and also reveal layers of meaning they might never have anticipated before seeing it. Those famed “five seconds” can transform the viewer into an individual more conscious of their own presence in the world. Some may find a particular topic taboo in the social or cultural realm; others will not agree. For some, engaging with what is called a taboo is an act of courage; for others – of opportunism. In some, the artist’s nerve encourages solidarity; in others – it provokes resistance or is dismissed as folly. This is the essence of the universal nature of the poster in its capacity as an artistic tool: it can evoke emotions and behaviours that are at odds with each other and yet ultimately bind them all together.

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Plakat ma różne oblicza i trudno jednoznacznie ocenić, w jaki sposób prowokuje nas do konfrontacji z własnymi uprzedzeniami i stereotypami — czy je podważa, czy tylko odtwarza ich znane obrazy w nowej formie. Inną rolę mają plakaty reklamowe, inną kulturalne, a jeszcze inną społeczne. Jest też pytanie, kto je chce zobaczyć i gdzie. W otaczającej nas przestrzeni występują coraz rzadziej. Trzeba zaglądać do internetu. Nie każdy to robi. Ci, którzy je projektują, liczą na to, że zadziałają. Często jednak wywołują oburzenie i przypisuje się im naruszanie norm społecznych, mimo że są projektowane w dobrej intencji. Może to jest sposób na zainteresowanie i przymuszenie oglądającego plakat do przemyślenia jego własnych przekonań i uprzedzeń. Pomaga nam zobaczyć człowieka jako jednostkę, ponad etykietami i tożsamościami kulturowymi, etnicznymi, religijnymi czy społecznymi — takie jest założenie i cel projektowania plakatów społecznych. Natomiast czy je wypełniają? Trzeba by zrobić badania socjologiczne. Bezsprzecznie starają się to robić. Jako obraz łatwiej zapadają w pamięci oglądających je, przez co łatwiej się przypominają, tym bardziej, jeśli trafnie są skonstruowane graficznie. Plakat jest jednym ze środków dialogu, ale bardzo ważnym, zapowiada go, tym bardziej że pole jego działania nie jest ograniczone przestrzenią, w której się poruszamy, ale występuje w mediach społecznościowych, internecie, gdzie dociera do szerokiej publiczności i poddawany jest zarówno otwartej krytyce, jak i akceptacji. Zadaniem plakatu jest zarówno komunikowanie, upowszechnianie ważnych idei, jak i inspirowanie oraz angażowanie odbiorcy do działania w kierunku ich realizacji. Plakat pozbawiony zewnętrznej cenzury i własnej samocenzury, co ma obecnie miejsce przy zleceniach zewnętrznych, dotyka wszystkich problemów — zachowań, niedopowiedzeń, uprzedzeń, tajemnic. Jest przede wszystkim dla ludzi myślących. Trudno jednak ocenić, jak dalece oddziałuje na różnych ludzi i różne społeczeństwa. Z pewnością jest to jego cel, za którym stoi myśl autora, tych, którzy go akceptują, z pewnością jednocy.

A poster has many faces, and it is difficult to pronounce an unambiguous judgement on how it prompts us to confront our own prejudices and stereotypes — whether it challenges them or simply restages the familiar images in new guise. Advertising posters, cultural posters, and social posters each serve different purposes. There is also the question of who wants to see them, and where. In the public space around us, posters are increasingly rare, and you must look online. Not everyone does. Those who design posters hope they will work. Yet posters often provoke outrage and are accused of infringing social norms, even though they are designed with good intentions. Perhaps this is a way of attracting interest and compelling the viewer to reconsider their own assumptions and prejudices. The purpose of especially social posters is to help us see the human being as an individual, above and beyond cultural, ethnic, religious, and social labels. Whether posters achieve this would require sociological research. The endeavour is undoubtedly undertaken. As images, they lodge more easily in our memory and are more readily recalled — the more so if their graphic design is fine and strong. A poster may be only one means of dialogue, yet an important one as it signals that dialogue. All the more important, since its impact is not confined to the physical spaces we move in but extends to social media and the online world, where it reaches broad audiences and is subjected to both open criticism and acceptance. Its task is, on the one hand, to communicate and disseminate important ideas, and — on the other — to inspire and encourage the viewer to act towards their fulfilment. Free of external censorship and the self-censorship that often accompanies commissioned work, a poster can address all and any issues: behaviours, things left unsaid, prejudices, and secrets. It is predominantly intended for those who think. Yet it would be hard to determine to what extent it can influence different individuals and communities. Such an impact is certainly its purpose, bolstered by the intention of its designer, and it certainly does unite those who accept it.

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Plakat może prowokować, burzyć stereotypy i uprzedzenia, ale również może budować w/w uprzedzenia i stereotypy – uzależnione to jest przede wszystkim od zleceniodawcy, jak i autora dzieła. Plakat może mówić o rzeczach dobrych i złych. To nie plakat jest zły – to człowiek buduje bomby i zrzuca je z samolotów. Kreacja w sztuce jest wręcz nieograniczona i dotyczy to sztuki czystej, jak i projektowej, na przestrzeni wieków. Diabeł jest zły, Żyd jest zły, Rusek lub Aliant jest złem, nie mówiąc już o parszywych zgrajach imperialistów zrzucających na ojczyznę stonkę, ale my jesteśmy dobrzy. Mimo całej demokratycznej „poprawności” językowej, słowa: goj, brudas, czarnuch, gorol czy też gadź nie znikają ze słowników. Tu potrzebny jest czas, musimy czekać, zapewne jeszcze długo. W sztuce inność ma różne oblicza. Inna inność jest na obrazach Gauguina, gdzie paradują po plażach ponętne modelki w trzcinowych spódniczkach, a inna w portretach publikowanych na afiszach niemieckiego „Stürmmera”. Pragnęłoby się, aby narracja plakatu tworzyła „przestrzeń do dialogu i spotkania kultur”. Ale czy nie wymagamy zbyt dużo od plakatu – przecież to tylko „druk ulotny”. Miejmy nadzieję, że w sztuce są dzieła, które wzbudzają emocje i zmuszają do refleksji. Na przestrzeni tysiącleci pojawiały się freski w Altamirze, świątyni w Tebach i Kaplicy Sykstyńskiej, tysiące obrazów rzucających ludzi na kolana. Trzeba się jednak nauczyć, jak przeżywać i otworzyć się na nowe spojrzenie, na to co inne i odmienne, co wymaga odpowiedniej percepcji i wiedzy. A czy to jest tak bardzo potrzebne „zwykłemu człowiekowi”, chyba niestety nie aż tak bardzo. Plakat na przestrzeni lat eksploruje szeroką tematykę, pamiętajmy o tym, że publikowany bywa w tysiącach egzemplarzy, ale również w kilku odbitkach trafiających do wybranych odbiorców. Potrafi ukazywać zarówno problemy ogólnospołeczne, jak i wręcz intymne. Czy inspirować do budowania więzi? – to problem natury socjologicznej. Aby to sprecyzować, trzeba byłoby czasochłonnych i dogłębnych studiów i analiz.

A poster can provoke, and disrupt stereotypes and prejudices – but it can also reinforce them. Much depends on the commissioner and on the artist. A poster may speak of good things or of bad. The poster itself is not at fault: it is the human who makes bombs and drops them from planes. In art, creative freedom has been virtually limitless across the centuries, whether in pure art or in applied design. The devil is evil, the Jew is evil, the Russian or the Allied are evil, not to mention the infamous, vile hordes of imperialists dropping voracious pests on our homeland. But we are good. Despite all our democratic linguistic “correctness”, racial and ethnic slurs – including goj, brudas, czarnuch, gorol, and gadźo – have not disappeared from our vocabularies. This takes time and we must wait, no doubt for a long time yet. In art, otherness appears in many guises. “Otherness” is different in Gauguin’s paintings, sporting alluring models on tropical beaches in skirts of grass – and different in the portraits printed on the posters of the German Stürmer. One would wish for poster art to create “space for intercultural dialogue and encounter”. But are we not demanding too much of it? After all, it is no more than a piece of “printed ephemera”. Let us hope that some works of art evoke emotion and prompt reflection. Over millennia, frescos in Altamira, the temple in Thebes, and in the Sistine Chapel have had people down on their knees before their imagery. Yet we must learn how to experience art and how to open ourselves to new ways of seeing the different and the unfamiliar. This requires proper perception and knowledge. Now, is this absolutely essential for the “ordinary human”? Alas! Apparently not essential enough. Over the years, posters have explored a vast range of themes, and we should remember that they may be circulated in thousands of copies but also in only a handful of prints that reach selected hands. A poster can portray broad social issues as well as deeply intimate ones. Does it inspire the building of relations? – that is a sociological question. And giving a precise answer would require extensive and time-consuming research and analysis.

dr szt.
Paweł Warchoń

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Plakaty

Posters

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Grand Prix
Erick Ginard (Kuba, Cuba)

Roma

"Citizen"
(European)

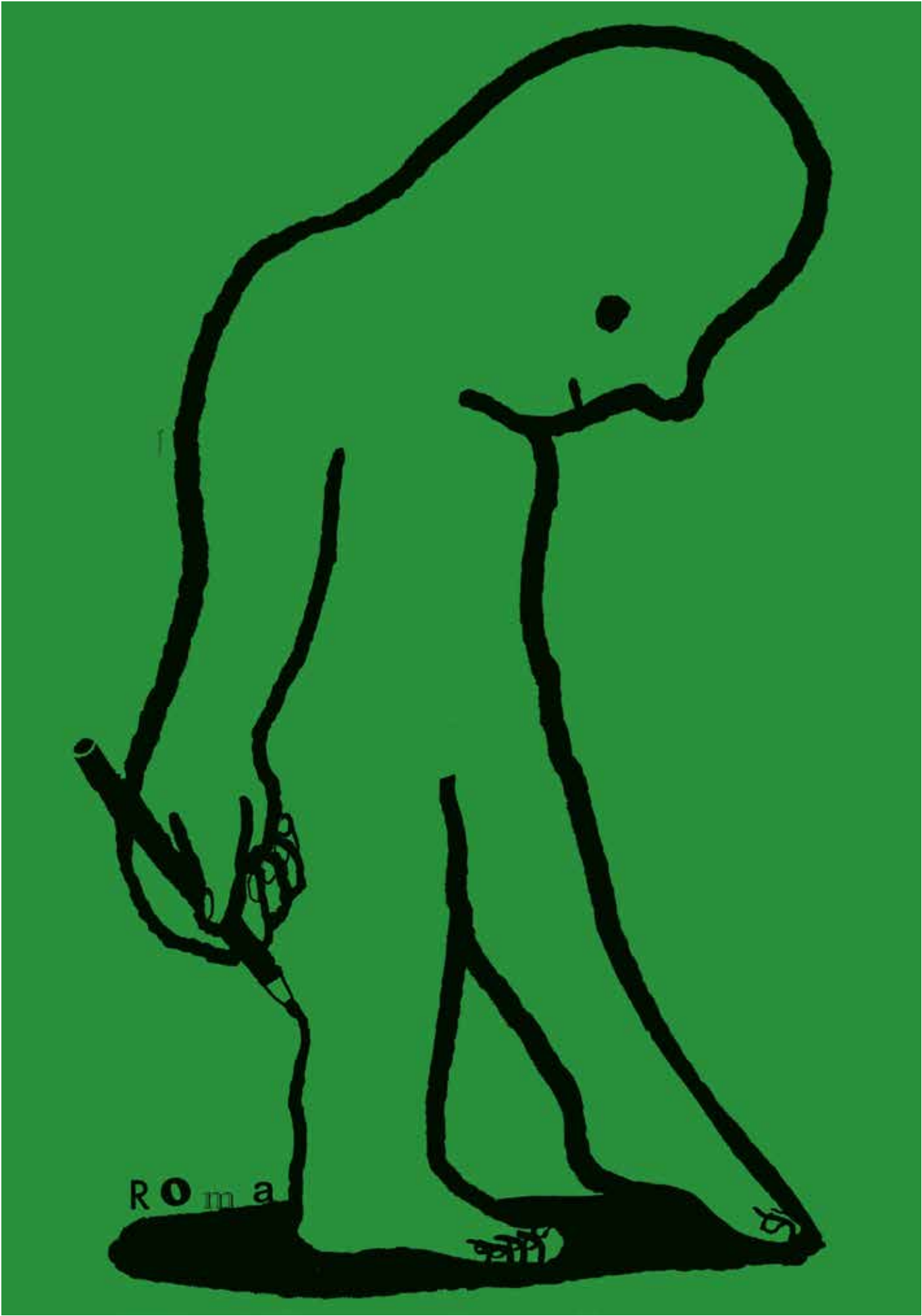


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

2. nagroda, 2nd prize
Dominika Czerniak-Chojnacka (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

3. nagroda, 3rd prize
Nikodem Pręgowski (Polska, Poland)



Wendy Riggall 2022

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Adrianna Korszeń (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Agata Adaszek (Polska, Poland)



D = R

Obywatel, Europejczyk

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Agata Gajewska (Polska, Poland)

Rom
Obywatel
Europejszyk



Przez Pamięć Do Teraźniejszości

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Anett Sz. Esztero (Węgry, Hungary)

WE ALL
ORIGINATE



FROM ONE TRIBE

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Bartosz Posacki (Polska, Poland)



ROM, OBYWATEL, EUROPEJCZYK
PRZEZ PAMIĘĆ DO TERAŹNIEJSZOŚCI

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Elżbieta Chojna (Polska, Poland)

Rom Obywatel

Rom Europejczyk



EUROPA *Walność* DOM

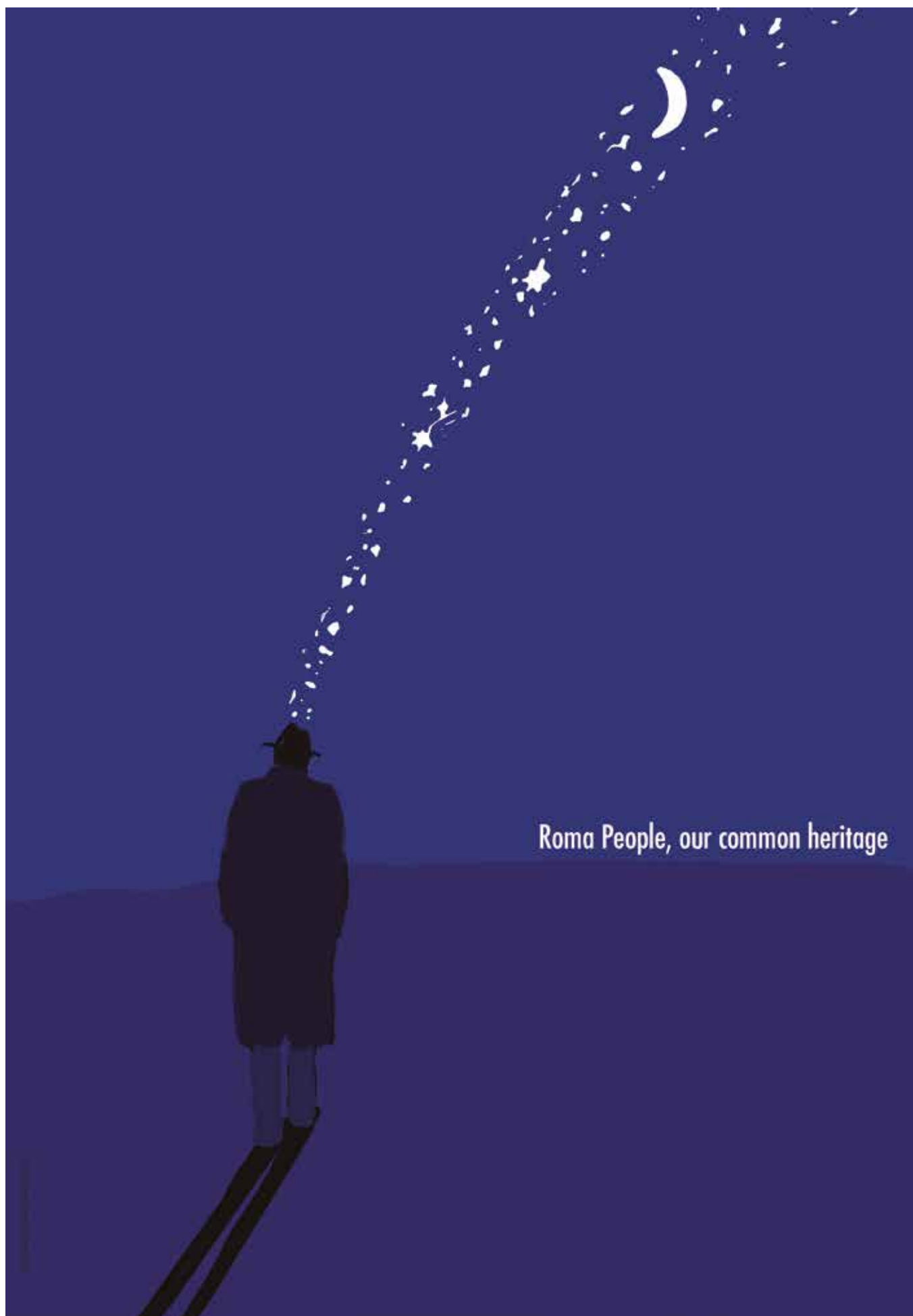
elchir-casiva

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Jaime Nieto (Hiszpania, Spain)



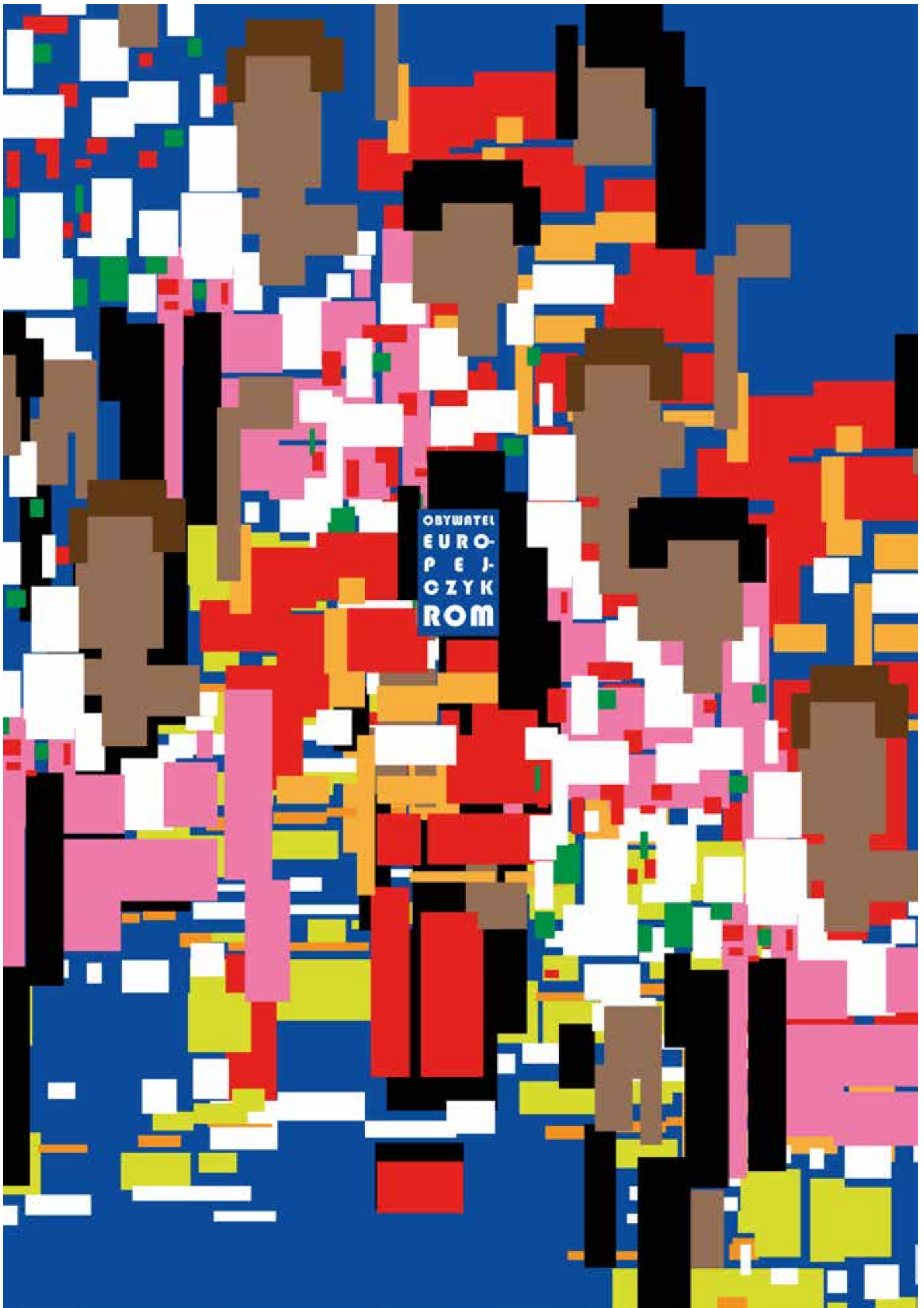
Roma People, our common heritage

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Jakub Kowalczyk (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Karol Pabich (Polska, Poland)

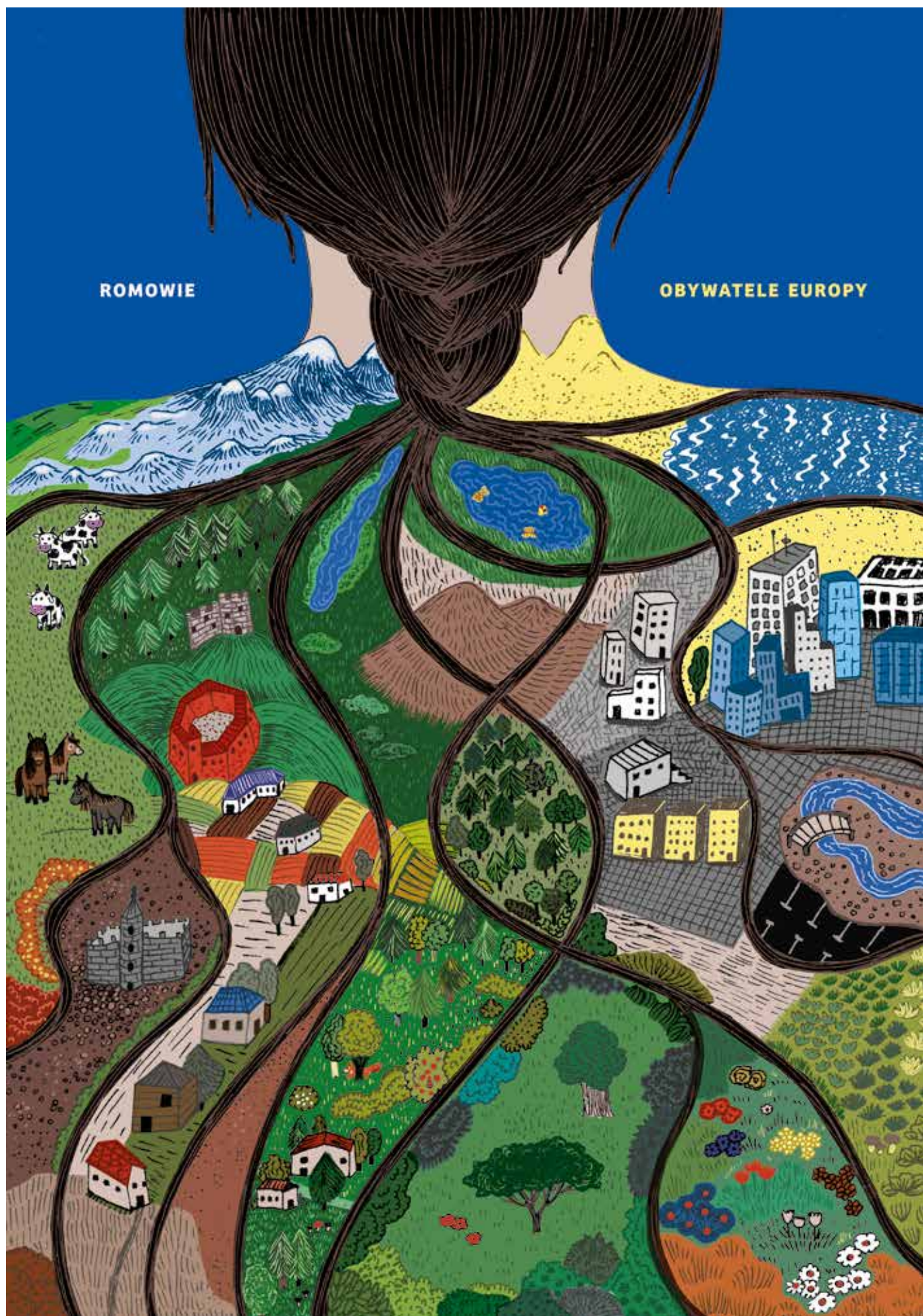


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Kasia Walentynowicz (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Krzysztof Białowicz (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Krzysztof Ducki (Węgry, Hungary)

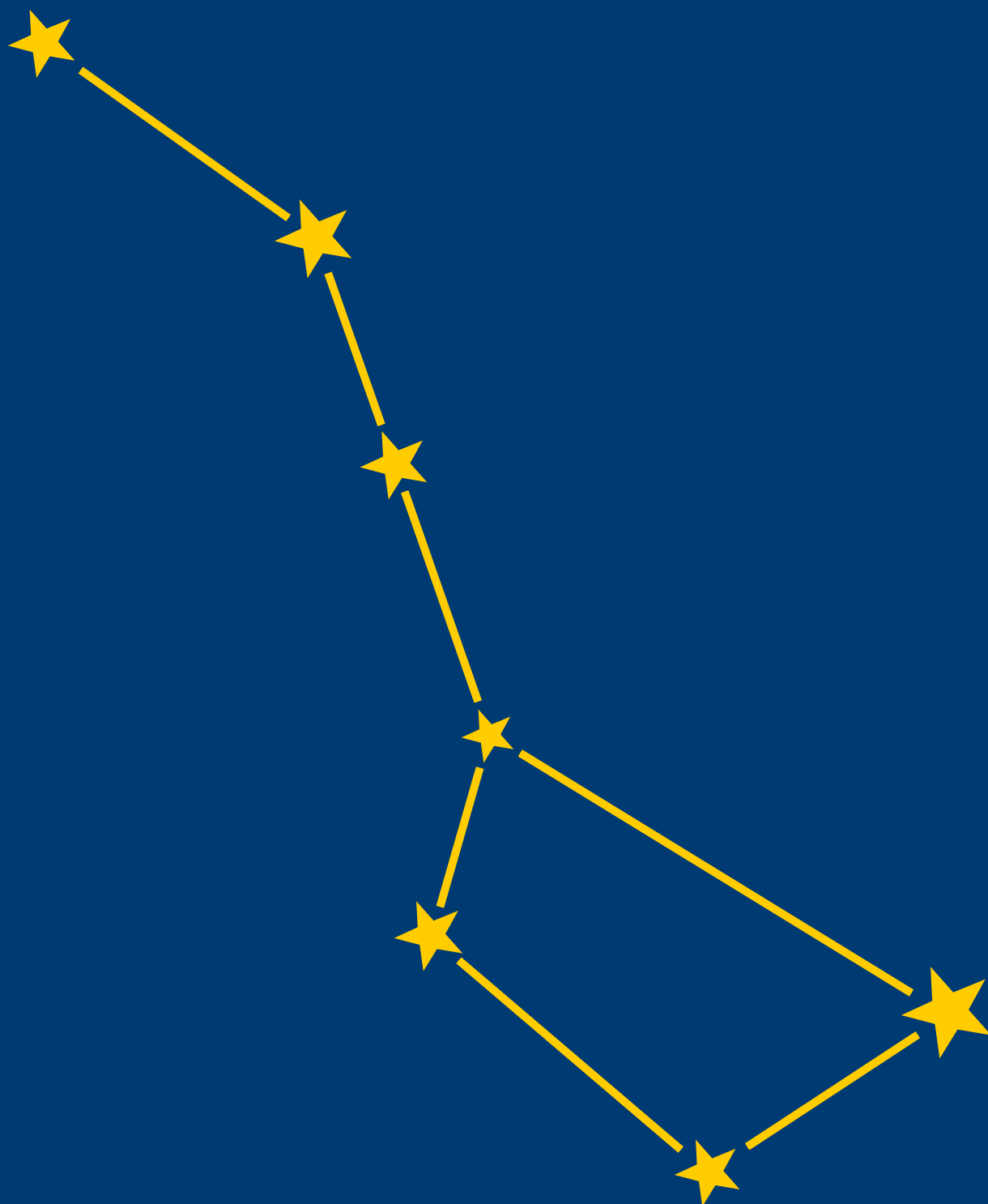


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Lex Drewinski (Polska-Niemcy, Poland-Deutschland)

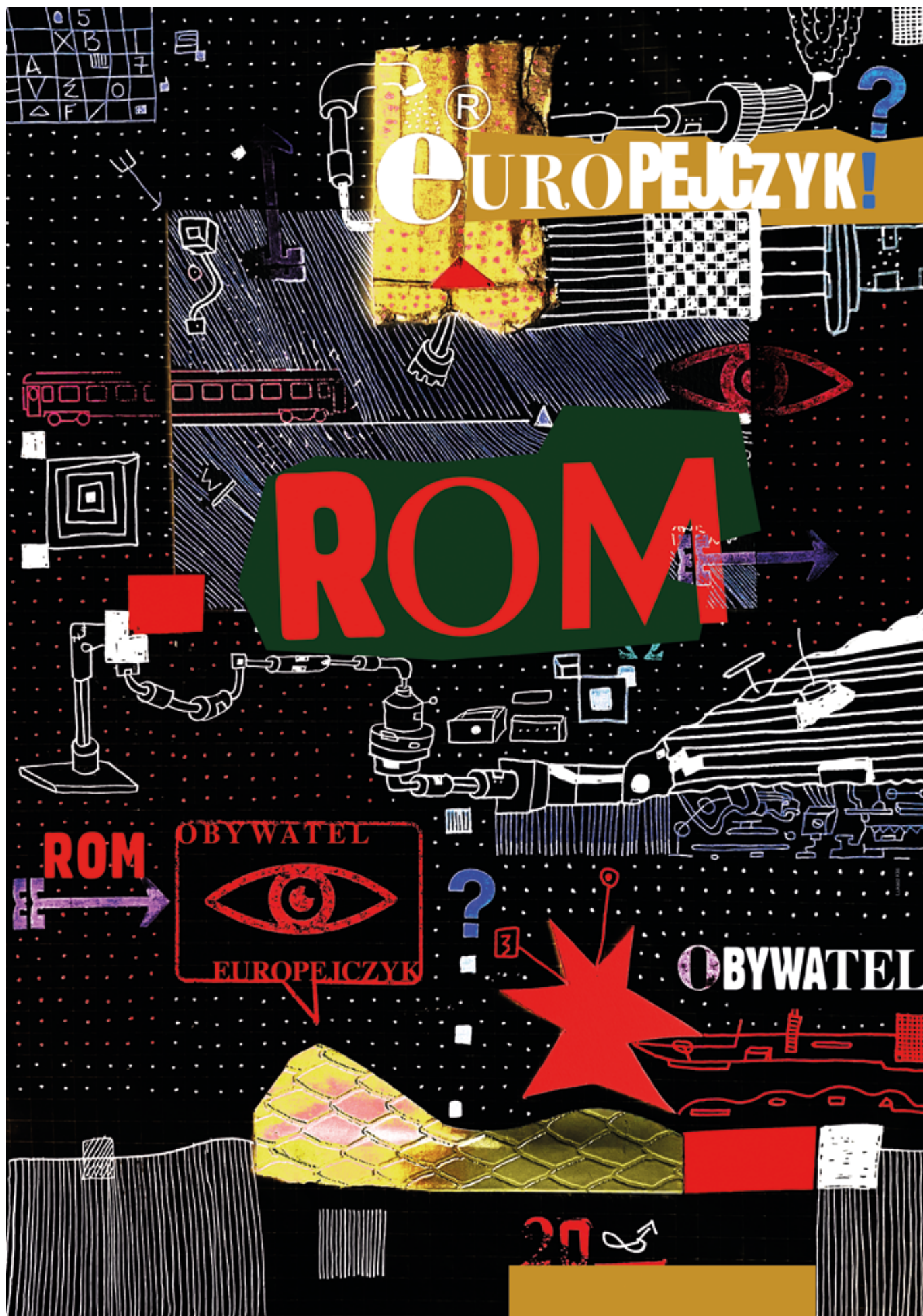


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Łukasz Kliś (Polska, Poland)

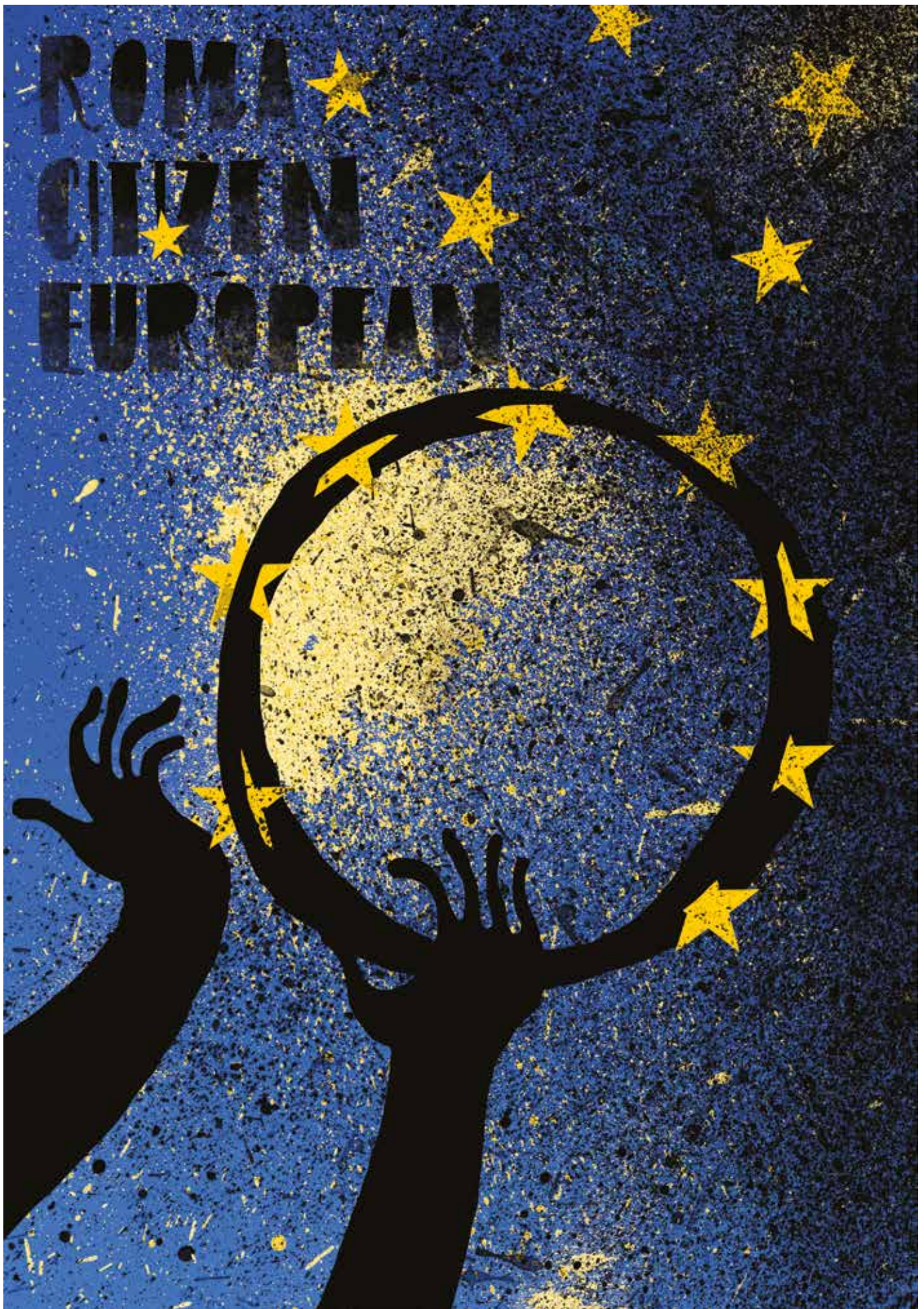


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Magdalena Wosik (Polska, Poland)

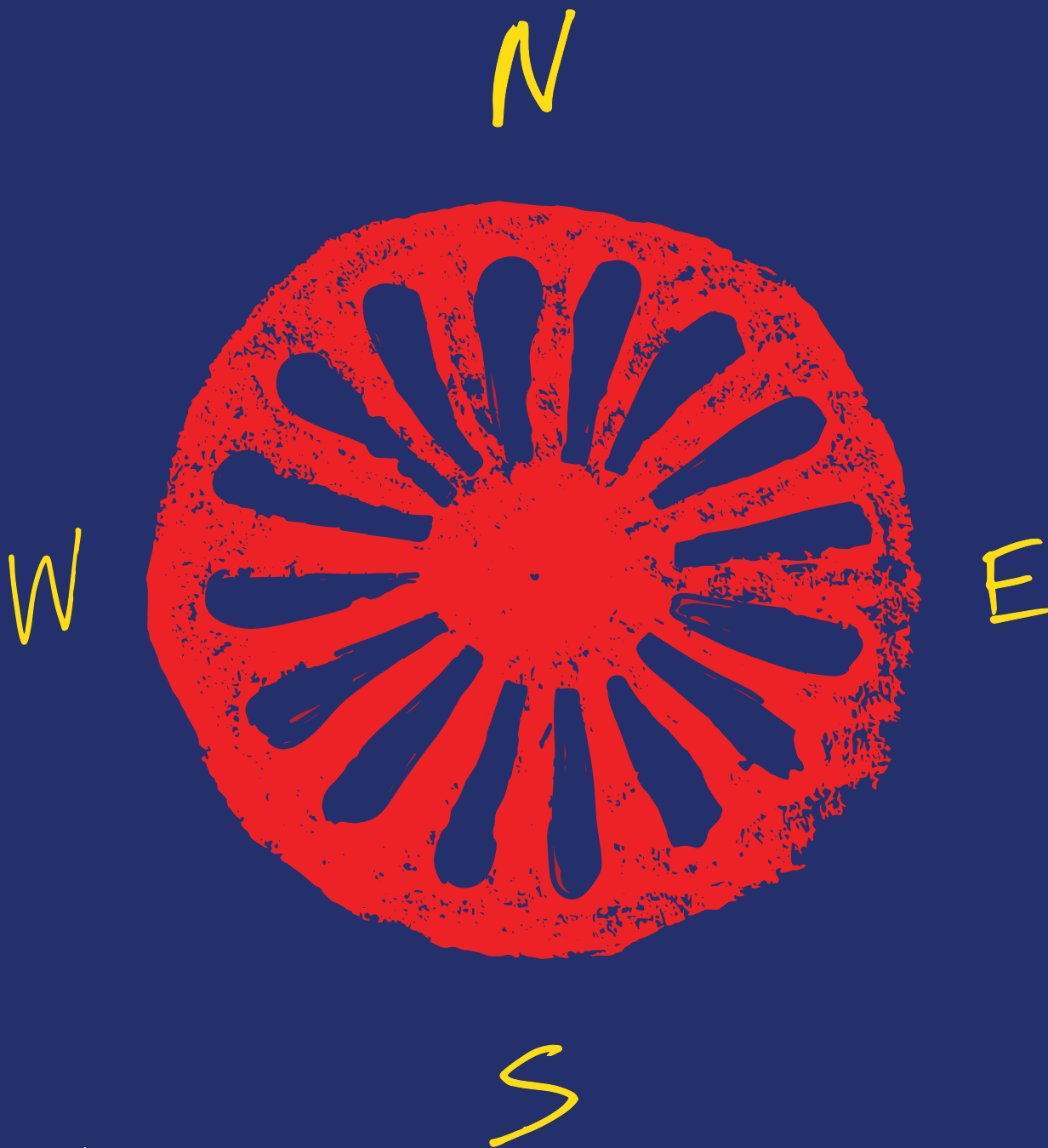


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Maja Cebula (Cypr, Cyprus)



NIE MA JEDNEJ
DROGI,
SĄ TYSIĄCE
KIERUNKÓW
TEJ SAMEJ
WOLNOŚCI.

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Marcin Wierzchowski (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Marek Kwiatkowski (Polska, Poland)

Rom Obywatel Europejski

przez Pamięć
do Teraźniejszości



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Marek Maciejczyk (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Marlena Buczek Smith (Stany Zjednoczone, USA)

THROUGH MIGRATION TO SETTLEMENT

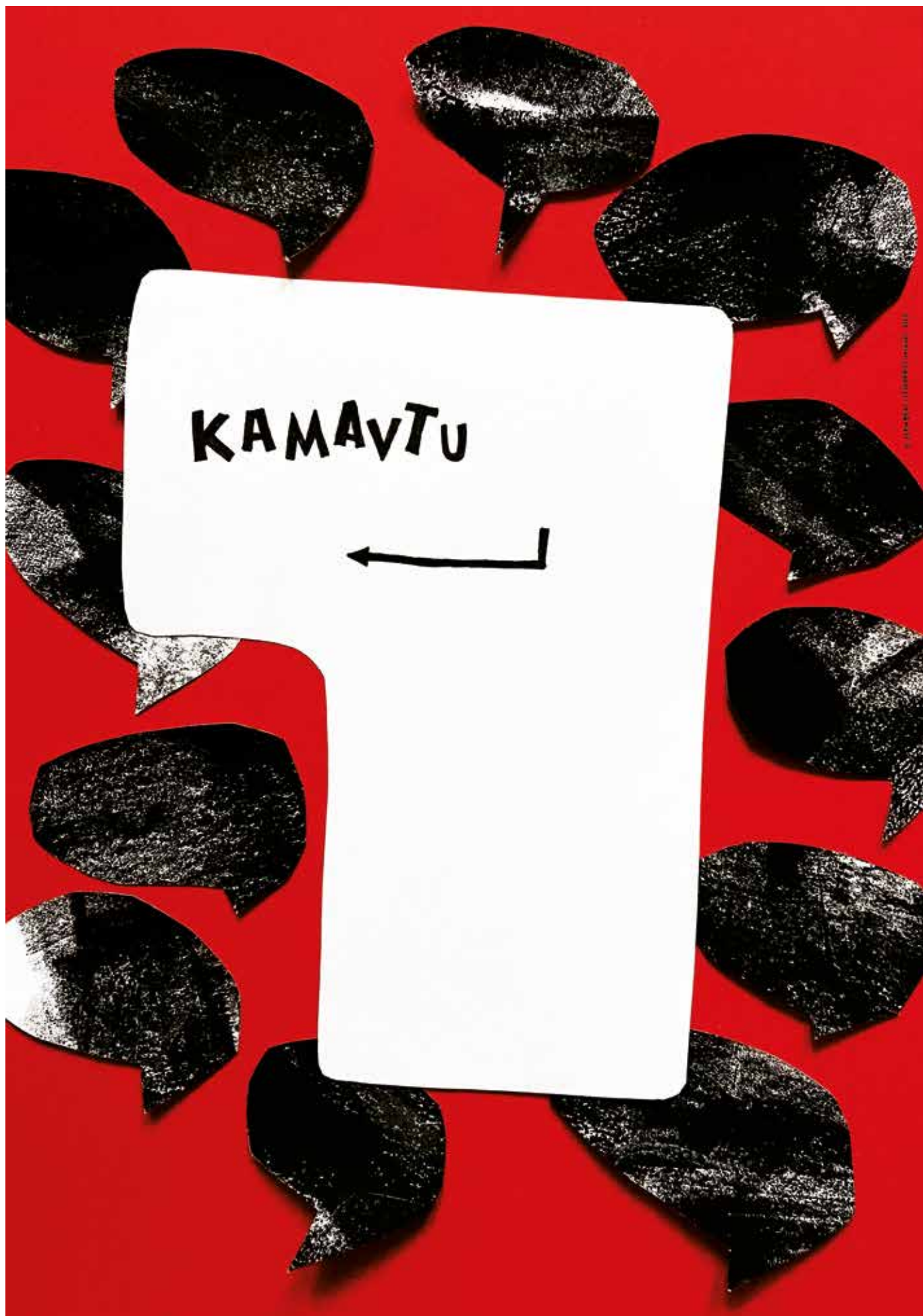


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Miklós Zsemeri-Szígártó (Węgry, Hungary)

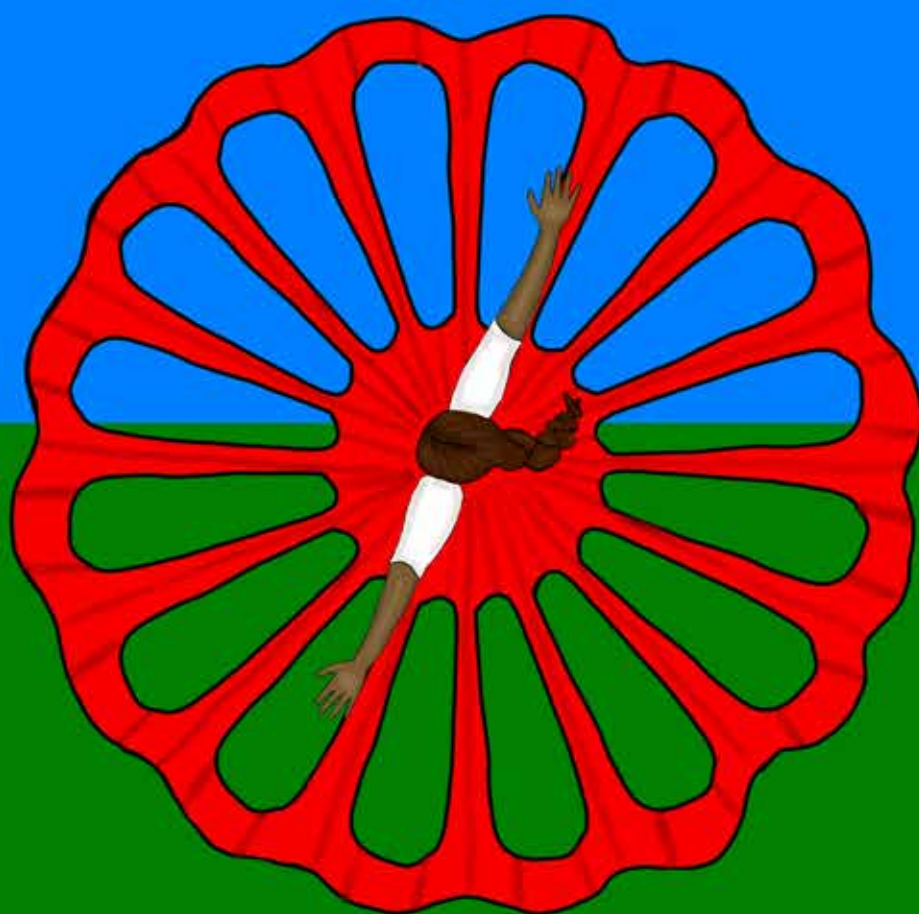


MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Natalia Błaszczyk (Polska, Poland)



TRADYCJA, KTÓRA ŻYJE

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Pavel Noga (Czechy, Czech Republic)

GAULS

ROM

Roma make up 2.2% of the population of the Czech Republic

MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Piotr Kaczmarek (Polska, Poland)

DOM



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Piotr Pietrzak (Polska, Poland)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Thomas Toth (Węgry, Hungary)



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”

Wojciech Janicki (Polska, Poland)

ŻYCIE TO PODRÓŻ

ROM-OBYWATEL-EUROPEJCZYK

Przez Pamięć
Do Terazniejszości



MIĘDZYNARODOWY
KONKURS NA PLAKAT
„Rom, Obywatel, Europejczyk”

2025

INTERNATIONAL
POSTER COMPETITION
“Rom, Citizen, European”



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego

Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa
Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury



CENTRUM HISTORII
I KULTURY ROMÓW

INSTYTUCJA KULTURY
WOJEWÓDZTWA
MAŁOPOLSKIEGO



Partnerzy:



Koncepcja konkursu / Concept of the competition

Roman Kwiatkowski

Prezes Stowarzyszenia Romów w Polsce /
President of the Association of Roma in Poland

Zespół organizacyjny / Organising team

Władysław Kwiatkowski

Sebastian Kubica

Marek Isztok

Michał Kaczkowski-Karpi

Projekt katalogu / catalogue designer

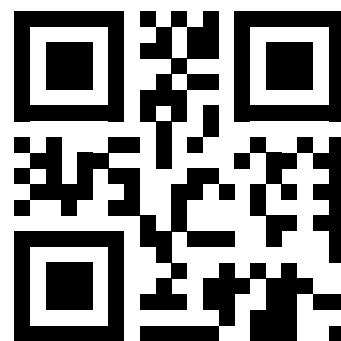
Michał Kaczkowski-Karpi

Tłumaczenie na język angielski / English translation

HOBBiT Piotr Krasnowolski

Reprodukcje plakatów / Poster reproductions

Autorzy / Authors



chikr.pl

Oświęcim 2025

