



فني  
الترانزيت



يعتبر مشروع إتاحة الفن المعاصر للجميع الإنجاز الأبرز لشركة محطات للفن المعاصر بدعم من مؤسسة دروسوس. شركة محطات هي الشركة الوحيدة التي تم تأسيسها للترويج للفن في الأماكن العامة، حيث تركز على إتاحة الفن للمواطن المصري وإشراكه فيه. في هذا المشروع ، قامت محطات بتنفيذ أنشطة لعرض الفنون على المواطنين من خلال تسع جولات فنية في أربع محافظات هي القاهرة ودمياط وبورسعيد والمنصورة، مع ستة عروض فنية في مجتمعين محليين بالقاهرة الكبرى. بالإضافة إلى ذلك ، صممت شركة محطات ست ورش عمل تعليمية للفنانين الناشئين والهواة في كل من دمياط وبورسعيد والإسماعيلية.

تعتبر مجموعة الأدوات هذه أحد المنتجات النهائية للمشروع. وفيها نقدم إرشادات للفنانين الممارسين ومنتجي الفنون المهتمين بأنشطة تخطيط وتنفيذ التدخلات الفنية للجمهور العام. قمنا بتنظيم مجموعة الأدوات في ثلاث مكونات للمشروع: فن الترانزيت (الجولات الفنية) وتركز على تنظيم جولات فنية في عدة مواقع في آن واحد ، أما عروض المحطات الفنية (الفن المجتمعي) فتركز على تشجيع أعضاء المجتمعات المحلية للمشاركة في النشاط الفني ، من خلال تعلم وممارسة وعرض أعمالهم الفنية في الأماكن العامة. المكون الثالث يتمثل في برامج «وجهًا لوجه» لتدريب وتعليم الفنانين الناشئين ، مع التركيز على تحسين تقنيات مهاراتهم الفنية وقدراتهم على الأداء. أما الأنشطة التي يتداخل فيها مختلف أنواع التدخل الفني فسنعرضها في نهاية مجموعة الأدوات.



## حقيبة أدوات **فن** الترانزيت

هذه الأدوات مصممة لكل من:

**الفنانين ومن يمارسون أو يديرون الفنون  
ومنتجي العروض الفنية بالأمكن العامة  
ومنسقي مشاريع فنون الشارع.**

مجموعة أدوات فن الترانزيت مستمدة من خبرات شركة محطات التي كونتها نتيجة عملها بمدن دمياط والمنصورة وبورسعيد. يقوم هذا النشاط على إدارة وتنظيم جولات فنية في المناطق التي تشهد حركة الناس فيما بين الأحياء الراقية والشعبية بعضها البعض. وعادةً ما تكون مدة العرض الفني من ساعة إلى ساعة ونصف في الشارع ، مستهدفاً سكان المنطقة والمارة وغيرهم من المناطق المحيطة الذين ربما قد سمعوا عن الحدث نتيجة الدعاية الخاصة به. يمكن أداء العروض مرة أو مرتين في اليوم ، وتكون مدة الجولة الفنية الواحدة ٤ أيام في مدن مختلفة. هذه الفنون تمر بالجماهير عبر حركة الفنانين من مدينة إلى مدينة ومن مكان إلى آخر. ويجب الاهتمام بتشجيع الفنانين على مواصلة العمل في أماكن غير تقليدية أمام جمهور عريض وأن يكونوا مستعدين لأداء العروض في الأماكن العامة.



يمكن التوجه للصفحات التالية للذهاب مباشرة إلى أقسام محددة:

- ١- مجموعة التركيز الفنية.....ص٤
- ٢- اختيار الفنانين والمواقع.....ص٤
- ٣- المشتريات والتسويق.....ص٩
- ٤- استخراج التصاريح.....ص١٠
- ٥- تنفيذ وتوثيق الجولة الفنية.....ص١١
- ٦- التقييم النهائي.....ص١٤

## ١- مجموعة التركيز الفنية

تقوم فكرة هذه الخطوة على مفهوم الاشتراك في تكوين عنصر التدخل الفني، خاصة في مرحلة تصوّر الفكرة.



يتم - بطريقة مجموعات التركيز - مناقشة محتوى/ نوع الجولة الفنية (عدد الفنانين وعدد الأيام) الاتفاق على التوصيات (عدد الجولات، الخ) والتصور المبدئي (موضوع العرض الفني)

- يقوم أفراد فريق العمليات/ الإنتاج بطرح أفكار للأنشطة بالتعاون مع أفراد فريق تطوير الاستراتيجيات بالمؤسسة.
- السعي للحصول على فرص التمويل إذا كانت الأموال مطلوبة أولاً.
- دعوة الفنانين للمشاركة في الحوار.

## ٢- اختيار الفنانين والمواقع

بناء على موضوع العرض الفني المتفق عليه في الخطوة السابقة (مجموعة التركيز)، يقوم المدير/ المنتج التنفيذي بتطوير المفهوم الفني للجولة، مع مراعاة إمكانية الاتصال بأكثر من فنان مستعدين للقيام بهذا النشاط، يجب أن تؤكد معايير الاختيار على أهمية اختيار الفنانين المهتمين بتقديم العروض في الأماكن العامة.



### معايير اختيار الفنانين:

- أن يتمتع الفنان بموهبة / خبرة جيدة في مجالات العروض الفنية التالية (المسرح ، الموسيقى ، العرض الفني ، عروض
- مرتبطة بمواقع معينة ، وما إلى ذلك).
- لديه خبرة ذات صلة بفن الترانزيت و / أو الفن المجتمعي.

- إذا لم يكن الأمر كذلك ، يجب أن يبدي الإرادة والحماس اللازمين لتطوير ممارساته في الأماكن العامة.
  - لديه رغبة في العمل بالمحافظات خارج القاهرة (المناطق النائية).
  - أن يظهر القدر الكافي من الموثوقية والالتزام بالاتفاق مع الجهة المنظمة.
- يفضل أن يكون الفنان حاصلًا على نوع من التعليم مرتبط بالفن.
- يفضل الحصول على توصيات بالفنانين من شركاء مجربين وأهل ثقة أو – على الأقل – من ثلاثة أطراف مختلفة.

يمكن استخدام النموذج التالي لتوصيف الفنانين المرشحين:


هل يمكنه توفير المواد / المعدات؟	وسيلة الانتقال / النقل	المعدات / الأدوات المطلوبة	المواد المطلوبة	عدد المؤدين / المدربين	بيانات رئيسية	
						إسم الفنان / الفريق
						مسؤول الإتصال
						تاريخ تأسيس / بداية النشاط
						تاريخ آخر مرة تم توظيفه
						نوع العروض الفنية
						أسماء العروض
نعم / لا						
نعم / لا						
نعم / لا						
نعم / لا						
					من كذا إلى كذا جنيه مصري ((التاريخ	آخر أجر يومي للفنان – تاريخه
						السيرة الفنية باللغة الإنجليزية
						السيرة الفنية باللغة العربية
						روابط إلكترونية
تاريخ النموذج: / /						

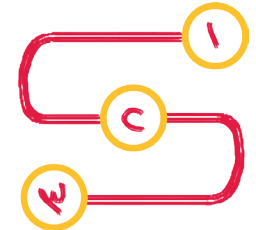
## التعاقد مع الفنان :

- يتم الاتفاق على الفنان حسب وفقا لنوع الفن وطريقة العمل ومعايير أخرى. ويجب أن يكون اختيار الفنان أو التعاون مع أي أطراف أخرى متسقا مع أهداف العمل الفني.
- يتم توقيع الاتفاقية مع الفنان (الفنانين) والبروتوكول مع الشريك (إن وجد).



تنبيه: بصفتنا الجهة «المشتريّة» نعتبر الفنان «مصدرا وحيدا للتوريد» وبالتالي لا يلزم الحصول على ثلاثة عروض أسعار كما هو متبع. أما في حال العمل مع مدرب آخر ، فنحتاج ثلاثة عروض أسعار ، إذا كانت الأتعاب/التكاليف تتجاوز مبلغ (كذا ج.م).

العنصر التالي في الأهمية بالنسبة للاختيار هو مكان العمل الفني. المعتاد أن الجولة تتكون من ٤ عروض في ٤ مدن، وكل موقع يجب اختياره بمعايير مثلى. يجب أيضا الاستعداد بمواقع بديلة جاهزة في حال حدوث ظروف غير متوقعة في اليوم المخطط للعرض الفني.



## معايير اختيار أماكن العرض الفني :

### ١- سهولة الوصول إلى مكان العرض:

١. سيرا على الأقدام والكراسي المتحركة – إن أمكن.
٢. يرتاده العديد من الأشخاص ، كي يشعر الجمهور المتنوع بالترحيب. أن يكون وسطا ، فلا يتسم بالازدحام الشديد في اليوم العادي ، ولا نجده خاليا من المارة سوى كل بضعة دقائق.
٣. بالسيارة/الشاحنة حتى يتمكن من نقل المعدات والأفراد إليه.
٤. بقدر الإمكان عدم وجود أسوار قريبة جدًا تفصل الفريق بعيدا عن الجمهور أو تمنع المارة المهتمين من الاقتراب.
٥. يجب أن يكون متسعا بما يكفي للمعدات المستخدمة فيتمكن مثلا من ٥٠ إلى ١٠٠ شخص من الوقوف حولها دون تعطيل حركة المرور.
٦. أن يكون بجواره إمكانية ركن سيارات الفريق.



## ٢- ينبغي أن يكون مكان العرض الفني آمنا بالنسبة لفريق العمل وللجمهور:

١. يجب أن يحيط بالمكان «مخارج» للسيارة و«مخارج» للفريق.
  ٢. من الجيد وجود جدار/حائط خلف المؤدين بحيث لا يشكل الجمهور دائرة كاملة حول الفريق.
  ٣. يجب أن يكون على مسافة آمنة من نقاط التفيتش العسكرية والمؤسسات العسكرية والشرطية ومؤسسات الخدمة السرية حيث إنها حاليا مستهدفة بالهجمات.
  ٤. لا ينبغي أن يكون قريبا من سفارات دول مثيرة للجدل مثل السفارة الأمريكية أو السفارة البريطانية.
  ٥. ينبغي أن تكون «المواقع الاحتياطية» قريبة من المكان مثل المقاهي أو رياض الأطفال أو المدارس أو نوادي
٦. الشباب أو الجمعيات المحلية. (ومع ذلك يفضل دعوة كبار شخصيات الحي مسبقا إلى الحدث ومحاولة تكوين صداقات معهم).
  ٧. بشكل عام ، يجب دعوة من يمثلون «مؤسسات الشارع» مثل الأكشاك والمقاهي والبوابين ومن إلى ذلك لحضور العرض.
  ٨. المكان ينبغي ألا تحيط به حركة مرور كثيفة وسريعة من أجل سلامة الجمهور خاصة الأطفال ولتجنب الضوضاء المرتفعة أثناء العرض – شوارع مثل جامعة الدول العربية وطريق النصر ليست مناسبة.

- أثناء العرض يجب أن يراعي مصورو الأفلام والفوتوغرافيا حساسية الموقف، فلا يستخدمون كاميرات خفية وفي النفس الوقت لا يحتلون المكان بمعداتهم، لا نريد للجمهور أن يعتقد أن فريق العمل يصور مشاهد من فيلم أو مسلسل. كذلك لا يجب أن ينف المصورون أمام الجمهور حتى يتمكن من الاستمتاع بالعرض.
- أثناء العروض يجب أن نتعامل بحرص وحذر مع أطقم التصوير التلفزيوني، لأن البعض منهم لا يراعي حساسية الموقف. يجب ألا يجلبوا معهم معدات فائقة كبيرة، وعندما يطلب منهم أفراد الأمن التوقف يجب أن يتوقفوا.
- في حال قام الفنانين أو مديرو العمل الفني بدعوة الإعلاميين فيجب أن يتم ذلك بالتنسيق مع منسق البرنامج ، وعلى منسق البرنامج أن يشرح السياق للإعلاميين وكذلك ما نتوقعه منهم. من الممكن أيضا تزويدهم بمستجدات الأخبار.
- لا ينبغي على الفنانين إحضار كاميرات احترافية في الأيام التي نستعين فيها بمصور الفوتوغرافيا / الأفلام المحترفين.

## ٣- المكان عموما يجب أن يستقبل فئات متنوعة من الجمهور:

١. يجب أن يكون هناك عادة جمهور متنوع في الموقع المختار أو حوله، في يوم وساعة العرض.
  ٢. أن يتضمن الجمهور – بقدر الإمكان – نساء ورجالا وأطفالا من خلفيات اجتماعية مختلفة.
٣. المناطق الحدودية (بين الأحياء) عادة ما تناسب هذا الغرض.

- اعتمادًا على الموقع ، علينا التفكير مليًا في عدد الأشخاص المدعويين للعروض. لا نريد أن نبدو كمن يغزو المكان، بل نريد معظم جمهورنا من المجتمع المحلي والمناطق المجاورة. يجب تبليغ كل أعضاء فريق العمل بذلك ، بحيث ننسق سويًا ولا نطغى على الجمهور الفعلي المستهدف، كل من يرغب بإحضار آخرين معه يحتاج أن ينسق مع مدير المشروع ومسؤول الاتصال.

## ٤- الفرصة الأكثر قابلية للنجاح ستكون لو قام المجتمع المحلي في المكان المختار بدعوة مؤسساتنا لتقديم العروض الفنية؛

١. عند إجراء استقصاء إلكتروني ينبغي أن تكون أسئلته من قبيل ما يلي: «هل تريدنا أن نؤدي عروضنا في حيكم؟ أين موقعكم في المحافظة؟» يجب ألا يتم إرسالنا إلى أي مكان وإنما إلى المنطقة التي يعيشون فيها ويعرفونها ، وحيث يمكنهم دعوة أقاربهم ومعارفهم. يمكننا أيضًا أن نسأل بشكل مباشرة: «هل تود أن يمر (اسم العرض)
٢. عليك وعلى عائلتك؟ أين توجد عائلتك في المحافظة؟» إن كانت هناك منظمات محلية محترمة مثل منظمات المجتمع المدني ونوادي الشباب في المنطقة ، سيكون من الجيد الاتصال من خلالهم وأن تأتينا الدعوة من طرفهم.

## ٥- يجب أن تغطي مجموعة مواقع العروض منطقة جغرافية واسعة وفئات اجتماعية عريضة

١. باعتبار منظور استهداف جمهور متنوع وإتاحة الوصول إلى فئات عريضة من المجتمع ، ينبغي تنفيذ بعض العروض في الأحياء الراقية حيث يقيم سكان الطبقات الاجتماعية الوسطى والراقية.
٢. أما من منظور اللامركزية ، فمن المفيد أن نستهدف مناطق أخرى غير وسط المدينة.
٣. أيضا من منظور اللامركزية ، من المفيد استهداف أحياء شعبية – مع العلم أن استخدام السيارة قد يكون صعبا بعض الشيء ، ولكن قد تكون هناك حلول محلية تأتي
٤. من «الشركاء الداعين» في الحي. ينبغي اختيار التوقيت المناسب وفقًا للجمهور المستهدف: على سبيل المثال ، بعد ساعات الدوام المدرسي مباشرة حيث الجمهور المستهدف تلاميذ المدارس.

## ٣- المشتريات والتسويق

١  
٢  
٣  
تتطلب الجولات قدرا كبيرا من  
الدعاية للوصول إلى مستهدفات  
الجمهور والتغطية الجغرافية  
والشهرة في المجتمع.

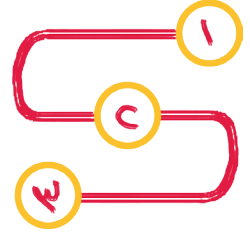
١. اطلب من الفنانين/الفرقة إرسال السيرة الذاتية الفنية  
وصور شخصية/جماعية.
٢. أرسل السيرة الذاتية للترجمة وتأكد من تدقيق ومراجعة  
النص بعد ذلك.
٣. أرسل نص النشرة الإعلانية والشعارات إلى المصمم  
المختص.
٤. تأكد من أن المصمم لديه كل عناصر هوية المشروع  
(الشعارات والخطوط الكتابية والألوان) وتقابل معه  
لمناقشة جميع التفاصيل والأفكار المقترحة التي تناسب

٥. هوية المؤسسة / المشروع.  
وفقا للائحة المشتريات بالمؤسسة ، إذا كانت تكلفة  
الطباعة تتجاوز (كذا) جنيه مصري، احرص أن يكون لديك  
عروض أسعار من ٣ مطابع على الأقل قبل الطباعة. ثم  
قدم بدراسة ومقارنة الجوانب المالية والفنية للعروض  
واختار المطبعة الأنسب.
٦. أرسل النشرة الإعلانية إلى المطبعة المختارة.
٧. تأكد من إرسال كل تفاصيل ومواصفات الطباعة إلى  
المطبعة:

- الشعارات والخطوط الكتابية (من باب  
الاحتياط)
- مواصفات الورق والحجم والوزن وعدد  
الألوان والكمية، الخ.
- الرموز الدقيقة لألوان الطباعة (يوفرها  
المصمم) حسب هوية المؤسسة /  
المشروع.
- اذهب بنفسك إلى المطبعة للإشراف  
على طباعة العينة والتوقيع بالموافقة  
عليها.
- في حالة استخدام منشورات اطلب من  
المصمم أن يذهب بنفسه للإشراف على  
عينات الطباعة.

## ٤- استخراج التصاريح

أداء العروض في أماكن عامة يستلزم تصريحاً من السلطات الرسمية. الإجراءات المذكورة هنا مبنية على تجربة شركة محطات ، لكنها لا تضمن الحصول على التصاريح المطلوبة نظراً لوجود العديد من المتغيرات غير الرسمية ، والاختلافات في إجراءات التصاريح وصنع القرار من محافظة أو سلطة محلية لأخرى. لذا يتوجب على المؤسسة البحث في تفاصيل الإجراءات المطلوبة وتحديد لها لكل جولة في وقت مبكر.

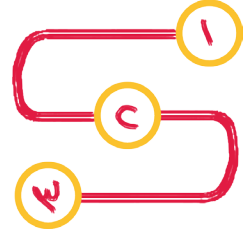


١. جهاز ملف الشركة/ المؤسسة (السجل التجاري أو المستندات القانونية الرسمية).
٢. ورقة توضيح الغرض من الشركة ورؤيتها ورسالتها وتفاصيل المشروع.
٣. جهاز خطابا بطلب التصريح يتضمن تفاصيل المواقع المختارة وتاريخ وتوقيت العمل الفني. يجب أن يوضح الخطاب أن الحدث لن يشغل طريقاً عاماً ولن يحتاج إلى استخدام معدات أو بنية تحتية خاصة.
٤. قدم الخطاب والملف إلى السلطة / الإدارة المحلية المختصة.
٥. أرفق بالخطاب صوراً فوتوغرافية من العروض السابقة كي تكون مرجعاً للسلطة المختصة، حيث إن كثيراً من مسؤولي وأفراد تلك السلطات لا يتعرضون للتجارب الفنية ومن المهم توضيح الغرض من العمل الفني المطلوب له

٦. التصريح. تقوم السلطة المحلية بإرسال الخطاب إلى مركز الشرطة التابعة له منطقة العمل المستهدفة ، والمركز يرسله إلى الإدارة المركزية التي تسعى للحصول على موافقة الجهات الأمنية.
٧. من المهم متابعة الخطوات السابقة من خلال إرسال منسق / متطوع مختار وموثوق لتلك المهمة.
٨. تحسباً لكل الظروف، من المهم البدء في عملية التصاريح قبل تاريخ الجولة بشهرين على الأقل.

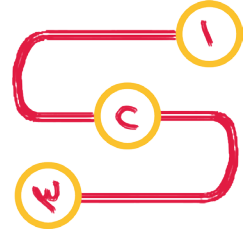
## ٥- تنفيذ وتوثيق الجولة الفنية

من المهم وضع خطة مسبقة ومثينة للانتقالات والإقامة والتسهيلات الأخرى، وتكون موفرة للتكاليف.



### قبل الجولة الفنية:

١. قم بترتيبات نقل أفراد المؤسسة والفنانين بين المدن/ المحافظات (احتفظ برقم هاتف السائق وتأكد من معرفته بجدول التحركات).
٢. قم بترتيبات وسائل النقل الإضافية إذا كانت هناك مواد إنتاج ثقيلة.
٣. جهز قائمة بمواد الإنتاج والطلبات الخاصة للفنانين (إضاءة، كشافات، ميكروفونات، أجهزة الصوتيات، الخ). تأكد من أن جميع نقاشات الطلبات والقرارات يتم توثيقها في محاضر/مذكرات وإرسالها بالبريد الإلكتروني لاحقاً.
٤. جهز جدول الجولات الفنية وشاركه مع فريق العمل بالمؤسسة والفنانين والمصورين عن طريق رسالة بريد إلكتروني جماعية لتعريف الجميع ببعضهم البعض. احرص أن يراعي الجدول أوقات الصلاة ومساحات راحة كافية للفنانين.
٥. حدّد اجتماعاً مع الفنانين وفريق المؤسسة لمناقشة الجدول الزمني، وتأكد من اتفاق الجميع على التفاصيل.
٦. حدد اجتماعاً مع فريق تطوير الأعمال لتقسيم المهام ووضع خطة عمل مبدئية.
٧. حدد اجتماعاً مع فريق المؤسسة لتوزيع مهام اللحظات الأخيرة، وتأكد من اتفاقهم جميعاً على المهام الموزعة ومعرفتهم بأدوارهم المطلوبة منهم.
٨. جهز نسخاً ورقية من الجدول الزمني للجولات.
٩. احجز أماكن الإقامة في المدن المستهدفة للجولات.
١٠. تأكد من اصطحاب عبوات مياه الشرب مع أفراد العمل أثناء الانتقال/السفر وأثناء الجولات الفنية.
١١. أرسل أسماء الفنانين إلى مسؤول المتابعة والتقييم.
١٢. أرسل أرقام هواتف وعناوين البريد الإلكتروني للفنانين إلى مسؤول الاتصالات والمشرف الإداري لإضافتها إلى قاعدة بيانات المؤسسة.
١٣. أرسل كتيب / وثيقة دليل المدينة (التي تم تطويرها مسبقاً بمساعدة مسؤول المشاركة المجتمعية أو المنسق المختص بالمدينة) إلى الفنانين وحرص على تحديثها دائماً بجميع الأماكن الجديدة وشرائح الأسعار وتوقعات الطقس وما إلى ذلك.
١٤. قم بتكليف أحد المتطوعين بدور «الساعي/المشغلاتي» – إذا لزم الأمر.
١٥. قم بالتنسيق مع أفراد الأمن – حسب الضرورة.
١٦. جهز كشوف تسجيل مشروحة جيداً.



## أثناء الجولة الفنية:

١. قم بدعوة متطوعين من المدينة المستهدفة وتحقق من مواعيد/أوقات توافرهم.
٢. احتفظ يوميا بمفكرة صغيرة تسجل فيها أبرز أحداث اليوم وما يحتاج للتعديل والأقوال والتعليقات. قم بتبليغ تلك الملاحظات والتأملات لفريق العمل وأشرِكهم واحصل على آرائهم وانطباعاتهم.
٣. سدد رسوم / أتعاب الإقامة والمصورين والمتطوعين (والأمن – إذا لزم الأمر).
٤. استعد بجهاز كمبيوتر أو وسيلة تخزين رقمية للحصول على الصور ومقاطع الفيديو من القائمين بالتوثيق المصور.

## الإعلام والصحافة والتوثيق:

١. اتصل بالمصورين وحدد مواعيد التقاط الصور.
  ٢. تأكد من أرقام / عناوين الاتصال لمصور الفيديو.
  ٣. اتصل بمندوبي وسائل الإعلام.
  ٤. إجراء جلسات توليد الأفكار (العصف الذهني) مع المصورين وإبرام الاتفاقات / العقود معهم.
  ٥. قم بتوزيع التفاصيل اللازمة على الرعاة الإعلاميين قبل الجولة الفنية بـ ١٠ أيام.
  ٦. قبل الجولة بأسبوع، قم بتوزيع نشرة إخبارية على وسائل الإعلام، وأعلن عن بدء الجولة لكل المعنيين.
  ٧. صمّم إعلانا صغيرا وأرسله قبل الجولة بـ ١٠ أيام إلى الراعي الإعلامي لينشره على موقعه الإلكتروني ، مع تحديد عدد مرات الظهور الإلكتروني المطلوبة الجولة (يفضل ذلك خلال فترة الدعاية – ٣ أسابيع)
  ٨. أثناء الجولة: تابع مع وسائل الإعلام والرعاة الإعلاميين ،
- واعرض استضافة أحدهم وتسهيل التقاط الصور والمواد الأخرى.
٩. بعد الجولة: تأكد من توثيق التغطيات الإعلامية في أرشيف، واحصل على تقرير الراعي الإعلامي بخصوص إحصائيات الظهور الإلكتروني للحدّث وما إلى ذلك.
  ١٠. انشر تحديثات مباشرة على إنستجرام وفيسبوك.
  ١١. انشر ألبوم الصور وقم بتحميل الفيديو النهائي على قنوات التواصل الاجتماعي وعلى الموقع الإلكتروني للمؤسسة.

<p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p>
<p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

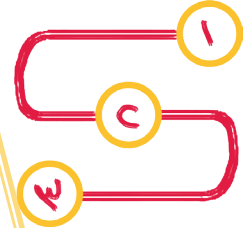
## خطة عمل فن الترانزيت

[illegible]

## ٦- التقييم النهائي

من المهم إكمال خطوة التقييم بعد انتهاء الجولة الفنية، من أجل تحديد الجوانب التي أنجزت بشكل جيد والجوانب المطلوب تحسينها.

الخطوات التالية مبنية على خبرة شركة محطات في تقييم مشروع «إتاحة الفن المعاصر»، والتي تتسق أيضا مع متطلبات الجهات المانحة.



١. أرسل الأرشيف الإعلامي إلى مسؤول المتابعة والتقييم.
٢. أرسل استمارة تقرير التقييم إلى الفنانين المشاركين، وسدد أتعابهم حين يستكملوها ويرسلوها إليك.
٣. قم بإجراء تقييم جماعي – بطريقة مجموعات التركيز – مع الفنانين وفريق العمل لمدارسة وتحليل نتائج التقرير.
٤. تابع وتأكد مع [مسؤول المحاسبة] من سداد الأتعاب في أوانها، في حال السداد النقدي ضع المال في مضاريف ولا تسدد للفنانين أمام بعضهم البعض.



فيما يلي نموذج  
التقييم التفصيلي:


عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
العرض الفني ومدى انتشاره	كم عدد العروض المنفذة؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كم عدد الأماكن التي تم تنفيذ العروض بها؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كم عدد الجمهور الذي حضر العرض؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كيف كانت تجربة الجمهور مع العروض المنفذة؟	مقابلات قصيرة / جمع الأقوال والتعليقات		مسؤول التقييم	
	كيف كانت تجربة الفنان/الفنانين مع العروض المنفذة؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب المطلوب تنفيذها بشكل مختلف في العروض القادمة؟	جلسة تجميع آراء في نهاية يوم كل عرض فني		الفنان ومدير المشروع	

عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
العرض البصري / المنصة الفنية ومدى الانتشار	كم عدد الساعات / الأيام التي عرضت فيها مخرجات الورشة الفنية البصرية؟	كشف تسجيل العرض البصري		منسق المشروع	
	كم عدد الأماكن التي تم تنفيذ العروض بها؟	كشف تسجيل العرض البصري		منسق المشروع	
	كم عدد الجمهور الذي حضر العرض؟	كشف تسجيل العرض البصري		منسق المشروع	
	كيف كانت تجربة الجمهور مع العرض / المنصة؟	مقابلات قصيرة / جمع الأقوال والتعليقات		منسق المشروع، مسؤول الإعلام	
	كيف كانت تجربة الفنان/ الفنانين مع العرض / المنصة؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب المطلوب تنفيذها بشكل مختلف في العروض القادمة؟	جلسة تجميع آراء في نهاية يوم كل عرض بصري		الفنان/ مدير العرض، مدير المشروع	
الانتشار الإعلامي	كم عدد الصحفيين الذين حضروا المؤتمرات الصحفية؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد المقالات المنشورة باللغة العربية؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد المقالات المنشورة باللغة الإنجليزية؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد مرات تغطية المشروع في التلفزيون/ الراديو؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد وسائل الإعلام التي غطت المشروع؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	

عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
المشروع ككل	ما النتائج التي حققناها حتى الآن؟ ما المشاكل التي تواجهنا؟ ما التغييرات التي أجريناها؟ ما المطلوب تغييره في مؤسستنا؟ ما العناصر التي تفلقنا؟	اجتماعات الفريق الأساسي كل شهر		مدير المشروع مع منسق المشروع	
	كيف كانت تجربة الأطراف المعنية (الفريق الأساسي، الممولين) مع المشروع؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب الممكن تنفيذها بشكل مختلف؟ ما الأفكار التي ظهرت ويمكن تطبيقها للمشاريع القادمة في (المنطقة)؟	أداة التقييم ضمن المقابلة		مسؤول التقييم	

# (اسم المؤسسة)

## فن الترانزيت تقرير التقييم النهائي

### الفهرس:

١. الملخص التنفيذي
  ٢. منهجية التقييم
  ٣. الجمهور
    - أ. إحصائيات الجمهور
    - ب. تفاعلات الجمهور
  ٤. تنظيم الجولة الفنية
    - أ. المواقع المختارة
    - ب. التشهيلات والإمدادات
    - ج. الأنشطة التنظيمية
    - د. الشركاء والمتطوعون
    - هـ. التصاريح والوضع الأمني
    - و. العلاقات العامة والتسويق
  ٥. الفنانين
    - أ. معلومات حول الفنانين
    - ب. آراء الفنانين
    - ج. انطباعات الفنانين عن الجولة
  ٦. بعض آراء الجمهور
  ٧. أبرز التحديات
  ٨. الفرص المطروحة
  ٩. التوصيات
- ملحقات**
- ملحق ١: أعضاء فريق المشروع
  - ملحق ٢: التغطية الإعلامية

# ١. الملخص التنفيذي


أبرز النتائج	الفصل
	الجمهور
	العمليات والأنشطة التنظيمية
	الفنانون
	آراء الجمهور
	أبرز التحديات
	الفرص المطروحة
	التوصيات

# ٢. منهجية التقييم

## ٣. الجمهور


١- إحصائيات الجمهور  
إحصاء عام:

إجمالي جمهور الحاضرين	عدد العروض الفنية	اسم المحافظة/المدينة
المجموع الكلي		


إحصاء مقسم:

المحافظة/المدينة	ذكور	إناث	أطفال
المجموع الكلي			

٢- تفاعلات الجمهور

## ٤. تنظيم الجولة الفنية


١- المواقع المختارة

المحافظة/المدينة	توقيت العرض الفني	الموقع	وصف الموقع والجمهور الحاضر وقت العرض	أفكار مطروحة

٢- التسهيلات والإمدادات

٣- الأنشطة التنظيمية

٤- الشركاء والمتطوعون

٥- التصاريح والوضع الأمني

٦- العلاقات العامة والتسويق

## ٥. الفنانون

أ. معلومات حول الفنانين  
ب. آراء الفنانين

ج. انطباعات الفنانين عن الجولة

٦. بعض آراء الجمهور

٧. أبرز التحديات

٨. الفرص المطروحة

٩. التوصيات

# الملحقات

ملحق ١: أعضاء فريق المشروع


ملحق ٢: التغطية الإعلامية

اسم الوسيلة الإعلامية	الرابط الإلكتروني	اللغة

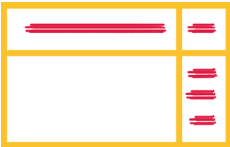
# تدبير التمويل اللازم

الجدول التالي يوضح الشكل المثالي لنواتج كل أنشطة تدبير الأموال للمؤسسة


التحاور	تكوين علاقات دائمة مع الشركاء تتسم بالانتظام والتشاركية والفاعلية
استعراض ملف المؤسسة	عرض المؤسسة وإمكاناتها وعناصرها على الشركاء (المحتملين) بصورة دقيقة ومختصرة ومتماسكة
الوثائق	تضمين مواد (فيديو، صور، الخ) عن المؤسسة في المراسلات والعروض الخاصة بطلب التمويل
الاستدامة	تتسم خطة التمويل الاستراتيجية بالرؤية المستقبلية المدروسة والعميقة
تحقيق الإيرادات	ضمان أن التكاليف الثابتة للمؤسسة يتم تغطيتها من مصادر دخل متنوعة ومستقلة
التعاون	عملية طلب وعرض الأموال تتسم بالشفافية والتشاركية والتبادلية



# عملية تدبير الأموال



المرحلة ٤ المتابعة (مسؤول التمويل أو مدير تطوير الأعمال)	المرحلة ٣ مراجعة وتنقيح المقترح (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)	المرحلة ٢ صياغة مقترح التمويل (مسؤول التمويل)	المرحلة ١ التحاور (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)	المرحلة التمهيدية الدراسة التحليلية (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)
يتم وضع علامة تنبيه على التاريخ المتوقع فيه الرد من الشريك/العميل، وذلك في مخطط المدة الزمنية لمقترح التمويل. المسؤول الذي فتح باب الاتصال مع الشريك/العميل هو الذي يتابع بشأن أي تأخيرات، كما يكون هو المسؤول عن تحديث ملف متابعة مقترح التمويل حسب ردود الشريك المرتقب	بمجرد الانتهاء من إعداد المقترح، يقوم المسؤول الذي فتح باب الاتصال مع الشريك/العميل المرتقب بإرسال المقترح في صيغته النهائية مع التأكد من إرسال كل المرفقات اللازمة / المطلوبة	حسب متطلبات وحجم المحتوى الخاص بمقترح التمويل، تكون عملية المراجعة والتنقيح مرتبطة بالمدة المتوقعة لعملية عرض المقترح. كذلك تتطلب هذه المرحلة الحصول على توصيات وموافقة مدير عام المؤسسة والتنسيق مع فريق العمليات	لمعتاد أن يتولى مسؤول التمويل إعداد كل مسودات مقترحات التمويل. لكن إذا رأي أحد أعضاء الفريق أن من العملي قيامه هو بالمهمة، يجب إبقاء مسؤول التمويل مطلعاً على المستجدات، بحيث يتولى مع مدير تطوير الأعمال تحرير المقترح وتوصياته	أيا كان السيناريو المتبع، يتم شرح المقترح وسياقه لمسؤول الخدمة (يقوم مدير تطوير الأعمال بالتحقق من القدرات والكوادر والتكاليف المطلوبة ثم يرسلها إلى مسؤول التمويل (٢) إصدار دعوة لتقديم عروض التمويل تتوافق مع برامج المؤسسة التي تتطلب تمويلاً (٣) يقوم مدير تطوير الأعمال أو مسؤول التمويل أو كلاهما بإعداد مقترحات لبرامج محددة تتطلب التمويل
على مدار مدة مقترح التمويل: يتم تحديث قائمة الشركاء/الداعمين، وتحديث محاضر النقاشات الأسبوعية وإطلاع الفريق على مستجدات مقترح التمويل وكذلك تحديث ملف متابعة تدبير الأموال.				

# أدوات تدبير الأموال

الجدول التالي عبارة عن قائمة متجددة للأدوات التي يمكن للمؤسسة استخدامها في إنجاح مقترحات تدبير الأموال


القسم الأول:

الوسائل/المنافذ	خارج المؤسسة
<ul style="list-style-type: none"><li>• كتالوج خدمات الشركة</li><li>• الموقع الإلكتروني للشركة</li><li>• منصات التمويل الجماعي</li><li>• خريطة تدبير الأموال (ألجوريذم)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• مناسبات تكوين شبكة العلاقات</li></ul>



١. شراكات حكومية (دولية)
٢. شركاء المرحلة التأسيسية
٣. الشراكة المؤسسية
٤. التمويل الخارجي الجماعي



محطات

الفنون



يعتبر مشروع إتاحة الفن المعاصر للجميع الإنجاز الأبرز لشركة محطات للفن المعاصر بدعم من مؤسسة دروسوس. محطات هي الشركة الوحيدة التي تم تأسيسها للترويج للفن في الأماكن العامة، حيث تركز على إتاحة الفن للمواطن المصري وإشراكه فيه. في هذا المشروع، قامت محطات بتنفيذ أنشطة لعرض الفنون على المواطنين من خلال تسع جولات فنية في أربع محافظات هي القاهرة ودمياط وبورسعيد والمنصورة، مع ستة عروض فنية في مجتمعين محليين بالقاهرة الكبرى. بالإضافة إلى ذلك، صممت شركة محطات ست ورش عمل تعليمية للفنانين الناشئين والهواة في كل من دمياط وبورسعيد والإسماعيلية.

تعتبر مجموعة الأدوات هذه أحد المنتجات النهائية للمشروع. وفيها نقدم إرشادات للفنانين الممارسين ومنتجي الفنون المهتمين بأنشطة تخطيط وتنفيذ التدخلات الفنية للجمهور العام. قمنا بتنظيم مجموعة الأدوات في ثلاث مكونات للمشروع: فن الترانزيت (الجولات الفنية) وتركز على تنظيم جولات فنية في عدة مواقع في آن واحد، أما عروض محطات الفنون (الفن المجتمعي) فتركز على تشجيع أعضاء المجتمعات المحلية للمشاركة في النشاط الفني، من خلال تعلم وممارسة وعرض أعمالهم الفنية في الأماكن العامة. المكون الثالث يتمثل في برامج «وجهًا لوجه» لتدريب وتعليم الفنانين الناشئين، مع التركيز على تحسين تقنيات مهاراتهم الفنية وقدراتهم على الأداء. أما الأنشطة التي يتداخل فيها مختلف أنواع التدخل الفني فسنعرضها في نهاية مجموعة الأدوات.



## حقيبة أدوات محطات الفنون

هذه الأدوات مصممة لكل من:

فناني المجتمعات المحلية والجمعيات  
الأهلية والأخصائيين الاجتماعيين وممارسي  
الفنون والمديرين الفنيين.

تشجع محطات للفنون الفنانين الهواة وسكان المجتمعات المحلية على المشاركة الفعالة في إنتاج قطعة فنية. حيث ينتج عن النشاط حوار فني غير رسمي يشارك فيه الكل من فنانين وغير فنانين وجمهور. تقدم محطات للفنون ورش عمل وتدخلات فنية تقوم على المشاركة المجتمعية حيث يشترك في تصميمها المجتمعات المحلية والسكان والمؤسسة، ويشتركون في إنشائها وتنفيذها بتوجيهات فنية من الفنانين. تكمن الفكرة في العمل على التصورات والقضايا التي تخص الحي وسكانه، وفي تعزيز الحوار الإبداعي الناتج عن اختلاف الثقافات باستخدام الوسائل الفنية. يتم ترك القطع الفنية التي شاركوا في إنشائها تحت تصرف الحي المعني وسكانه. سواء كانت مجموعة من القصص التي تم جمعها وتسجيلها أو لوحة جدارية كبيرة، كمثالين نذكرهما من ضمن الأعمال الفنية الممكنة.



يمكن التوجه للصفحات التالية للذهاب مباشرة إلى أقسام محددة:

١. تقييم احتياجات المجتمع.....ص٤
٢. اختيار الجمعية والمدرّب وموقع العرض.....ص٨
٣. تجهيزات محطة الفنون.....ص١٣
٤. التسهيلات والإمدادات.....ص١٥
٥. تنفيذ وتوثيق العرض والتغطية الإعلامية.....ص١٦
٦. التقييم النهائي.....ص١٩

# ١- تقييم احتياجات المجتمع

تقوم المؤسسة بمسح مختلف أحياء المدينة التي وقع عليها الاختيار وتلتقي بمختلف الجمعيات المحلية العاملة في تلك الأحياء مثل اللجان المحلية ونوادي الشباب والمنظمات غير الحكومية، وتشرع في المفاوضات. ثم تختار المؤسسة حياً واحداً وشريكاً واحداً أو اثنين من الشركاء في المنطقة لممارسة النشاط الفني. ويوضع تصور للتدخل الفني المطلوب بالتعاون مع الشركاء لتلبية احتياجات الحي/المجتمع المحلي.



## طريقة تقييم الاحتياجات

- التحضير للاجتماعات (بالمستندات والأدوات اللازمة)
- الملاحظة الحية للموقع (جولات تمشية)
- جمع الآراء (المقابلات)
- إصدار نتائج البحث (الإجراءات الفنية الإبداعية)

## أدوات وخطوات تقييم الاحتياجات

### ١. التجهيزات

- إعداد الدليل الإرشادي للمقابلات وجدول تجميع بيانات الجمعية المحلية قبل الزيارة الميدانية.
- التعرف على الجمعية المحلية بمصر عبر الإنترنت بالبحث – مثلاً – في Google و Yellow Pages.

### ٢. العمل الميداني

- تحديد أماكن الجمعيات أثناء التمشية وجمع العينات عن طريق المعارف
- إجراء مقابلات مع مسؤولي الجمعيات المحلية

### ٣. الدراسة التحليلية

- تنظيم وفهرسة البيانات باستخدام جدول بيانات الجمعية المحلية.
- تسجيل بيانات الجمعية كما ذكرها مسؤول الجمعية.
- مراجعة البيانات ومقارنة الأنشطة والشروط والعروض المتاحة لكل جمعية.
- تحديد التحديات والفرص والتوصيات النهائية لكل جمعية.
- مراجعة آراء وأفكار الزملاء المشاركين في البحث.
- تحديد أنسب جمعية للمشاركة في محطة الفنون.



# الدليل الإرشادي لمقابلات الجمعيات المحلية

## (بالعامية المصرية)



١. ممكن تحكي لنا تاريخ جمعيتكم؟
  ٢. ممكن تدينا فكرة عن رسالتكم وأهدافكم؟
  ٣. ممكن تقول لنا تفاصيل أكثر عن الأنشطة اللي بتقوموا بيها؟
  ٤. قول لنا أكثر عن المستفيدين من نشاطكم؟ مين هم؟ متوسط عددهم؟
  ٥. هل نشاطكم بيركز على ذكور فقط أو إناث فقط؟
  ٦. اشرح لنا أكثر عن المناطق اللي نشاطكم متركز فيها؟
  ٧. هل بتشتغلوا في [اسم المكان / الحي] تحديدًا؟ (لو الإجابة نعم..)
- ممكن تحكي لنا عن نشاطكم في [اسم المكان / الحي]؟
  - ممكن تقول لنا إيه الصعوبات أو التحديات اللي بتواجه الناس اللي عايزه تمارس الفن في [اسم المكان / الحي]؟
  - ممكن من خبرتك تقول لنا إيه اللي موجود في [اسم المكان / الحي] ممكن يساعد أي حد عايز يشتغل في مجال الفن هنا؟

٨. هل جمعيتكم بتهتم بالفنون عموماً؟



نعم

هل مارست أي عمل فني قبل كده؟



نعم



لا

انت مهتم بأي نوع  
من الفنون؟



لا

هل فيه من المستفيدين من نشاطك  
جمعيتكم أفراد مهتمين بالفنون؟



نعم

عندهم خبرة في  
مجال أو مجالات فنية  
معينة؟

- أنهى أعمال فنية؟
- هل اشتغلت فنون بصرية قبل كده؟

(يجب على من يجري المقابلة شرح  
مفهوم الفنون البصرية)

- هل تعاونت قبل كده مع أي  
جهة فنية؟ (لو الإجابة نعم..)  
احكي لنا عنها وعن التجربة  
معاهم

٩. هل جمعيتكم مهتمة بالتعاون مع مؤسساتنا في تنفيذ محطات فنون أو أنشطة فنية أخرى؟



نعم

- إيه هو شكل التعاون اللي انتم متصورينه؟
- إيه اللي ممكن تساهموا به في المشاركة الفنية دي؟  
أنشطة / معلومات / خامات / أدوات الخ



لا

عندكم أي توصيات لمؤسساتنا  
بخصوص تنفيذ النشاط الفني ده؟

في النهاية احنا بنشكركم على اهتمامكم بالمشاركة في المقابلة دي.

# استمارة بيانات الجمعية المحلية

(اسم الجمعية)	
	مجال النشاط
	العنوان
	اسم طرف الاتصال
	رقم الهاتف
	البريد الإلكتروني/ فيسبوك
	نبذة عن الجمعية
	تاريخ الجمعية
	رسالتها / رؤيتها
	أبرز الأنشطة
	أبرز المستفيدين من النشاط (بالأعداد)
	منطقة/مناطق النشاط
	الخبرات الفنية
	خبرات الفنون البصرية
	خبرات التعاون الفني السابقة
	نوع التعاون المحتمل مع مؤسساتنا
	توصيات لمؤسساتنا بخصوص هذا النشاط الفني

## ٢-اختيار الجمعية والمدرب وموقع العرض



### معايير اختيار الجمعية المحلية:

- الجمعية (الشريك المحلي) يجب أن يمتلك ملفاً تعريفياً موثقاً وموثوقاً به.
- الجمعية لديها رؤية ورسالة وأهداف تناسب [مؤسستنا].
- الجمعية لديها قيم وأهداف مشتركة مع [مؤسستنا].
- الجمعية لديها أو تسعى لتطوير برنامج توعوي من خلال نهج مجتمعي وفني.
- مقر الجمعية موجود في المنطقة / الأحياء المستهدفة.
- لدى الجمعية علاقات قوية بسكان المنطقة.
- يفضل أن تكون الجمعية مؤسسة في مجال تعليم أو تنمية الفنون.
- يفضل الحصول على توصيات للجمعية من شركاء مجربين وأهل ثقة أو – على الأقل – من ثلاثة أطراف مختلفة.



## معايير اختيار المدرب:

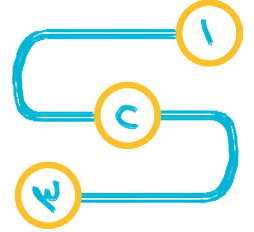
- أن يتمتع المدرب بخبرات ذات صلة بفنون الأماكن العامة
  - أو فنون المجتمعات المحلية. إذا لم يكن الأمر كذلك ،
  - يجب أن يبدي الإرادة والحماس اللازمين لتطوير ممارساته
  - في الأماكن العامة.
  - لديه رغبة في العمل بالمحافظات خارج القاهرة (المناطق
  - النائية).
  - أن يظهر القدر الكافي من الموثوقية والالتزام بالاتفاق
  - مع الجهة المنظمة.
  - لديه خبرة ذات صلة بمجال النشاط الفني المطلوب وخبرة
- بالعمل مع المجتمعات المحلية والمواطنين.
  - لديه خبرة جيدة في أنشطة التيسير والتدريب.
  - لديه القدرة على تقييم المشاركين وتزويدهم بآراء
  - وملاحظات بناءة.
  - يفضل أن يكون الفنان حاصلًا على مؤهل علمي مرتبط
  - بالفن.
  - يفضل الحصول على توصيات بالفنانين من شركاء
  - مجربين وأهل ثقة أو – على الأقل – من ثلاثة أطراف
  - مختلفة.

## التعاقد مع المدرب:

- يتم اختيار المدرب وفقا لنوع الفن وطريقة العمل
  - ومعايير أخرى. ويجب أن يكون اختيار المدرب أو التعاون
  - مع أي أطراف أخرى متسقا مع أهداف الورشة الفنية.
- يتم توقيع الاتفاقية مع الفنان (الفنانين) والبروتوكول
  - مع الشريك (إن وجد).

تنبيه: باعتبار مؤسستنا هي الجهة «المشتريّة»، نعتبر الفنان «مصدرا وحيدا للتوريد» وبالتالي لا يلزم الحصول على ثلاثة عروض أسعار كما هو العرف المتبع. أما في حال العمل مع مدرب آخر فنحتاج ثلاثة عروض أسعار إذا كانت الأتعاب/التكاليف تتجاوز مبلغ (كذا ج.م).

# معايير مقترحة لاختيار مكان العمل الفني:



## ١. سهولة الوصول إلى مكان العرض:

١. سيرا على الأقدام والكراسي المتحركة – إن أمكن.
٢. يرتاده العديد من الأشخاص ، كي يشعر الجمهور المتنوع بالترحيب. أن يكون وسطا، فلا يتسم بالازدحام الشديد في اليوم العادي ، ولا نجده خاليا من المارة سوى كل بضعة دقائق.
٣. بالسيارة/الشاحنة حتى نتمكن من نقل المعدات والأفراد إليه.
٤. بقدر الإمكان عدم وجود أسوار قريبة جدًا تفصل الفريق بعيدا عن الجمهور أو تمنع المارة المهتمين من الاقتراب.
٥. يجب أن يكون متسعا بما يكفي للمعدات المستخدمة فيمكن مثلا من ٥٠ إلى ١٠٠ شخص من الوقوف حولها دون تعطيل حركة المرور.
٦. أن يكون بجواره إمكانية ركن سيارات الفريق.

## ٢. ينبغي أن يكون مكان العرض الفني آمنا بالنسبة لفريق العمل وللجمهور:

١. يجب أن يحيط بالمكان «مخارج» للسيارة و«مخارج» للفريق.
٢. من الجيد وجود جدار/ حائط خلف المؤدين بحيث لا يشكل الجمهور دائرة كاملة حول الفريق.
٣. يجب أن يكون على مسافة آمنة من نقاط التفتيش العسكرية والمؤسسات العسكرية والشرطة ومؤسسات الخدمة السرية حيث إنها حاليا مستهدفة بالهجمات.
٤. لا ينبغي أن يكون قريبا من سفارات دول مثيرة للجدل مثل السفارة الأمريكية أو السفارة البريطانية.
٥. ينبغي أن تكون «المواقع الاحتياطية» قريبة من المكان مثل المقاهي أو رياض الأطفال أو المدارس أو نوادي الشباب أو الجمعيات المحلية. (ومع ذلك يفضل دعوة كبار شخصيات الحي مسبقا إلى الحدث ومحاولة تكوين صداقات معهم).
٦. بشكل عام ، يجب دعوة من يمثلون «مؤسسات الشارع» مثل الأكشاك والمقاهي والبوابين ومن إلى ذلك لحضور العرض.
٧. المكان ينبغي ألا تحيط به حركة مرور كثيفة وسريعة من

أجل سلامة الجمهور خاصة الأطفال ولتجنب الضوضاء  
المرتفعة أثناء العرض – شوارع مثل جامعة الدول العربية  
وطريق النصر ليست مناسبة.

أثناء العرض يجب أن يراعي مصورو الأفلام والفوتوغرافيا حساسية الموقف، فلا يستخدمون كاميرات خفية وفي نفس الوقت لا يحتلون المكان بمعداتهم. لا نريد للجمهور أن يعتقد أن فريق العمل يصور مشاهد من فيلم أو مسلسل. كذلك لا يجب أن يقف المصورون أمام الجمهور حتى يتمكن من الاستمتاع بالعرض.  
أثناء العروض يجب أن نتعامل بحرص وحذر مع أطقم التصوير التلفزيوني، لأن البعض منهم لا يراعي حساسية الموقف. يجب ألا يجلبوا معهم معدات فائقة كبيرة، وعندما يطلب منهم أفراد الأمن التوقف يجب أن يتوقفوا.  
في حال قام الفنانون أو مديرو العمل الفني بدعوة الإعلاميين فيجب أن يتم ذلك بالتنسيق مع منسق البرنامج، وعلى منسق البرنامج أن يشرح السياق للإعلاميين وكذلك ما نتوقعه منهم. من الممكن أيضا تزويدهم بمستجدات الأخبار.  
لا ينبغي على الفنانين إحضار كاميرات احترافية في الأيام التي نستعين فيها بمصورى الفوتوغرافيا / الأفلام المحترفين.

### ٣. المكان عموماً يجب أن يستقبل فئات متنوعة من الجمهور:

١. يجب أن يكون هناك عادة جمهور متنوع في الموقع المختار أو حوله، في يوم وساعة العرض.
٢. أن يتضمن الجمهور –بقدر الإمكان– نساء ورجالاً وأطفالاً
٣. المناطق الحدودية (بين الأحياء) عادة ما تناسب هذا من خلفيات اجتماعية مختلفة.
٤. الغرض.

اعتماداً على الموقع، علينا التفكير ملياً في عدد الأشخاص المدعويين للعروض. لا نريد أن نبذو كمن يغزو المكان، بل نريد معظم جمهورنا من المجتمع المحلي والمناطق المجاورة. يجب تبليغ كل أعضاء فريق العمل بذلك، بحيث ننسق سوياً ولا نطغى على الجمهور الفعلي المستهدف، كل من يرغب بإحضار آخرين معه يحتاج أن ينسق مع مدير المشروع ومسؤول الاتصال.

مواصفات المدرب

<div></div>	<div></div>
<div></div>	<div></div>

بيانات رئيسية	عدد المؤدين / المدربين	المواد المطلوبة	المعدات/ الأدوات المطلوبة	وسيلة الانتقال / النقل	هل يمكنه توفير المواد / المعدات؟
اسم المدرب / الفريق					
مسؤول الاتصال					
تاريخ تأسيس / بداية النشاط					
تاريخ آخر مرة تم توظيفه					
نوع العروض الفنية					
أسماء العروض					
					نعم / لا
					نعم / لا
					نعم / لا
					نعم / لا
آخر أجر يومي للفنان – تاريخه	من كذا إلى كذا جنيه مصري (التاريخ)				
السيرة الفنية باللغة الإنجليزية					
السيرة الفنية باللغة العربية					
روابط إلكترونية					
	تاريخ جمع البيانات: / /				



# أهداف الورشة التدريبية وجدول أعمالها المبدئي

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

أولاً: الهدف الأول / اليوم الأول      ثانياً: الهدف الثاني / اليوم الثاني.. إلخ

الساعة	المدة	النشاط	أسلوب العمل	تجهيزات مطلوبة	تحديات متوقعة	أسئلة مفتوحة
		افتتاحية				
		الختام				

الساعة	المدة	النشاط	أسلوب العمل	تجهيزات مطلوبة	تحديات متوقعة	أسئلة مفتوحة
		افتتاحية				
	٩٠ ق	ما سيتم تنفيذه (فكرة) / موضوع (نشاط)	كيف سيتم تنفيذه	خامات / مستلزمات مكتبية / مواد للقراءة .. إلخ		
		الختام				

## ٣- تجهيزات محطة القنوّ

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

### كشف حضور المتدربين

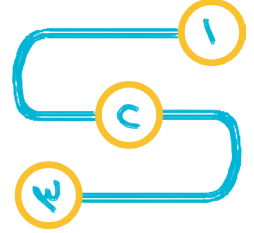
اسم المحافظة/المدينة					
اسم المتدرب	رقم موبايل	إيميل	اسم الورشة	اسم المدرب	ملاحظات

## تجهيزات المشتريات والتسويق



- في حال نشر إعلان إلكتروني على الإنترنت، أرسله قبل الورشة الفنية بـ ١٠ أيام إلى الموقع الناشر ، مع تحديد عدد مرات الظهور الإلكتروني المطلوبة للورشة (يفضل ذلك خلال فترة الدعاية – ٣ أسابيع)
- أرسل نص النشرة الإعلانية والشعارات إلى المصمم المختص.
- تأكد من أن المصمم لديه كل عناصر هوية المشروع (الشعارات والخطوط الكتابية والألوان) وتقابل معه لمناقشة جميع التفاصيل والأفكار المقترحة التي تناسب هوية المؤسسة / المشروع.
- وفقاً للائحة المشتريات بالمؤسسة ، إذا كانت تكلفة الطباعة تتجاوز (كذا) جنيه مصري، احرص أن يكون لديك عروض أسعار من ٣ مطابع على الأقل قبل الطباعة. ثم
- قدم بدراسة ومقارنة الجوانب المالية والفنية للعروض واختر المطبعة الأنسب.
- أرسل النشرة الإعلانية إلى المطبعة المختارة.
- تأكد من إرسال كل تفاصيل ومواصفات الطباعة إلى المطبعة:
- الشعارات والخطوط الكتابية (من باب الاحتياط)
- مواصفات الورق والحجم والوزن وعدد الألوان والكمية، الخ.
- الرموز الدقيقة لألوان الطباعة (يوفرها المصمم) حسب هوية المؤسسة / المشروع.
- اذهب بنفسك إلى المطبعة للإشراف على طباعة العينة والتوقيع بالموافقة عليها.
- في حالة استخدام منشورات اطلب من المصمم أن يذهب بنفسه للإشراف على عينات الطباعة.
- أرسل نسخ النشرة النهائية إلى الجمعية المحلية لتتولى توزيعها.

## ٤. التسهيلات والإمدادات



يحتاج تنظيم محطة فنون  
ناجحة إلى خطوات عديدة  
أهمها ما يلي:

١. قم بترتيبات نقل أفراد المؤسسة والمدرسين بين المدن/  
المحافظات (احتفظ برقم هاتف السائق وتأكد من  
معرفته بجدول التحركات).
٢. قم بترتيبات نقل أفراد المؤسسة والفنانين داخل المدينة.
٣. جهز قائمة بالأدوات والتجهيزات اللازمة لمقر الورشة  
(أجهزة بروجكتور، كراسي، طاولات، لوحات ودفاتر كتابية،  
أقلام كتابية، الخ).
٤. تأكد من اتفاق الجميع (الإدارة والمدرسين) على التفاصيل  
واطلاعهم عليها، مثل الجدول الزمني والأدوات المشتراة  
والتسهيلات الأخرى.
٥. احجز مكان التدريب (لو خارج الحي المستهدف) وتأكد من  
كتابة عقد أو اتفاقية بالتفاصيل.
٦. احجز أماكن الإقامة للمسافرين.
٧. جهز قائمة بالخامات المطلوبة للورشة والعمل الفني.
٨. للاحتياط أحضر معك باستمرار أدوات المكتب لحالات  
الطوارئ، مثل مكبرات الصوت وأجهزة العرض الصغيرة  
ووسائل إضاءة وأجهزة الحاسب وشواحن وأسلاك  
ومقابس إضافية، الخ
٩. قم بشراء الخامات المطلوبة للورشة والعمل الفني.
١٠. أرسل أسماء المشاركين إلى مسؤول المتابعة والتقييم.
١١. أرسل أرقام هواتف وعناوين البريد الإلكتروني للمشاركين
١٢. إلى مسؤول الاتصالات لإضافتها إلى قاعدة بيانات  
المؤسسة.
١٣. تأكد من إعادة تصميم وتهيئة النماذج الورقية والمادة  
التدريبية لتلائم موضوع الورشة، مع تضمين شعارات  
المشروع والمؤسسة والعناوين الرئيسية الخ.
١٤. أرسل كتيب / وثيقة دليل المدينة (التي تم تطويرها  
مسبقاً بمساعدة مسؤول المشاركة المجتمعية أو  
المنسق المختص بالمدينة) إلى المدرسين واحرص على  
تحديثها دائماً بجميع الأماكن الجديدة وشرائح الأسعار  
وتوقعات الطقس وما إلى ذلك.
١٥. قم بتكليف أحد المتطوعين بدور «الساعي/المشهلتي»  
– إذا لزم الأمر.
١٦. تأكد من نظافة مكان الورشة، احضر مبكراً عن الآخرين  
للتأكد من جاهزية كل التجهيزات المطلوبة (أدوات  
ومرافق، مثل نظافة الحمامات، الخ).
١٧. قم بشراء أو طلب توصيل الأطعمة وأدوات الأكل  
والمشرب (غلاية، أكواب، ملاعق، صحن، الخ)
١٨. تنبيه: قم بالشراء من الموردين الذين يصدرون فواتير بيع.  
اعقد اتفاقاً مع بقالة أو مطعم قريب لتوفير الوجبات  
الخفيفة أثناء راحات الورشة. حاول مراعاة توفير الوجبات  
الصحية بقدر الإمكان (موردين يصدرون فواتير ويوفرون

معجنات وعصائر وأطعمة محلية طازجة).

١٩. جهر اجتماعا تمهيدا بين الفريق والمدرسين لمناقشة تفاصيل الورشة. تأكد من أن جميع نقاشات الطلبات والقرارات يتم توثيقها في محاضر/مذكرات وإرسالها بالبريد الإلكتروني لاحقاً.

٢٠. اطلع نسخ كشوف حضور الورشة.

٢١. جهر جدول أعمال الورشة وأرسله بعد المناقشات النهائية إلى كل أفراد العمل والمدرسين.

٢٢. احصل من مسؤول التقييم والمتابعة على نسخ تقييم الورشة (قبل وبعد) لكل من المدرسين والمتدربين.

## ٥. تنفيذ وتوثيق محطة الفنون والتغطية الإعلامية



### التنفيذ:

- راجع المدرسين للتأكد إن كانت هناك متطلبات/مهام إنتاج فني
- اطلب من الجمعية المحلية ترشيح متطوعين، وإلا فقم بدعوة متطوعين من المدينة المستهدفة وتحقق من مواعيد/أوقات توافرهم.
- احتفظ يوميا بمفكرة صغيرة تسجل فيها أبرز أحداث اليوم وما يحتاج للتعديل والأقوال والتعليقات. قم بتبليغ تلك الملاحظات والتأملات لفريق العمل وأشرکہم واحصل على آرائهم وانطباعاتهم.
- سدد رسوم الإقامة وإيجار المكان ومكافآت المتطوعين.
- استعد بجهاز كمبيوتر أو وسيلة تخزين رقمية للحصول على الصور ومقاطع الفيديو من القائمين بالتوثيق المصور.

## نواتج محطة الفنون:

- يجب تقديم نواتج محطة الفنون بداخل المجتمع المحلي المستهدف (الحي / المكان العام)
  - إذا كانت النواتج تتضمن استعراضا فنيا في أماكن عامة، يجب الحصول على تصاريح من السلطات المحلية . .
  - الإجراءات المذكورة هنا مبنية على تجربة شركة محطات ،
١. جهاز ملف الشركة/ المؤسسة (السجل التجاري أو المستندات القانونية الرسمية).
  ٢. ورقة توضح الغرض من الشركة ورؤيتها ورسالتها وتفاصيل المشروع.
  ٣. جهاز خطابا بطلب التصريح يتضمن تفاصيل المواقع المختارة وتاريخ وتوقيت العمل الفني. يجب أن يوضح الخطاب أن الحدث لن يشغل طريقا عاما ولن يحتاج إلى استخدام معدات أو بنية تحتية خاصة.
  ٤. قدم الخطاب والملف إلى السلطة / الإدارة المحلية المختصة.
  ٥. أرفق بالخطاب صورًا فوتوغرافية من العروض السابقة كي تكون مرجعا للسلطة المختصة، حيث إن كثيرا من مسؤولي وأفراد تلك السلطات لا يتعرضون للتجارب الفنية ومن المهم توضيح الغرض من العمل الفني المطلوب له التصريح.
  ٦. تقوم السلطة المحلية بإرسال الخطاب إلى مركز الشرطة التابعة له منطقة العمل المستهدفة ، والمركز يرسله

لكنها لا تضمن الحصول على التصاريح المطلوبة نظرا لوجود العديد من المتغيرات غير الرسمية ، والاختلافات في إجراءات التصاريح وصنع القرار من محافظة أو سلطة محلية لأخرى. لذا يتوجب على المؤسسة البحث في تفاصيل الإجراءات المطلوبة وتحديثها لكل جولة في وقت مبكر.

٧. إلى الإدارة المركزية التي تسعى للحصول على موافقة الجهات الأمنية.
٨. من المهم متابعة الخطوات السابقة من خلال إرسال منسق / متطوع مختار وموثوق لتلك المهمة.
٨. تحسبا لكل الظروف، من المهم البدء في عملية التصاريح قبل تاريخ الجولة بشهرين على الأقل.

# الإعلام والصحافة والتوثيق

- اتصل بالمصورين وحدد مواعيد التقاط الصور.
- قم بالترتيب مع مندوبي وسائل الإعلام لتغطية الورشة.
- قم بتوزيع التفاصيل اللازمة على الرعاة الإعلاميين قبل المحطة الفنية بـ ١٠ أيام.
- قبل تنفيذ المحطة بأسبوع، قم بتوزيع نشرة إخبارية على وسائل الإعلام، وأعلن عن بدء الورشة لكل المعنيين.
- أثناء الورشة: تابع مع وسائل الإعلام والرعاة الإعلاميين، واعرض استضافة أحدهم وتسهيل التقاط الصور والمواد الدعائية الأخرى.

فيما يلي نموذج خطة العمل التي يمكن الاستفادة بها للتأكد من متابعة واستكمال كل خطوات العمل:



## خطة عمل محطات الفنون

تم	الإدارة/ الوظيفة الإجراء/ المهمة	تاريخ التنفيذ المتوقع	الشخص المسؤول	أفراد الفريق	الوضع الحالي/ ملاحظات

# ٦- التقييم النهائي

من المهم إكمال خطوة التقييم بعد انتهاء المحطة الفنية، من أجل تحديد الجوانب التي أنجزت بشكل جيد والجوانب المطلوب تحسينها. الخطوات التالية مبنية على خبرة شركة محطات، كما تتوافق مع متطلبات الجهات المانحة.


عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
ورشة التصوير الفوتوغرافي	كم عدد من حضروا الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	كم كان عدد ساعات الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	ما هي توقعات المشاركين في بداية الورشة؟	استمارة تقييم المشاركين		المنسق المحلي	
	أين سمع/ عرف المشاركون بالورشة؟ عن طريق من؟	استمارة تقييم المشاركين		المنسق المحلي	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع الورشة؟	شهادات المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظرهم؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظر المدرب؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	كيف كانت تجربة المشاركين بالنسبة لعملية التوثيق؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين		مسؤول التقييم	

عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
ورشة المسرح	كم عدد من حضروا الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	كم كان عدد ساعات الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	ما هي توقعات المشاركين في بداية الورشة؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	أين سمع/عرف المشاركون بالورشة؟ عن طريق من؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع الورشة؟	شهادات المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظرهم؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين ٢		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظر المدرب؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
ورشة الفنون البصرية	كم عدد من حضروا الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	كم كان عدد ساعات الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	ما هي توقعات المشاركين في بداية الورشة؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	أين سمع/عرف المشاركون بالورشة؟ عن طريق من؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع الورشة؟	شهادات المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظرهم؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين ٢		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظر المدرب؟	مقابلة		مسؤول التقييم	



عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
التفاعلات على الإنترنت	كم عدد المدونات التي نشرت على موقع المشروع؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كم عدد المشاهدات التي حصدها موقع المشروع؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كم عدد أعضاء المشرفين الفنيين النشطين في تحديث المدونة؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كم عدد المستخدمين المعنيين الأعضاء في مجموعة فيسبوك الحصرية؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	هل كانت المجموعة نشطة ومتفاعلة؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كيف كانت تجربة أعضاء المجموعة مع التفاعلات الحاصلة؟	استبيان الفيسبوك/ النقاشات على الإنترنت/ شهادات من الأعضاء		مسؤول التقييم	
العرض الفني ومدى انتشاره	كم عدد العروض المنفذة؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كم عدد الأماكن التي تم تنفيذ العروض بها؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كم عدد الجمهور الذي حضر العرض؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع العروض المنفذة؟	مناقشات مجموعة التركيز / أقوال المشاركين		مسؤول التقييم	
	كيف كانت تجربة الجمهور مع العروض المنفذة؟	مقابلات قصيرة / جمع الأقوال والتعليقات		مسؤول التقييم	
	كيف كانت تجربة المدرب مع العروض المنفذة؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب المطلوب تنفيذها بشكل مختلف في العروض القادمة؟	جلسة قصيرة لتجميع الآراء في نهاية يوم كل عرض فني		المدرب ومدير المشروع	

عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
العرض البصري / المنصة الفنية ومدى الانتشار	كم عدد الساعات / الأيام التي عرضت فيها مخرجات الورشة الفنية البصرية؟	كشف تسجيل العرض البصري		منسق المشروع	
	كم عدد الأماكن التي تم تنفيذ العروض بها؟	كشف تسجيل العرض البصري		منسق المشروع	
	كم عدد الجمهور الذي حضر العرض؟	كشف تسجيل العرض البصري		منسق المشروع	
	كيف كانت تجربة الجمهور مع العرض / المنصة؟	مقابلات قصيرة / جمع الأقوال والتعليقات		منسق المشروع، مسؤول الإعلام	
	كيف كانت تجربة الفنان/ الفنانين مع العرض / المنصة؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب المطلوب تنفيذها بشكل مختلف في العروض القادمة؟	جلسة تجميع آراء في نهاية يوم كل عرض بصري		الفنان/ مدير العرض، مدير المشروع	
الانتشار الإعلامي	كم عدد الصحفيين الذين حضروا المؤتمرات الصحفية؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد المقالات المنشورة باللغة العربية؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد المقالات المنشورة باللغة الإنجليزية؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد مرات تغطية المشروع في التلفزيون/ الراديو؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	
	كم عدد وسائل الإعلام التي غطت المشروع؟	سجل التغطية الإعلامية		مسؤول الإعلام	

عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
المشروع ككل	ما النتائج التي حققناها حتى الآن؟ ما المشاكل التي تواجهنا؟ ما التغييرات التي أجريناها؟ ما المطلوب تغييره في مؤسستنا؟ ما العناصر التي تقلقنا؟	اجتماعات الفريق الأساسي كل شهر		مدير المشروع مع منسق المشروع	
	كيف كانت تجربة الأطراف المعنية (الفريق الأساسي، الممولين) مع المشروع؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب الممكن تنفيذها بشكل مختلف؟ ما الأفكار التي ظهرت ويمكن تطبيقها للمشاريع القادمة في (المنطقة)؟	أداة التقييم ضمن المقابلة		مسؤول التقييم	

# (اسم المؤسسة)

## محطات الفنون

### تقرير التقييم النهائي

#### الفهرس:

##### ١. مقدمة

- تعريف بالمشروع
- تعريف بمحطات الفنون
- تعريف بـ (الورشة/النشاط الفني)

##### ٢. شركاء ومدرّبو محطة الفنون

- (الجهة الشريكة)

##### ٣. التقييم

- منهجية التقييم
- تقييم الورشة
- الحضور
- نواتج الورشة
- محتوى الورشة
- العرض المصاحب للورشة
- تقييم الحدث الجماهيري
- الحضور
- اشتراك المجتمع
- تقييم الشراكة

- (اسم الجهة الشريكة)

- (اسم المدرّب)

##### ٤. التسهيلات والجدول الزمني

##### ٥. العلاقات العامة

##### ٦. أبرز التحديات

##### ٧. الفرص المطروحة

##### ٨. التوصيات

##### الملحقات

- قصص النجاح
- الأطراف المشاركة، المدرّبون، سفراء النشاط
- كشوف الحضور
- صور توضيحية لورشة العمل



## ١. مقدمة

- تعريف بالمشروع
- تعريف بمحطات الفنون
- تعريف بـ (الورشة/النشاط الفني)

## ٢. شركاء ومدربو محطة الفنون

- (الجهة الشريكة)
- (الجهة الشريكة)

## ٣. التقييم

### منهجية التقييم

استخدمنا الأدوات التالية لتقييم الورشة

- تقييم ورشة العمل
- كشوف الحضور
- تقرير التقييم النهائي من المدرب
- تقرير التقييم النهائي من الجهة الشريكة
- سجلات الورشة

## تقييم الورشة

- الحضور
- نواتج الورشة
- محتوى الورشة
- العرض المصاحب للورشة

## تقييم الحدث الجماهيري

- الحضور
- اشتراك المجتمع
- قصص عن الناس / رواها الناس

تقييم الشراكة

- (اسم الجهة الشريكة)

يوضح الجدول التالي خطوات التعاون الفعلية  
المنفذة بالمقارنة مع الخطة الموضوعة  
مسبقا للتعاون بشأن تنفيذ الورشة الفنية.


تقييم الاحتياجات قبل الورشة		أنشطة التعاون الفعلية
نوع التعاون المتوقع مع مؤسستنا		
توصية الجهة الشريكة لمؤسستنا بخصوص تنفيذ النشاط		


- (اسم المدرب)

يوضح الجدول التالي خطوات التعاون الفعلية  
المنفذة بالمقارنة مع الخطة الموضوعة  
مسبقا للتعاون بشأن تنفيذ الورشة الفنية.


تقييم الاحتياجات قبل الورشة		أنشطة التعاون الفعلية
نوع التعاون المتوقع مع مؤسستنا		
توصية الجهة الشريكة لمؤسستنا بخصوص تنفيذ النشاط		

- ٤. التسهيلات والجدول الزمني
- ٥. العلاقات العامة
- ٦. أبرز التحديات
- ٧. الفرص المطروحة
- ٨. التوصيات





## الملحقات

- قصص النجاح 
- الأطراف المشاركة، المدربون، سفراء النشاط 
- كشوف الحضور 

ترقيم	الاسم	السن	العنوان	أيام الحضور
١				
٢				
٣				

- صور توضيحية لورشة العمل

## تدبير التمويل اللازم

الجدول التالي يوضح الشكل المثالي لنواتج كل أنشطة تدبير الأموال للمؤسسة	
	
	
	

التحاور	تكوين علاقات دائمة مع الشركاء تتسم بالانتظام والتشاركية والفاعلية
استعراض ملف المؤسسة	عرض المؤسسة وإمكاناتها وعناصرها على الشركاء (المحتملين) بصورة دقيقة ومختصرة ومتناسكة
الوثائق	تضمين مواد (فيديو، صور، إلخ) عن المؤسسة في المراسلات والعروض الخاصة بطلب التمويل
الاستدامة	تتسم خطة التمويل الاستراتيجية بالرؤية المستقبلية المدروسة والعميقة
تحقيق الإيرادات	ضمان أن التكاليف الثابتة للمؤسسة يتم تغطيتها من مصادر دخل متنوعة ومستقلة
التعاون	عملية طلب وعرض الأموال تتسم بالشفافية والتشاركية والتبادلية

# عملية تدبير الأموال



المرحلة ٤ المتابعة (مسؤول التمويل أو مدير تطوير الأعمال)	المرحلة ٣ مراجعة وتنقيح المقترح (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)	المرحلة ٢ صياغة مقترح التمويل (مسؤول التمويل)	المرحلة ١ التحاور (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)	المرحلة التمهيدية الدراسة التحليلية (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)	
يتم وضع علامة تنبيه على التاريخ المتوقع فيه الرد من الشريك/العميل، وذلك في مخطط المدة الزمنية لمقترح التمويل. المسؤول الذي فتح باب الاتصال مع الشريك/العميل هو الذي يتابع بشأن أي تأخيرات، كما يكون هو المسؤول عن تحديث ملف متابعة مقترح التمويل حسب ردود الشريك المرتقب	بمجرد الانتهاء من إعداد المقترح، يقوم المسؤول الذي فتح باب الاتصال مع الشريك/العميل المرتقب بإرسال المقترح في صيغته النهائية مع التأكد من إرسال كل المرفقات اللازمة / المطلوبة	حسب متطلبات وحجم المحتوى الخاص بمقترح التمويل، تكون عملية المراجعة والتنقيح مرتبطة بالمدة المتوقعة لعملية عرض المقترح. كذلك تتطلب هذه المرحلة الحصول على توصيات وموافقة مدير عام المؤسسة والتنسيق مع فريق العمليات	لمعتاد أن يتولى مسؤول التمويل إعداد كل مسودات مقترحات التمويل. لكن إذا رأي أحد أعضاء الفريق أن من العملي قيامه هو بالمهمة، يجب إبقاء مسؤول التمويل مطلعاً على المستجدات، بحيث يتولى مع مدير تطوير الأعمال تحرير المقترح وتوصياته	أيا كان السيناريو المتبع، يتم شرح المقترح وسياقه لمسؤول التمويل ثم مناقشته بشأن العناصر التالية: <ul style="list-style-type: none"><li>• الممولون/الشركاء</li><li>• الاعتبارات الأخلاقية والقانونية</li><li>• محتوى المقترح</li><li>• مدة إجراءات عرض المقترح</li><li>• القدرات المتاحة</li><li>• الاتساق مع أهداف المؤسسة</li></ul>	هناك ثلاثة سيناريوهات لبدء تدبير الأموال: (١) مقترح تقديم الخدمة (يقوم مدير تطوير الأعمال بالتحقق من القدرات والكوادر والتكاليف المطلوبة ثم يرسلها إلى مسؤول التمويل (٢) إصدار دعوة لتقديم عروض التمويل تتوافق مع برامج المؤسسة التي تتطلب تمويلاً (٣) يقوم مدير تطوير الأعمال أو مسؤول التمويل أو كلاهما بإعداد مقترحات لبرامج محددة تتطلب التمويل
على مدار مدة مقترح التمويل: يتم تحديث قائمة الشركاء/الداعمين، وتحديث محاضر النقاشات الأسبوعية وإطلاع الفريق على مستجدات مقترح التمويل وكذلك تحديث ملف متابعة تدبير الأموال.					



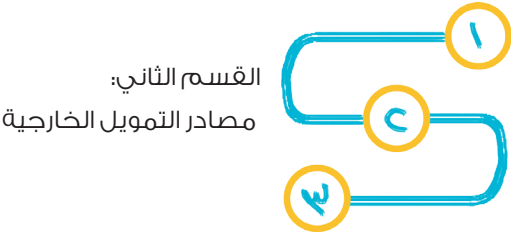
# أدوات تدبير الأموال

الجدول التالي عبارة عن قائمة متجددة  
للأدوات التي يمكن للمؤسسة استخدامها  
في إنجاح مقترحات تدبير الأموال



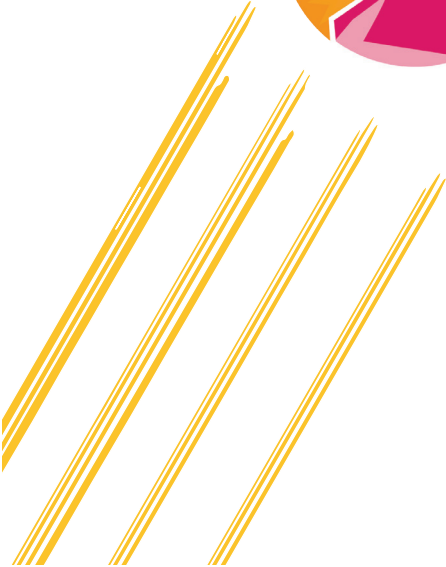
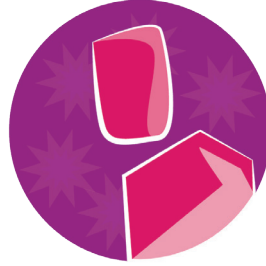
القسم الأول:

الوسائل/المنافذ	خارج المؤسسة
<ul style="list-style-type: none"><li>• كتالوج خدمات الشركة</li><li>• الموقع الإلكتروني للشركة</li><li>• منصات التمويل الجماعي</li><li>• خريطة تدبير الأموال (ألجوريذم)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• مناسبات تكوين شبكة العلاقات</li></ul>



١. شراكات حكومية (دولية)
٢. شركاء المرحلة التأسيسية
٣. الشراكة المؤسسية
٤. التمويل الخارجي الجماعي

# ويبر لوجه



يعتبر مشروع إتاحة الفن المعاصر للجميع الإنجاز الأبرز لشركة محطات للفن المعاصر بدعم من مؤسسة دروسوس. محطات هي الشركة الوحيدة التي تم تأسيسها للترويج للفن في الأماكن العامة، حيث تركز على إتاحة الفن للمواطن المصري وإشراكه فيه. في هذا المشروع، قامت محطات بتنفيذ أنشطة لعرض الفنون على المواطنين من خلال تسع جولات فنية في أربع محافظات هي (القاهرة، دمياط، بورسعيد، والمنصورة)، مع ستة عروض فنية في مجتمعين محليين بالقاهرة الكبرى. بالإضافة إلى ذلك، صممت شركة محطات ست ورش عمل تعليمية للفنانين الناشئين والهواة في كل من دمياط وبورسعيد والإسماعيلية.

تعتبر مجموعة الأدوات هذه أحد المنتجات النهائية للمشروع. وفيها نقدم إرشادات للفنانين الممارسين ومنتجي الفنون المهتمين بأنشطة تخطيط وتنفيذ التدخلات الفنية للجمهور العام. قمنا بتنظيم مجموعة الأدوات في ثلاث مكونات للمشروع: فن الترانزيت (الجولات الفنية) وتركز على تنظيم جولات فنية في عدة مواقع في آن واحد، أما عروض محطات الفنون (الفن المجتمعي) فتركز على تشجيع أعضاء المجتمعات المحلية للمشاركة في النشاط الفني، من خلال تعلم وممارسة وعرض أعمالهم الفنية في الأماكن العامة. المكون الثالث يتمثل في برامج «وجهًا لوجه» لتدريب وتعليم الفنانين الناشئين، مع التركيز على تحسين تقنيات مهاراتهم الفنية وقدراتهم على الأداء. أما الأنشطة التي يتداخل فيها مختلف أنواع التدخل الفني فسنعرضها في نهاية مجموعة الأدوات.



## حقيقية أدوات وجهراً لوجه

هذه الأدوات مصممة لكل من:

محترفي التعليم ومدرربي الأنشطة الفنية  
ومديري الأنشطة الفنية.

تتكون برامج «وجهًا لوجه» من ورش عمل ومحاضرات فنية وإدارية للفنانين الناشئين. المدة المعتادة للورشة من أسبوع إلى ١٠ أيام. تهدف ورش العمل إلى تطوير المهارات الفنية والإدارية للفنانين الناشئين وإعطائهم المزيد من الاحتكاك والتجربة مع الفنانين المحترفين في مجالات اهتمامهم.

فيما يلي توضيح منهجية تخطيط وتنفيذ ورش العمل أو الأنشطة التعليمية الفنية



يمكن التوجه للصفحات التالية للذهاب مباشرة إلى أقسام محددة:

١. تقييم احتياجات الفنانين.....ص٤
٢. اختيار المدربين.....ص٧
٣. تجهيزات الورشة التدريبية.....ص٩
٤. التسهيلات والإمدادات.....ص١١
٥. التنفيذ والتوثيق والتغطية الإعلامية.....ص١٢
٦. التقييم النهائي.....ص١٤

# ١- تقييم احتياجات الفنانين

- تتمثل أول خطوة في تحديد احتياجات وألويات الفنانين الناشئين في المجتمع المستهدف أو المدينة المستهدفة.

## منهجية التقييم:

- تقييم احتياجات الفنانين التدريبية في (المنطقة)
- التعرف على التحديات والمشاكل التي تواجه الفنانين في (المنطقة)
- إنشاء قاعدة بيانات للفنانين في (المنطقة)

## يتم استخدام الأدوات التالية لتقييم احتياجات الفنانين الناشئين في (المنطقة):

- استبيان يحتوي على أسئلة مفتوحة ومغلقة (نسخة مطبوعة + على الإنترنت)
- مناقشات جماعية مع الفنانين في موضوع محدد
- مقابلات غير رسمية مع [الشركاء المحليين].
- الملاحظات والأفكار الشخصية.

شارك في هذا التقييم للاحتياجات عدد # فنان باستخدام الاستبيان الموضح أدناه، وعدد # فنان عبر المناقشات الجماعية.

تنبيه: لا يجوز اشتراك نفس الفنان في كل من الاستبيان والمناقشات الجماعية.

# استبيان تقييم احتياجات الفنانين بـ [ المنطقة ]

لن يتم استخدام المعلومات التي ستشاركها بها لأي غرض آخر وستبقى سرية علماً بأننا قد نتصل بك لعمل مقابلة شخصية معك من أجل تقييم أكثر عمقاً للاحتياجات.

نحن ندعوك لملاء هذا الاستبيان لتقديم صورة عامة عن الاحتياجات الفنية والإدارية الخاصة بالفنانين في [ المنطقة ]، وأيضاً توضيح التحديات التي تواجههم في مجال عملهم. ستساعدنا إجاباتك أن نحسن نوعية الدورات التدريبية التي ستنظمها الجهة الفنية مستقبلاً للفنانين والعاملين بمجال الثقافة في [ المنطقة / المحافظة ].



## بيانات عامة

- الاسم :
- رقم الهاتف :
- البريد الإلكتروني :
- موقع إلكتروني / صفحة فيس بوك :
- مدينة الإقامة :
- الوظيفة :
- العمر :
- أ: تحت ١٨
- ب: ١٨-٢٥
- ج: ٢٦-٣٥
- د: ٣٦-٥٥
- ما نوع الفن الذي تمارسه؟
- اذكر خبراتك السابقة كفنان أو عامل في مجال الثقافة؟

## تقييم التحديات في مجال الفن في [ المنطقة ]

- ١. هل يواجه الفنانون مشاكل في تقديم فنونهم؟

- أ: دائماً
- ب: في كثير من الأحيان
- ج: في بعض الأحيان
- د: أبداً

برجاء توضيح السبب:

- ٢. هل يواجه الفنانون مشاكل في الدعاية لفنونهم؟

أ: دائما  
ب: في كثير من الأحيان  
ج: في بعض الأحيان  
د: أبدا

برجاء توضيح السبب:

- ٣. ما هي التحديات الأساسية التي يتعرض لها الفنانون في [ المنطقة ]؟
- ٤. ما هي الاحتياجات العامة فيما يخص الفن والثقافة في [ المنطقة ]؟

### تقييم خاص بالمهارات الإدارية والفنية التي يحتاجها الفنانون في [ المنطقة ]

- ١. ما هي المهارات الإدارية التي يحتاجها الفنانون والعاملون في مجال الثقافة في [ المنطقة ]؟  
(برجاء ذكر ثلاث مهارات على الأقل)

- ٢. أي نوع من ورش العمل الفنية التي تحتاجها في حالة قبولك كمشارك؟ (يمكنك اختيار أكثر من نوع)

- |            |              |                            |
|------------|--------------|----------------------------|
| • الكتابة  | • التمثيل    | • أوريغامي                 |
| • الموسيقى | • الإخراج    | • أخرى (برجاء تحديد النوع) |
| • الرسم    | • الماريونيت |                            |
| • التصوير  | • كولاغ      |                            |

### توصيات للمؤسسة

- ١: كيف تعرفت على أنشطة المؤسسة؟

أ: فيس بوك  
ب: الإنترنت  
ت: من خلال صديق  
ث: شاركت في أنشطة المؤسسة في الأماكن العامة  
ج: أخرى – برجاء ذكرها:

- ٢: إذا كنت قد تعرفت من قبل على أنشطة المؤسسة فما هو النشاط الأكثر نجاحا التي قدمته المؤسسة في [ المنطقة ] ولماذا؟

- ٣: من وجهة نظرك ، كيف يمكن تحسين أنشطة المؤسسة في [ المنطقة ]؟

### تعليقات أخرى - إن وجدت

نشكرك على وقتك وتعاونك معنا لاستيفاء هذا الاستبيان!



## أسئلة المناقشات الجماعية

- تاريخ انعقاد المجموعة
- مكان انعقاد المجموعة
- موضوع النقاش
- اسم كاتب الجلسة

### (بالعامية المصرية)

- ١. احكي لنا عن خبرتك في المجال؟
- ٢. إيه أهم الصعوبات اللي بتقابل الفنانين في (المنطقة)
- ٣. عموما عشان ينشروا الفن بتاعهم؟
- ٤. من وجهة نظرك إيه الحلول الممكنة للتغلب على الصعوبات دي؟
- ٥. إيه أهم الفرص الموجودة في (المنطقة) عشان الفنان يقدر ينشر الفن بتاعه عن طريقها؟
- ٦. عندك فكرة إيه أكثر نوع فن ممكن سكان (المنطقة)
- ٧. يكونوا مهتمين بيه؟
- ٨. إيه نوع التدريب اللي محتاجينه الفنانين في (المنطقة)
- ٩. عشان ينشروا الفن؟
- ١٠. ممكن تقول لنا على أفراد أو أصدقاء أو معارف تانيين مهتمين بالفن في (المنطقة)؟

## ٢- معايير اختيار المدرب

بناء على الاحتياجات المحددة، ينبغي البحث عن عدد من المدربين واختيار أحدهم أو بعضهم على أساس المعايير التالية:



- المدرب لديه خبرة ذات صلة بمجال النشاط الفني المطلوب، وخبرة بالعمل مع المجتمعات المحلية والمدنية.
- لديه خبرة جيدة في أنشطة التيسير والتدريب.
- لديه رغبة تعليم الغير ويتصف بالتواضع.
- لديه رغبة في العمل بالمحافظات خارج القاهرة (المناطق النائية).
- لديه القدرة على تقييم المشاركين وتزويدهم بأراء وملاحظات بناءة.
- يفضل الحصول على توصيات بالفنانين من شركاء مجربين وأهل ثقة أو – على الأقل – من ثلاثة أطراف مختلفة.

# مواصفات المدرب

<div></div>	<div></div>
<div></div>	<div></div>

اسم المدرب / الفريق	بيانات رئيسية	عدد المؤدين / المدربين	المواد المطلوبة	المعدات / الأدوات المطلوبة	وسيلة الانتقال / النقل	هل يمكنه توفير المواد / المعدات؟
مسؤول الاتصال						
تاريخ تأسيس / بداية النشاط						
تاريخ آخر مرة تم توظيفه						
نوع العروض الفنية						
أسماء العروض						
						نعم / لا
						نعم / لا
						نعم / لا
						نعم / لا
آخر أجر يومي للفنان – تاريخه	من كذا إلى كذا جنيه مصري (التاريخ)					
السيرة الفنية باللغة الإنجليزية						
السيرة الفنية باللغة العربية						
روابط إلكترونية						
	تاريخ جمع البيانات: / /					

# أهداف الورشة التدريبية وجدول أعمالها المبدئي

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

## أولاً: الهدف الأول / اليوم الأول

## ثانياً: الهدف الثاني / اليوم الثاني.. إلخ

الساعة	المدة	النشاط	أسلوب العمل	تجهيزات مطلوبة	تحديات متوقعة	أسئلة مفتوحة
		افتتاحية				
	٩٠ ق	ما سيتم تنفيذه (فكرة) / موضوع / نشاط	كيف سيتم تنفيذه	خامات / مستلزمات مكتبية / مواد للقراءة إلخ..		
		الختام				

الساعة	المدة	النشاط	أسلوب العمل	تجهيزات مطلوبة	تحديات متوقعة	أسئلة مفتوحة
		افتتاحية				
		الختام				

## ٣- تجهيزات الورشة التدريبية

### خطوات تقدم المشاركين للدورة

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

الخطوة	المسؤول	المدة الزمنية
وأرسل الرابط الإلكتروني إلى المدرب «Google Forms»، أنشئ استمارة تسجيل باستخدام	منسق المشروع	٣ أسابيع قبل بدء الورشة
جهز قائمة توزيع استمارات الالتحاق (بالمنطقة) بما فيها النوادي والمراكز الثقافية	منسق المشروع والمتطوعون	أسبوعان قبل بدء الورشة
اطبع نسخ استمارة الالتحاق ووزعها في كل الأماكن المحتمل أن يتجمع فيها المشاركون المهتمون	منسق المشروع والمتطوعون	أسبوعان قبل بدء الورشة

## كشف حضور المتدربين

اسم المحافظة/المدينة					
اسم المتدرب	رقم موبايل	إيميل	اسم الورشة	اسم المدرب	ملاحظات

## تجهيزات المشتريات والتسويق

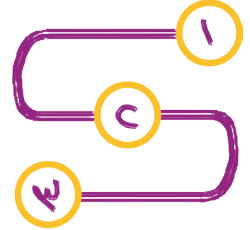


المطبعة:

- الشعارات والخطوط الكتابية (من باب الاحتياط)
- مواصفات الورق والحجم والوزن وعدد الألوان والكمية، الخ.
- الرموز الدقيقة لألوان الطباعة (يوفرها المصمم) حسب هوية المؤسسة / المشروع.
- اذهب بنفسك إلى المطبعة للإشراف على طباعة العينة والتوقيع بالموافقة عليها.
- في حالة استخدام منشورات اطلب من المصمم أن يذهب بنفسه للإشراف على عينات الطباعة.

- احصل على صورة شخصية وسيرة ذاتية للمدرب
- في حال نشر إعلان إلكتروني على الإنترنت، أرسله قبل الورشة الفنية بـ ١٠ أيام إلى الموقع الناشر، مع تحديد عدد مرات الظهور الإلكتروني المطلوبة للورشة (يفضل ذلك خلال فترة الدعاية – ٣ أسابيع)
- أرسل نص النشرة الإعلانية والشعارات إلى المصمم المختص.
- تأكد من أن المصمم لديه كل عناصر هوية المشروع (الشعارات والخطوط الكتابية والألوان) وتقابل معه لمناقشة جميع التفاصيل والأفكار المقترحة.
- وفقاً للائحة المشتريات بالمؤسسة، إذا كانت تكلفة الطباعة تتجاوز (كذا) جنيه مصري، احرص أن يكون لديك عروض أسعار من ٣ مطابع على الأقل قبل الطباعة. ثم قم بدراسة ومقارنة الجوانب المالية والفنية للعروض واختر المطبعة الأنسب.
- أرسل النشرة الإعلانية إلى المطبعة المختارة.
- تأكد من إرسال كل تفاصيل ومواصفات الطباعة إلى

# ٤- تنظيم وتيسير الورشة التدريبية



من الضروري تجهيز مقر الورشة وباقي الترتيبات بالشكل الأمثل للملائم لطبيعة الورشة التدريبية وغرضها واحتياجات المدربين وراحة المشاركين.

١. قم بترتيبات نقل أفراد المؤسسة والمدربين بين المدن/ المحافظات (احتفظ برقم هاتف السائق وتأكد من معرفته بجدول التحركات).
٢. قم بترتيبات نقل أفراد المؤسسة والمدربين داخل المدينة.
٣. جهز قائمة بالأدوات والتجهيزات اللازمة لمقر الورشة (أجهزة بروجكتور، كراسي، طاولات، لوحات ودفاتر كتابة، أقلام كتابة، الخ).
٤. تأكد من اتفاق الجميع (الإدارة والمدربين) على التفاصيل وإطلاعهم عليها، مثل الجدول الزمني والأدوات المشتركة والتيسيرات اللوجستية الأخرى.
٥. احجز مكان التدريب وتأكد من كتابة عقد أو اتفاقية بالتفاصيل.
٦. احجز أماكن الإقامة للمسافرين.
٧. جهز قائمة بالخدمات المطلوبة للورشة التدريبية.
٨. للاحتياط أحضر معك باستمرار أدوات المكتب لحالات الطوارئ، مثل مكبرات الصوت وأجهزة العرض الصغيرة ووسائل إضاءة وأجهزة الحاسب وشواحن وأسلاك ومقابس إضافية، الخ.
٩. قم بشراء الخدمات المطلوبة للورشة.
١٠. أرسل أسماء المشاركين إلى مسؤول المتابعة والتقييم.
١١. أرسل أرقام هواتف وعناوين البريد الإلكتروني للمشاركين إلى مسؤول الاتصالات لإضافتها إلى قاعدة بيانات المؤسسة.

١٢. أرسل بريدًا إلكترونيًا جماعيًا إلى المشاركين والمدربين لتعريفهم ببعضهم البعض وتأسيس العلاقة مبكرًا ولتوزيع المادة التدريبية.
١٣. تأكد من إعادة تصميم وتهيئة النماذج الورقية والمادة التدريبية لتلائم موضوع الورشة، مع تضمين شعارات المشروع والمؤسسة والعناوين الرئيسية الخ.
١٤. أرسل كتيب / وثيقة دليل المدينة (التي تم تطويرها مسبقًا بمساعدة مسؤول المشاركة المجتمعية أو المنسق المختص بالمدينة) إلى المدربين واحرص على تحديثها دائمًا بجميع الأماكن الجديدة وشرائح الأسعار وتوقعات الطقس وما إلى ذلك.
١٥. قم بتكليف أحد المتطوعين بدور «الساعي» - إذا لزم الأمر.
١٦. تأكد من نظافة مكان الورشة، احضر مبكرًا عن الآخرين للتأكد من وجود كل التجهيزات المطلوبة (أدوات ومرافق، مثل نظافة الحمامات، الخ).
١٧. قم بشراء أو طلب توصيل الأطعمة وأدوات الأكل والشرب (غلاية، أكواب، ملاعق، صحن، الخ).
١٨. تنبيه، قم بالشراء من الموردين الذين يصدرون فواتير بيع ضريبة.
١٩. اعقد اتفاقًا مع بقالة أو مطعم قريب لتوفير الوجبات الخفيفة أثناء راحات الورشة. حاول مراعاة توفير الوجبات الصحية بقدر الإمكان (موردين يصدرون فواتير ويوفرون معجنات وعصائر وأطعمة محلية طازجة).

٢٠. جهز اجتماعا تمهيديا بين الفريق والمدرسين لمناقشة تفاصيل الورشة. تأكد من أن جميع نقاشات الطلبات والقرارات يتم توثيقها في محاضر/مذكرات وإرسالها بالبريد الإلكتروني لاحقا.
٢١. اطبع نسخ كشوف حضور الورشة.
٢٢. جهز جدول أعمال الورشة وأرسله بعد المناقشات النهائية

٢٣. يمكنك إرفاق جدول أعمال الورشة التدريبية كي ترجع إليه الأطراف المعنية.
٢٤. اطبع جدول الورشة وانسخه.
٢٥. احصل من مسؤول التقييم والمتابعة على نسخ تقييم الورشة (قبل وبعد) لكل من المدرسين والمتدربين.

## ٥- تنفيذ وتوثيق الورشة والتغطية الإعلامية



### التنفيذ:

- راجع المدرسين للتأكد إن كانت هناك متطلبات/مهام «إنتاج فني»
- قم بدعوة متطوعين من المدينة المستهدفة وتحقق من مواعيد/أوقات توافرهم.
- جهز شهادات تخريج المتدربين.
- اطبع الشهادات واكتب عليها أسماء المشاركين وتأكد من توقيعها بواسطة إدارة المؤسسة والمدرسين.
- احتفظ يوميا بمفكرة صغيرة تسجل فيها أبرز أحداث
- اليوم وما يحتاج للتعديل والأقوال والتعليقات. قم بتبليغ تلك الملاحظات والتأملات لفريق العمل وأشرکہم واحصل على آرائهم وانطباعاتهم.
- سدد رسوم الإقامة وإيجار المكان ومكافآت المتطوعين.
- استعد بجهاز كمبيوتر أو وسيلة تخزين إلكترونية للحصول على الصور ومقاطع الفيديو من القائمين بالتوثيق المصور.

### الإعلام والصحافة والتوثيق:

- اتصل بالمصورين وحدد مواعيد التقاط الصور.
- قم بالترتيب مع مندوبي وسائل الإعلام لتغطية الورشة.
- قم بتوزيع التفاصيل اللازمة على الرعاة الإعلاميين قبل بدء الورشة بـ ١٠ أيام.
- قبل تنفيذ الورشة بأسبوع، قم بتوزيع نشرة إخبارية على وسائل الإعلام، وأعلن عن بدء الورشة لكل المعنيين.
- أثناء الورشة: تابع مع وسائل الإعلام والرعاة الإعلاميين، واعرض استضافة أحدهم وتسهيل التقاط الصور والمواد

- وجود نموذج خطة عمل سوف  
يسهل مسألة تنظيم الأنشطة  
وتوزيع المسؤوليات على فريق العمل.

[illegible]

# ٦- التقييم النهائي

من المهم إكمال خطوة التقييم بعد انتهاء التدريبات، من أجل تحديد الجوانب التي أنجزت بشكل جيد والجوانب المطلوب تحسينها. الخطوات التالية مبنية على خبرة شركة محضات، كما تتوافق مع متطلبات الجهات المانحة.


عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
ورشة التصوير الفوتوغرافي	كم عدد من حضروا الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	كم كان عدد ساعات الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	ما هي توقعات المشاركين في بداية الورشة؟	استمارة تقييم المشاركين		المنسق المحلي	
	أين سمع/عرف المشاركون بالورشة؟ عن طريق من؟	استمارة تقييم المشاركين		المنسق المحلي	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع الورشة؟	شهادات المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظرهم؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظر المدرب؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	كيف كانت تجربة المشاركين بالنسبة لعملية التوثيق؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين		مسؤول التقييم	



عنصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
ورشة المسرح	كم عدد من حضروا الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	كم كان عدد ساعات الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	ما هي توقعات المشاركين في بداية الورشة؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	أين سمع/عرف المشاركون بالورشة؟ عن طريق من؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع الورشة؟	شهادات المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظرهم؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين ٢		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظر المدرب؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
ورشة الفنون البصرية	كم عدد من حضروا الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	كم كان عدد ساعات الورشة؟	كشف حضور الورشة		المنسق المحلي	
	ما هي توقعات المشاركين في بداية الورشة؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	أين سمع/عرف المشاركون بالورشة؟ عن طريق من؟	استمارة تقييم المشاركين ١		المنسق المحلي	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع الورشة؟	شهادات المشاركين		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظرهم؟	مناقشات مجموعة التركيز / استمارة تقييم المشاركين ٢		مسؤول التقييم	
	ما المهارات/الخبرات الجديدة التي اكتسبها المشاركون – من وجهة نظر المدرب؟	مقابلة		مسؤول التقييم	

عناصر التقييم	السؤال	أدوات المتابعة والتقييم	ملاحظات	المسؤول عن تجميع الإجابات	الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم
التفاعلات على الإنترنت	كم عدد المدونات التي نشرت على موقع المشروع؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كم عدد المشاهدات التي حصدها موقع المشروع؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كم عدد أعضاء المشرفين الفنيين النشطين في تحديث المدونة؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كم عدد المستخدمين المعنيين الأعضاء في مجموعة فيسبوك الحصرية؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	هل كانت المجموعة نشطة ومتفاعلة؟	سجل الموقع الإلكتروني		مسؤول مواقع التواصل الاجتماعي	
	كيف كانت تجربة أعضاء المجموعة مع التفاعلات الحاصلة؟	استبيان الفيسبوك / النقاشات على الإنترنت / شهادات من الأعضاء		مسؤول التقييم	
العرض الفني ومدى انتشاره	كم عدد العروض المنفذة؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كم عدد الأماكن التي تم تنفيذ العروض بها؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كم عدد الجمهور الذي حضر العرض؟	كشف تسجيل العرض الفني		منسق المشروع	
	كيف كانت تجربة المشاركين مع العروض المنفذة؟	مناقشات مجموعة التركيز / أقوال المشاركين		مسؤول التقييم	
	كيف كانت تجربة الجمهور مع العروض المنفذة؟	مقابلات قصيرة / جمع الأقوال والتعليقات		مسؤول التقييم	
	كيف كانت تجربة المدرب مع العروض المنفذة؟	مقابلة		مسؤول التقييم	
	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب المطلوب تنفيذها بشكل مختلف في العروض القادمة؟	جلسة قصيرة لتجميع الآراء في نهاية يوم كل عرض فني		المدرب ومدير المشروع	

## (اسم المؤسسة)

# وجهها لوجه

## تقرير التقييم النهائي

### الفهرس:

#### ١. مقدمة

- المشهد الفني والثقافي في مصر
- القطاع الثقافي في مصر
- المشهد الثقافي في (المنطقة)
- تعريف بالمشروع
- تعريف بـ ورشة (الاسم) التدريبية

#### ٨. خلاصة التقييم

- نظرة عامة على تنفيذ الورشة
- نظرة عامة على تقييم المدربين
- نظرة عامة على تقييم المشاركون
- مقارنة النتائج الفعلية بخطة الورشة

#### ٩. التوصيات

- توصيات بخصوص تنفيذ ورشة التدريب في المستقبل
- توصيات بخصوص عمل (المؤسسة) في (المنطقة) مستقبلا

#### ملحق ١

#### ملحق ٢

#### ٢. منهجية التقييم

#### ٣. محتوى ونتائج ورشة التدريب

#### ٤. التحديات والفرص

#### ٥. التيسيرات اللوجستية والجدول الزمني

#### ٦. أداء المدرب

- السيرة الذاتية للمدرب/المدربين
- تقييم المشاركين للمدرب
- تقييم ورشة التدريب

#### ٧. المشاركون

- كشف الحضور
- أداء المشاركين والتوصيات الخاصة بمشاريعهم



## ١. مقدمة

## ٢. منهجية التقييم

- استمارة تقييم الأداء والتطور المهاري
- استمارة تقييم نمو المدرب وتطوره
- كشف الحضور
- المقابلات
- سجل الورشة
- تجميع الآراء
- التقرير

## ٣. محتوى ونتائج ورشة التدريب

- الأهداف التعليمية المحددة
- المحتوى المحدد
- نتائج الورشة

## ٤. التحديات والفرص

## ٥. التيسيرات اللوجستية والجدول الزمني

## ٦. أداء المدربين

- السيرة الذاتية للمدرب/المدربين
- تقييم المشاركين للمدرب
- تقييم ورشة التدريب

## ٧. المشاركون

- اختيار المشاركين
- حالة الحضور

ترقيم	الاسم	الحضور		
		تاريخ	تاريخ	تاريخ
١				
٢				
٣				

- أداء المشاركين والتوصيات الخاصة بمشاريعهم

[illegible]

## أ. التقييم

ب. توصيات المدربين بخصوص (مشاريع المشاركين)

بواسطة المدرب		بواسطة المتدرب	عنصر التقييم
بعد الورشة	أثناء الورشة	أثناء الورشة	
			تقييم الأداء
			الحضور
			إنجاز المهام
			تقييم التطور المهارى
			تطور اكتساب المهارة
			توقعات النجاح بعد الورشة

التوصية	عنصر التقييم
	الأداء
	التطور المهاري
	أمور يؤديها المتدرب بشكل إيجابي
	أمور يحتاج المتدرب أن يؤديها بشكل مختلف
	توصيات للمستقبل
	ملاحظات أخرى

٨. خلاصة التقييم

- نظرة عامة على تنفيذ الورشة
- نظرة عامة على تقييم المدربين
- نظرة عامة على تقييم المشاركين
- مقارنة النتائج الفعلية بخطة الورشة

٩. التوصيات

- توصيات بخصوص تنفيذ ورشة التدريب في المستقبل
- توصيات بخصوص عمل (المؤسسة) في (المنطقة) مستقبلا

الملحقات

- ملحق ١

نموذج التقييم الذي استخدمه المشاركون  
تقييم أداء المدربين و جودة الورشة


أ. تقييم المدرب

القدرات	ممتاز	جيد	متوسط	بحاجة للمزيد من التدريب
«مهارات العرض والتقديم (التحدث بوضوح- التواصل عن طريق العينين مع كل المتدربين-وضوح التعليمات-التحدث بسرعة مناسبة-مهارات الاستماع-استخدام التكنولوجيا-احترام المتدربين)				
فاعلية التدريب (التنظيم-المعلومات-القدرة على التكيف بتعديل الموضوع بناء على الاسئلة-التيسير-استخدام طرق مختلفة للشرح)				
التخطيط (التعريف بأهداف الورشة-استخدام أنشطة وتدريبات مناسبة-مشاركة معلوماته)				

ب. تقييم الورشة

- ما هو تقييمك للمحاضرة بشكل عام ؟  
(أ) ممتاز  
(ب) جيد  
(ت) مقبول  
(ث) بحاجة إلى تحسين (يرجاء ذكر السبب)

• ملحق ٢

نموذج تقييم المشاركين الذي استخدمه المدرب

معيار تقييم أداء الفنان الناشئ و تقييم تطوره المهارى

يستخدم هذا المعيار مرتين مع المشاركين، في منتصف ورشة العمل، وبعد الورشة مباشرة، والهدف هو تشجيع تأمل الذات وعلى الأخص التقييم المشترك بالتعاون مع المدرب، كما يهدف أيضا إلى تيسير استمرارية عملية التعلم والتطوير والتي سوف تُستكمل بعد انتهاء ورشة العمل.


أ. تقييم الاداء

تقييم الأداء	أداء سيء	أداء متوسط	أداء جيد	ممتاز
الحضور	تغيب الفنان على الأقل عن نصف جلسات ورشة العمل بدون سابق إنذار	تغيب الفنان عن بعض جلسات ورشة العمل	الفنان يحضر غالبية جلسات ورشة العمل	حضر الفنان جميع جلسات ورشة العمل
المشاركة	الفنان نادراً ما يستمع بإنصات أو يشارك في المناقشات أو الأنشطة	يقوم الفنان بالإنصات جيداً وأحياناً ما يشارك في المناقشات والأنشطة في الفصل وأحياناً لا يشارك فيها	غالباً ما يقوم الفنان بالاستماع جيداً ويشارك في المناقشات والأنشطة	دائماً ما يستمع الفنان بشكل جيد ويشارك بأفكاره في المناقشات والأنشطة
استكمال الواجبات	لا يستكمل الفنان واجباته غالبية الأحيان، وعندما يفعل فإنه لا يسلمها في وقتها	في بعض الأحيان يستكمل الفنان واجباته في الوقت المحدد، وفي بعض الأحيان ما يكون هناك تأخير أو غياب	الفنان يقدمه واجباته في الوقت المطلوب فيما عدا بعض الاستثناءات النادرة	دائماً ما يستكمل الفنان الواجبات في الوقت المحدد
الأداء العام	أداء سيء	أداء متوسط	أداء جيد	أداء ممتاز


## ب. تقييم التقدم

تقديم ممتاز	تقديم جيد	تقديم متوسط	لم يحقق أي تقدم	تقييم التقدم الذي تم تحقيقه
				لتطور في اكتساب المهارات الإدارية (من حيث استيعاب و تطبيق المفاهيم والآليات الرئيسية التي يتم تدريسها في ورشة العمل )
				مؤشرات المستقبل بعد ورشة العمل
				(من حيث القدرة على استخدام هذه المهارات بعد ورشة العمل)
تقديم ممتاز	تقديم جيد	تقديم متوسط	لم يحقق أي تقدم	الأداء العام

## تدبير التمويل اللازم

الجدول التالي يوضح الشكل المثالي لنواتج كل أنشطة تدبير الأموال للمؤسسة


تكوين علاقات دائمة مع الشركاء تتسم بالانتظام والتشاركية والفاعلية	التحاور
عرض المؤسسة وإمكاناتها وعناصرها على الشركاء (المحتملين) بصورة دقيقة ومختصرة ومتماسكة	استعراض ملف المؤسسة
تضمين مواد (فيديو، صور، الخ) عن المؤسسة في المراسلات والعروض الخاصة بطلب التمويل	الوثائق
تتسم خطة التمويل الاستراتيجية بالرؤية المستقبلية المدروسة والعميقة	الاستدامة
ضمان أن التكاليف الثابتة للمؤسسة يتم تغطيتها من مصادر دخل متنوعة ومستقلة	تحقيق الإيرادات
عملية طلب وعرض الأموال تتسم بالشفافية والتشاركية والتبادلية	التعاون



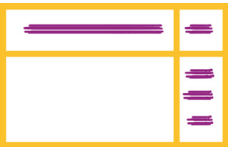
# عملية تدبير الأموال



المرحلة ٤ المتابعة (مسؤول التمويل أو مدير تطوير الأعمال)	المرحلة ٤ اللمسات النهائية (مسؤول التمويل أو مدير تطوير الأعمال)	المرحلة ٣ مراجعة وتنقيح المقترح (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)	المرحلة ٢ صياغة مقترح التمويل (مسؤول التمويل)	المرحلة ١ التحاور (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)	المرحلة التمهيدية الحراسة التحليلية (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)
يتم وضع علامة تنبيه على التاريخ المتوقع فيه الرد من الشريك/العميل، وذلك في مخطط المدة الزمنية لمقترح التمويل. المسؤول الذي فتح باب الاتصال مع الشريك/العميل هو الذي يتابع بشأن أي تأخيرات، كما يكون هو المسؤول عن تحديث ملف متابعة مقترح التمويل حسب ردود الشريك المرتقب	بمجرد الانتهاء من إعداد المقترح، يقوم المسؤول الذي فتح باب الاتصال مع الشريك/العميل المرتقب بإرسال المقترح في صيغته النهائية مع التأكد من إرسال كل المرفقات اللازمة / المطلوبة	حسب متطلبات وحجم المحتوى الخاص بمقترح التمويل، تكون عملية المراجعة والتنقيح مرتبطة بالمدة المتوقعة لعملية عرض المقترح. كذلك تتطلب هذه المرحلة الحصول على توصيات وموافقة مدير عام المؤسسة والتنسيق مع فريق العمليات	لمعتقد أن يتولى مسؤول التمويل إعداد كل مسودات مقترحات التمويل. لكن إذا رأي أحد أعضاء الفريق أن من العملي قيامه هو بالمهمة، يجب إبقاء مسؤول التمويل مطلعاً على المستجدات، بحيث يتولى مع مدير تطوير الأعمال تحرير المقترح وتوصياته	أيا كان السيناريو المتبع، يتم شرح المقترح وسياقه لمسؤول التمويل ثم مناقشته بشأن العناصر التالية: • الممولون/ الشركاء • الاعتبارات الأخلاقية والقانونية • محتوى المقترح • مدة إجراءات عرض المقترح • القدرات المتاحة • الاتساق مع أهداف المؤسسة	هناك ثلاثة سيناريوهات لبداية تدبير الأموال: (١) مقترح تقديم الخدمة (يقوم مدير تطوير الأعمال بالتحقق من القدرات والكوادر والتكاليف المطلوبة ثم يرسلها إلى مسؤول التمويل (٢) إصدار دعوة لتقديم عروض التمويل تتوافق مع برامج المؤسسة التي تتطلب تمويلاً (٣) يقوم مدير تطوير الأعمال أو مسؤول التمويل أو كلاهما بإعداد مقترحات لبرامج محددة تتطلب التمويل
على مدار مدة مقترح التمويل: يتم تحديث قائمة الشركاء/الداعمين، وتحديث محاضر النقاشات الأسبوعية وإطلاع الفريق على مستجدات مقترح التمويل وكذلك تحديث ملف متابعة تدبير الأموال.					

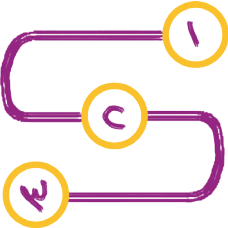
# أدوات تدبير الأموال

الجدول التالي عبارة عن قائمة متجددة للأدوات التي يمكن للمؤسسة استخدامها في إنجاح مقترحات تدبير الأموال



القسم الأول:

خارج المؤسسة	الوسائط/المنافذ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مناسبات تكوين شبكة العلاقات</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• كتالوج خدمات الشركة</li> <li>• الموقع الإلكتروني للشركة</li> <li>• منصات التمويل الجماعي</li> <li>• خريطة تدبير الأموال (ألجوريذم)</li> </ul>



القسم الثاني:  
مصادر التمويل الخارجية

١. شراكات حكومية (دولية)
٢. شركاء المرحلة التأسيسية
٣. الشراكة المؤسسية
٤. التمويل الخارجي الجماعي



# Art

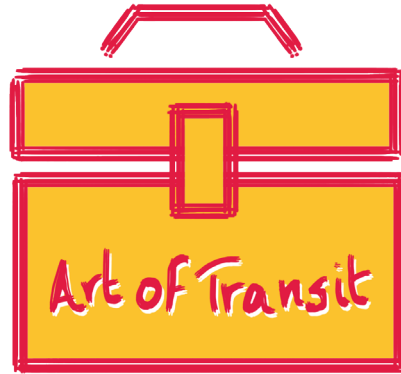
of Transit



The Access to Arts project is the landmark achievement of Mahatat for Contemporary Art supported by Drosos Foundation. Mahatat is the only company that is established to promote art in public spaces, and focuses on art inclusion and availability to the Egyptian citizen. For this project, Mahatat implemented activities in exposing citizens to art through nine Art of Transit tours in four governorates (Cairo, Damietta, Port Said, Mansoura) and six Art Stations in two communities within greater Cairo. In addition, Mahatat designed and delivered six learning workshops to emerging artists and amateurs in Damietta, Port Said, and Ismailia.

This toolkit is one of the final outcomes of the project. It presents a guideline for practitioners and art producers interested in planning and implementing public art interventions. It is organized around the three components of the project: Art of Transit focuses on organizing art tours in several locations at a time, the Art Stations focus on encouraging community members participation in artistic activity, through learning, practicing and displaying their artwork in the public realm. The Face to Face is the learning component for emerging artists, focusing on improving their technical artistic skills, and their ability to perform.

The cross-cutting activities that are relevant for all types of intervention are presented at the end of this toolkit.



## Art of Transit Toolkit

This toolkit is designed for:

**Artists, art practitioners and managers,  
outdoor art producers, and street art  
project coordinators.**

Art of Transit toolkit is based on the experience of Mahatat working in the cities of Damietta, Mansoura, and Port Said. The activity is based on curating and organizing artistic tours in areas where informal and formal neighborhoods flow into each other. The performance is typically a 1-1.5 hours performance in the street, targeting residents of the area, passersby, and others from the wider locality who may have heard about the event from the event publicity. Performances could take place once or twice a day, and the tour is 4 days in different cities. Art is in transit through the movement of artists from city to city, from place to place. It is also important to encourage artists to continue working in unconventional venues for a broad audience and be willing to perform in public spaces.



The below pages can be used to go to a specific section.

1.	Artistic Focus Group.....	p4
2.	Artist & Location Selection.....	p4
3.	Permissions Process.....	p9
4.	Procurement & Marketing.....	p10
5.	Tour Production & Documentation.....	p11
6.	Evaluation.....	p14

# 1- Artistic Group Focus



This step builds on the concept of co-creation of the artistic intervention, especially in the conceptualization phase.



- The Operations/production team generates activity ideas in collaboration with the Strategic Development team.
- When required in advance, fundraising opportunities are sourced.
- Artists are invited to participate in the discussion.
- Discuss in focus group the content/type of the tour (# of artists for # days).
- Agree recommendations (# tours, etc) and the initial concept (Theme).

# 2- Artists and Location Selection



Based on the theme agreed in the focus group step, the curator/executive producer develops the artistic concept of the tour, taking into consideration that several potential artists can be approached for the activity. The selection criteria emphasize the importance of choosing artists who are interested to perform in public spaces.



## Selection Criteria for Artists:

- Artists have a good talent / exposure related to the following performing arts (theater, music, art display, site specific etc.)
- Artists have relevant experience in art in public space and/or community art. If not, they should show the will and enthusiasm to develop his/her practices in the public space.
- Artists have a will to work in governorates,



outside of Cairo (remote areas).

- Artists show reliability and commitment toward the agreement with Organization.
- Preferably, Artists should have art

<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
---	---

The following template can be used to profile the proposed artists

education background

- Preferably, Artists should be recommended by reliable, trusted partners or at least three different parties.

	Main Details	# of Performers/ Trainers	Material Required	Equip-ment Required	Transp- ortation type	Can s/he provide material & Equip- ment?
Artist / Group Name						
Contact Person						
Date of Foundation						
Last date of recruitmentt						
Genre						
Perform- -ance(s)						
						Yes/No
						Yes/No
						Yes/No
Most recent daily fees - date	xx - xxx EGP - [Date]					
Bio in English						
Bio in Arabic						
Online Links						
		Date of Report:    /    /				

## Agreement with Artist :



- Agree on the artist according to the discipline, the approach and other criteria. The artist recruitment or the collaboration with any other parties should be aligned with the workshop objectives.



- Sign the agreement with the artist(s) and the protocol with the partner (if applicable)



- Note: As a procuring organization, we consider artists “sole-source providers”, therefore we do not need three quotations. If we work with any other trainer, we will need three quotations, if the fees are over EGP[xxx].



The second most important selection element is the location of each performance. The tour typically includes four performances in 4 cities. Each location should be selected to optimize the criteria. Back-up locations in each city must be planned as well in case of any unforeseen circumstances on the day of the show.



## Criteria for Choosing Performance Locations:

### 1- Each performance location needs to be accessible:

1. By foot and wheelchair, if possible.
2. Frequented by different kinds of people, so diverse audience feel welcome to watch. It should neither be completely crowded on a regular day, neither people only passing by every few minutes.
3. By car, so we can transport the Wonder Box and ourselves there.
4. If possible, there shouldn't be fences too

close that would keep team and audience apart or hinder interested passersby from approaching.

5. It should be big enough for the box, like 50 to 100 people around it without disturbing traffic.

6. It should have a parking possibility for our vehicle close to it.

## 2- Each performance location needs to be safe for the project team and audiences:

1. There need to be “exit streets” for the car and “exit alleys” for the team.
2. If there is one wall behind the performers, it would be good, so that no full circle forms around the entire team.
3. It should be in safe distance from military checkpoints, military institutions and police or secret service institutions as these are currently most likely to be targeted through attacks.
4. It should not be close to controversial embassies such as the American Embassy or the British Embassy.
5. It should have “back-up locations” close by,

such as coffee shops, maybe kindergartens, schools, youth clubs or CBAs. (That said – we need to invite the neighborhood beforehand to the event and try to befriend them.)

6. Generally, “street institutions” such as kiosks, coffee shops, gate keepers (bawab), etc. should be invited to join to performances.

7. There shouldn’t be heavy and fast traffic around the location for children’s safety and loud sounds around. Gamaet El Dowal or Tareq Nasr are not suitable, e.g.

- During the performances the film maker and the photographer should be sensitive – no hidden camera, but also no big fuss. We don’t want our audience to think we are shooting a movie. We also don’t want to stand in their way – they should be enjoying the show.
- During the performances we will also have to be careful with TV crews. Some of them are not sensitive at all. They should not bring super big equipment and when our security tells them to stop, they should stop.
- If our artists or curators are inviting media, they need to coordinate with program coordinator about that and program coordinator needs to brief each journalist about the context and describe what we expect from them. It would also be possible to give them our rushes.
- Our artists shouldn’t bring professional cameras on days where we already have the photographer/ and or the film maker there.

## 3- Each performance location needs to generally host diverse audience.

1. On the day of the week and the time of the day that we will perform, there should usually be a diverse audience in and around the chosen location.
2. A diverse audience would be women,

men and children, if possible from different social backgrounds.

3. Borderline areas are suitable locations for this as well.

- Depending on the location, we have to carefully think about how many of “our people” we invite to the performances. We don’t want to be space invaders but have the neighborhood as the main audience. This needs to be communicated with all the project team members, so we coordinate and don’t overwhelm the actual target audience. Whoever brings somebody needs to coordinate with project manager and communication officer.

#### **4- It would be most beneficial, if the neighborhood of the chosen location “invited” Organization to perform.**

1. The online poll should say something like: “Would you like us to perform in your neighborhood? Where in Greater Cairo are you located?” People shouldn’t send us anywhere, but where they live and are familiar with the area, invite their family and so forth. We could also ask directly: “Would you like the Wonder Box to pass by you and your family’s neighborhood? Where in

Greater Cairo is your family located?”

2. If there are well-respected art organizations, civil society organizations and youth clubs around the area, it would be good to establish contact through them and be invited by them to come.

#### **5- The mix of performance locations should cover a large geographic area and social strata of society.**

1. From the perspective of having diverse audiences and giving access to a broad spectrum of people, a few performances should also be in formal neighborhoods where largely middle class and upper middle class citizens reside/ hang out.

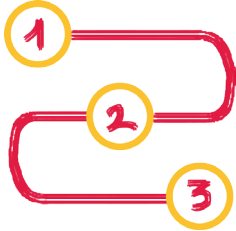
2. From the perspective of decentralization, it would be good to target areas other than Downtown and around the Opera in Zamalek for instance.

3. Also from the perspective of decentralization, it would be good to include some informal areas – knowing that the car issue might

be a bit difficult, but there might be local solutions that “inviting partners” in the neighborhood would provide.

4. Choose timing according to the audience: e.g. Right after-school hours for students as target beneficiaries.

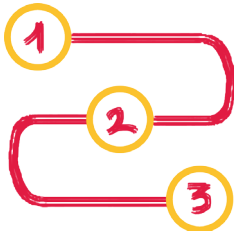
### 3- Procurement and Marketing Preparations



The tours require considerable publicity to generate the target audience, coverage, and recognition in the community.

1. Ask the artists/troupe to send a bio and a photo.
2. Send the bio to be translated and the text should be proofread afterward.
3. Send the flyer text and logos to the designer
4. Make sure that the designer has all the project identity (logos, fonts and colors) and set a meeting with him/her to discuss all the details and suggest already ideas that are aligned with the Organization/project identity.
5. According to internal policies of the organization, If the printing cost will be over then EGP (xxx), make sure that you have quotations from at least 3 print houses before printing. Then, make a bid analysis to select one print house.
6. Send the flyer to the chosen print house
7. Make sure to send all the printing specs to the printing house :
  - Logos and fonts (just in case)
  - Paper specs, size, weight, number of colors., and quantity
  - The color codes (get them from the designer), according the Organization/project identity.
  - Go to the print house to supervise the sample printing and sign approve on it.
  - In case of publications, ask the designer to go himself to supervise the printing sampling

## 4- Permissions Process



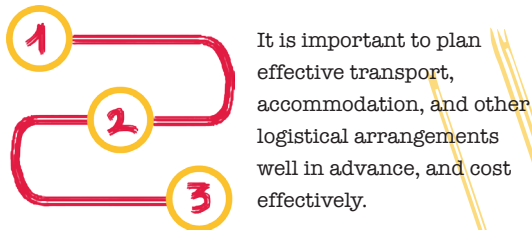
Public performances require permission from authorities. The following process is based on Mahatat experience, but it does not guarantee a permission will be obtained, due to the presence of many informalities, and differences in authority process and decision-making from one governorate to another, or a locality to another. Therefore, the details of the required procedures should be researched and identified for each tour well in advance.

1. Prepare a file with company registration and official documents.
2. Include the purpose of the company, vision, mission, and details of the project.
3. Prepare a letter of permission including details about the choice of specific location, date, time of performance. The letter should clarify that the event will not block a public road, nor need the use of specific equipment or infrastructure.
4. The letter is presented to the local administration or municipality (el 7ay).
5. Include in the letter pictures from previous performances to create a reference to the authority, because not many personnel are exposed to art and it is important to clarify what is intended as a performance

requiring permission.

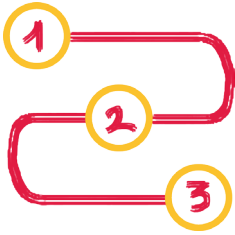
6. The local administration sends the letter to the police station of the locality targeted for the performance, the police station forwards it to the headquarters, and then the headquarters seek the approval of the National Security office.
7. It is important to follow up on these steps by sending a well-selected and trustworthy facilitator/volunteer.
8. It is crucial that the permission process is initiated at least two months prior to the date of the tour.

## 5- Tour *Production* & Documentation



### Before the Tour:

1. Arrange transportation for [Our Organization] staff and the trainers between Cairo and the other cities (Get the driver's contacts, make sure he knows the schedule)
2. Arrange extra transportation if there is heavy production material
3. Make a list of production materials and special requests by artists (light, torches, mics, sound engineer, etc). Make sure that all discussion, decisions are documented and sent by email as minutes later.
4. Prepare the tour schedule and share it with [Our Organization] team, the artists and videographer by sending a collective email to introduce everyone. Accommodate the prayer times, and make sure there is enough time for artists to rest.
5. Schedule a meeting with the artists and [Our Organization] team to discuss the schedule, and make sure they all agree on the details
6. Schedule a joint meeting with business development team to divide tasks and make a preliminary action plan.
7. Schedule a meeting with [Our Organization] team to divide last minute tasks, and make sure they all agree on the division, and to know their roles.
8. Print and photocopy the tour schedule
9. Book accommodation in the (#) cities
10. Make sure we order drinking water packs to be with us during the tour, for the team and the artists on the road.
11. Send the contacts of artists to the M&E officer
12. Send the contacts of artists to the communications officer and admin to be added to the database
13. Send the city guides (developed in advance with the help of the community engagement or the city coordinator) to the artists and keep it always updated with all the new places and range of prices, weather forecast etc.
14. Assign the "runner" role to a volunteer -if needed.
15. Arrange with security personnel-if deemed necessary.
16. Prepare the descriptive log sheets.



## During the Tour:

1. Call volunteers in the city and check who is available/when
2. Every day keep a small diary where you write the most significant events of the day, what to adjust, quotes and feedback. Communicate these notes and reflections with the team to include them in the process

and get their input.

3. Pay the hotel, photographers and volunteers (And security -if applicable).
4. Carry a laptop to take the photos and videos from the documentation people.

## Media, Press and Documentation:

1. Call photographer and specify dates for taking photos.
2. Check contacts of videographer.
3. Call journalists.
4. brainstorming sessions with videographers and agreements/contracts with videographers and photographers.
5. Circulate the details to media sponsors 10 days ahead.
6. Circulate a newsletter a week ahead to media and announce the start of the tour to all our prospects.
7. Design a small add and send it 10 days ahead to the media sponsor to post on their website, specifying

n# of impressions to get for the tour (preferably during the promotion time -3 weeks)

8. During the tour, follow up with the media and media sponsors, offer to host one of them and to facilitate pictures and other material.
9. After the tour, make sure you archive the media coverage, get a report from the media sponsor with the statistic of the impressions etc.
10. Post live updates on Instagram and Facebook.
11. Post an album and upload the final video on social media channels and on the website



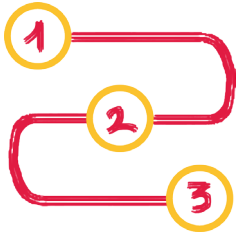
	
  	

The following action plan form is useful in ensuring all the steps are tracked and completed.

Art of Transit Action Plan

OK	“Dept/Function» Action	Due Date	Responsible Person	Team Members	Status/ Comments

## 6- Evaluation



It is important to complete an evaluation step after the tour, in order to identify what went well, and what are the areas of improvement. The following is based on Mahatat experience in the evaluation of the Access to Arts project, which complies with donor requirements as well.

1. Send the media archive to the M&E officer
2. Send the evaluation report form to the artists and pay them once they send it back.
3. Conduct an evaluation Focus Group with artists and [Our Organization] team as a reflective meeting based on the findings of the report.
4. Follow up closely with the [Accounting Function] on the timely payment of fees. Put money in envelopes, don't pay artists in front of each other.



The detailed evaluation plan is as follows:

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Performance Outreach and Experience	How many performances took place?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	In how many locations did the performances take place?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	How many people did the performances reach?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	How did the audience experience the performances?	Short Interviews/ Quote Collection		Evaluator	
	How did the artist experience the performances?	Interview		Evaluator	
	What went well/ needs to be done differently in the coming performance?	Short Feedback Round after each performance day		Artist, Project Manager	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Exhibition/ Installation Outreach and Experience	How many hours/ days was the outcome of the visual arts workshop displayed?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	In how many locations was it displayed?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	How many people did it reach?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	How did the participants experience the exhibition/ installation?	Focus Group Discussions/ Testimonies		Evaluator	
	How did the audience experience the exhibition/ installation?	Short Interviews/ Quote Collection		Project Coordinator, Media Officer	
	How did the trainer and curator experience the exhibition/ installation?	Interview		Evaluator	
	What went well/ needs to be done differently in the coming exhibition?	Short Feedback Round after each exhibition day/ space		Trainer/ Curator, Project Manager	
Media Outreach	How many journalists attended the press conferences?	Media Logsheet		Media Officer	
	How many Arabic articles were written?	Media Logsheet		Media Officer	
	How many English articles were written?	Media Logsheet		Media Officer	
	How often was the project covered in TV/ radio?	Media Logsheet		Media Officer	
	In how many different media outlets was the project covered?	Media Logsheet		Media Officer	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Overall Project Process	Where are we at? What problems are we facing? What changes were made? What has to change in the organization? What are concerns?	Monthly core team meetings		Project Manager with Project Coordinator	
	How did the different stakeholders (core team, donors) experience the project?	Interview		Evaluator	
	What worked well? What could have been done differently? What ideas emerged for future projects in [Region]?	Evaluation «cake» within interview		Evaluator	

The evaluation report for the Art of Transit tour can be presented in the following structure

# [Organization Name]

## Art of Transit

### Evaluation Report

#### **Table of Contents**

##### **1. Executive Summary**

##### **2. Evaluation methodology**

##### **3. Audience**

- a) Audience Count
- b) Audience Interaction

##### **4. Organization of the tour**

- a) Selected Locations
- b) Logistics
- c) Organization
- d) Partners & Volunteers
- e) Permission and security
- f) PR and Marketing

##### **5. Artists**

- a) About the Artist(s)
- b) Artist feedback
- c) Artist memories of the Tour

##### **6. Selected Voices from Audiences**

##### **7. Key Challenges**

##### **8. Opportunities**

##### **9. Recommendations**

#### **ANNEXES**

Annex 1: Project Team Members

Annex 2: Media Coverage

# 1. Executive Summary

<div><div></div><div></div><div></div></div>	<div><div></div><div></div><div></div></div>
<div><div></div><div></div><div></div></div>	

Section	Key Findings
Audience	
Operation and Organization	
Artists	
Stories from people	
Key Challenges	
Opportunities	
Recommendations	

# 2. Evaluation methodology

# 3. Audience

<div><div></div><div></div><div></div></div>	<div><div></div><div></div><div></div></div>
<div><div></div><div></div><div></div></div>	

1- Audience Count  
General Count

Governorate	Number of Performances	Total Number of Audience
Total:		

<div><div></div><div></div><div></div></div>	<div><div></div><div></div><div></div></div>
<div><div></div><div></div><div></div></div>	

Categorized Count

Governorate	Male	Female	Children
Total:			

2- Audience Interaction

## 4. Organization of the Tour

<div><div></div><div></div><div></div></div>	<div><div></div><div></div><div></div></div>
<div><div></div><div></div><div></div></div>	

Selected Locations:

Governorate	Time of the Performance	Location	Description of location, people present during time of the day	Reflections

- a) Logistics

b) Organization

c) Partners & Volunteers
- d) Permits and Security

e) PR and Marketing



## **5. Artists**

a) About the Artist(s)

b) Artist feedback

c) Artist memories of the Tour

## **6. Selected Voices from The**

## **Audience**

## **7. Key challenges**

## **8. Opportunities**

## **9. Recommendations**

For Mahatat's future work in general and Art of Transit in particular.

# ANNEXES

## Annex 1: Project Team Members



Annex 2: Media Coverage

Media Name	Online Link	Language

## Cross Cutting Themes: Organization Fundraising



The below table describes the ideal outputs for all the [Organization] fundraising activities.

Conversation	Building and Maintaining a relationship with Partners that is regular, participatory, and effective.
Representation	Communicating and presenting ourselves to (potential) partners in an accurate, efficient, and concrete manner.
Documentation	Incorporating [Organization] material (videos, photos, etc.) into fundraising communications.
Sustainability	Planning our fundraising strategies with foresight, insight, and depth.
Income Generation	Ensuing that [Organization] fixed costs are guaranteed through diverse and independent income streams.
Collaboration	Engage in a transparent, participatory, and reciprocal process for proposals.

# Fundraising Process



PRE-PHASE: Analysis («FO»+»BDM»)	PHASE 1: Discussion («FO»+»BDM»)	PHASE 2: Proposal writing («FO»)	PHASE 3: Editing & feedback («FO»+»BDM»)	PHASE 4: Finalization & send off («FO» or «BDM»)	PHASE 5: Follow-up («FO» or «BDM»)
<p>There are three scenarios for initiating fundraising:</p> <p>1.) Service-provision proposal ([Business Development Manager «BDM»] must check capacity/availability/cost) then present to [Fundraising Officer «FO»]</p> <p>2.) A call for proposals (RFP) matches [Organization] programs that require funding</p> <p>3.) [«BDM»] and/or [«FO»] develop proposals for specific programs that require funding</p>	<p>In either scenario, the proposal and context will be described to the F.O. and a discussion will follow, the agenda should include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Donors/ Partners</li> <li>• Ethical and legal considerations</li> <li>• Proposal content</li> <li>• Timeframe of proposal process</li> <li>• Capacity</li> <li>• Alignment</li> </ul>	<p>In most circumstances, it is the responsibility of the F.O. to draft all proposals. However, if a team member within [Organization] would like to/ believes it is more practical to take the lead, the [«FO»] must be kept up to date and will be responsible for editing and recommendations together with the [«BDM»].</p>	<p>Depending on the demand and length of the proposal, the editing and feedback phase will be based on the timeframe of the proposal process. This process also necessitates recommendations and approval from the [Managing Director] and coordination with the operations team.</p>	<p>Once the final proposal has been approved, the team member that initiated contact with the partner/client will send the final proposal and will be responsible for all necessary/ required attachments</p>	<p>The response date from partner/ client will be marked down in the fundraising timeline and the team member that initiated contact will be responsible for following-up in case there are any delays. This person will also be responsible for updating the fundraising tracker based on the response.</p>
ONGOING: update lists of potential partners/supporters, weekly discussions, updating team on funded proposals, updating fundraising tracker					

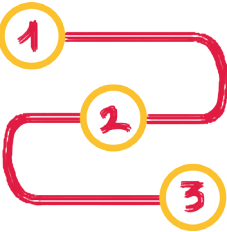
# Fundraising Tools



The below table is a working list of tools that [Organization] can use to support fundraising processes.

Section 1:

MEDIUMS	EXTERNAL
<ul style="list-style-type: none"><li>• [Organization] service catalog</li><li>• [Organization] website</li><li>• Crowd-funding platforms</li><li>• [Organization] fundraising map</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Networking events</li></ul>



Section 2:  
External fundraising  
sources

1. Government partnerships (International)
2. Foundation partnerships
3. Corporate partnerships
4. Crowd-funding



# Art Stations



The Access to Arts project is the landmark achievement of Mahatat for Contemporary Art supported by Drosos Foundation. Mahatat is the only company that is established to promote art in public spaces, and focuses on art inclusion and availability to the Egyptian citizen. For this project, Mahatat implemented activities in exposing citizens to art through nine Art of Transit tours in four governorates (Cairo, Damietta, Port Said, Mansoura) and six Art Stations in two communities within greater Cairo. In addition, Mahatat designed and delivered six learning workshops to emerging artists and amateurs in Damietta, Port Said, and Ismailia.

This toolkit is one of the final outcomes of the project. It presents a guideline for practitioners and art producers interested in planning and implementing public art interventions. It is organized around the three components of the project: Art of Transit focuses on organizing art tours in several locations at a time, the Art Stations focus on encouraging community members participation in artistic activity, through learning, practicing and displaying their artwork in the public realm. The Face to Face is the learning component for emerging artists, focusing on improving their technical artistic skills, and their ability to perform. The cross-cutting activities that are relevant for all types of intervention are presented at the end of this toolkit.



## Art Stations Toolkit

This toolkit is designed for:

**Community artists, community-based associations (CBAs), social workers, and art practitioners and managers.**



Art Stations encourage non-professionals and residents to take active part in the creation of an art piece. The activity generates an inclusive and informal artistic dialogue between artists and non-artists and the audience. Art Stations offer community-based and participatory workshops and interventions that are co-conceived by community-based associations, residents and the Organization, and created and implemented by all participants and technically guided by artists. The idea is to work on images and issues pertinent to the neighborhood and its residents and to foster a creative dialogue throughout differences with the means of art. The communally created art pieces will be left to the respective neighborhood and its residents; whether they are a set of collected and recorded stories or a big mural, to mention only two possible artworks.

These are the methodology steps for the Art Station activities



The below pages can be used to go to a specific section.

1.	Needs Assessment.....	p4
2.	CBA, Trainer and Display Site Selection.....	p8
3.	Art Station Preparations.....	p13
4.	Logistics.....	p15
5.	Implementation, Documentation, & Media Process.....	p16
6.	Evaluation.....	p19

# 1-Needs Assessment



The Organization should scan different neighborhoods in the selected city and meet different community- based associations (CBAs) such as local committees, youth clubs, NGOs in selected neighborhoods and begin negotiations. Then the Organization will select one neighborhood and one or two neighborhood-based partners for the course of the activity. Together with the partners artistic interventions, suiting the specific neighborhood's needs, will be conceived.

## Needs Assessment Approach

- Prepare for the meetings (Supporting documents & tools)
- Observe on-site (Walking Tours)
- Gather feedback (Interviews)
- Produce research results (Creative Actions)

## Assessment Tools and Process

### 1. Preparation

- Interview guide and the Community Based Association (CBA) info table created before field visits.
- Online review on CBA's in Egypt, using Google and Yellow Pages research.

### 2. Field Work

- Locating CBA's during walks and snowball sampling.
- Conducting the interview with a CBA official.

### 3. Data Analysis

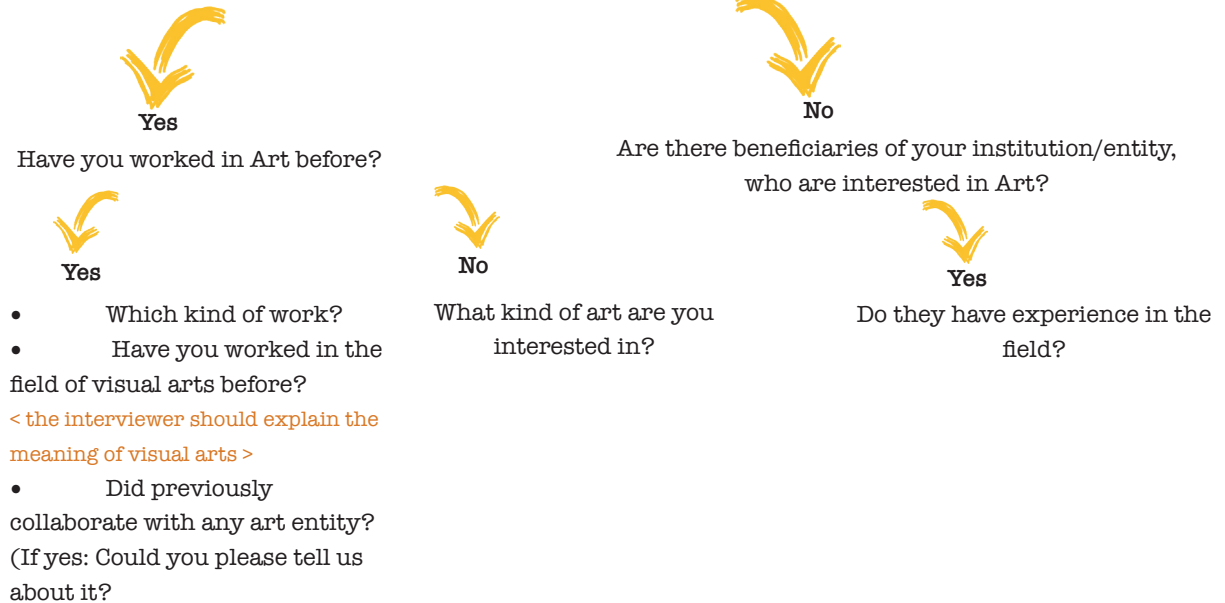
- Archiving data using the CBA info table.
- Set the data of the CBA as mentioned by its representative.
- Review the data and compare activities, conditions and offers of each CBA.
- Set the challenges, opportunities and final recommendation regarding each CBA.
- Review the reflection of the participating colleague.
- Identify the most suitable CBA's for Art Stations.

# CBA Interview *guide*

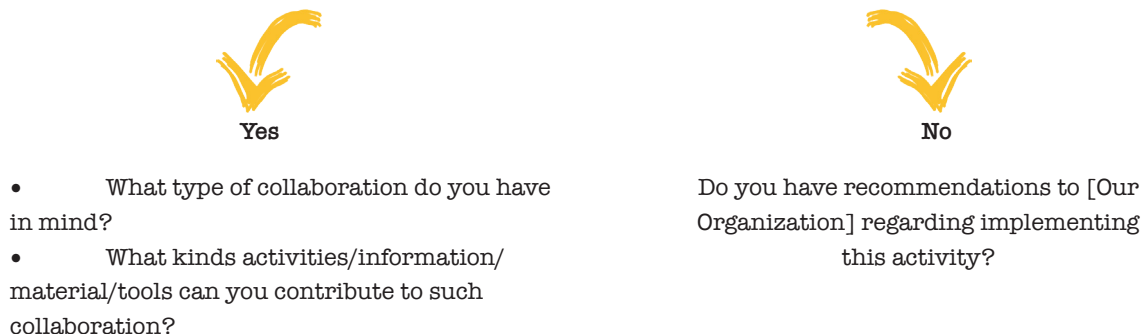


1. Could you please tell us about your organization's history?
2. So, could you give us a hint about your mission and goals?
3. Could you please tell us more about the activities you are working on?
4. Could you tell us more about the beneficiaries who are benefiting from your activities? What's the average number of beneficiaries?
5. Does your activity focus only on one gender? (if yes: which gender?)
6. Could you please tell us about the areas in [Region], which you are working in?
7. Do you work in [Area/Neighborhood] in particular? (If yes)
  - Could you please tell us about your activities in [Area/Neighborhood]?
  - Could you please tell us about the challenges or difficulties facing those who want to work the field of art in [Area/Neighborhood]?
  - Could you please tell us about the things in [Area/Neighborhood] you think could be helpful for whoever wants to work here?

8. Is your organization interested in arts?







9. Is your CBA interested in collaborating with [Our Organization] Art Stations or other art activities?



Finally, we want to thank you, and we do appreciate your participation in this interview.

# CBA Profile Form

[CBA NAME]	
Field of Work	
Address	
Contact Person	
Phone	
Email /Facebook	
About	
History	
Vision / Mission	
Main Activities	
Main Beneficiaries (with numbers)	
Coverage Area	
Artistic Experience	
Visual Art Experience	
Previous artistic collaboration experience	
Type of potential collaboration with [Our Organization]	
Recommendations to [Our Organization] regarding this activity	

## 2- Selection Criteria for CBA's, Trainers and *Display* Sites



### Selection Criteria for CBA:

- The local partner organization should have a documented and trusted profile.
- Partner should have a vision, mission and objectives which are aligned with [Our Organization].
- Partner should have common values and targets with [Our Organization].
- Partner should have or develop an outreach program with a communal and artistic approach.
- Partner's premises should be located in the targeted region/area.
- Partner should have a strong relationship with

the region/area inhabitants.

- Preferably, partner should be an art-education or art-development organization / center.
- Preferably, partner should be recommended by reliable, trusted partners or at least three different parties.



## Selection Criteria for Trainers:

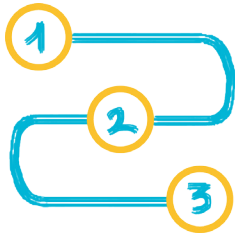
- Trainers have relevant experience in art in public space and/or community art. If not, they should show the will and enthusiasm to develop his/her practices in the public space.
- Trainers are willing to work in governorates, outside of Cairo (remote areas).
- Trainers show reliability and commitment towards the agreement with [Our Organization].
- Trainers should have relevant experience in the art discipline, and in the community and civic engagement.
- Trainers should have good experience in training and facilitation.
- Trainers should have sense of sharing knowledge and humility approach
- Trainers should have the will to work in governorates, outside of Cairo (remote areas)
- Trainers should have the ability to evaluate and give constructive reflections.
- Preferably, trainers have an academic degree or background related to arts.
- Preferably, trainers are recommended by reliable and trusted partners or at least 3 different parties.

## Agreement with Trainers:

- Agree on the trainer according to the discipline, the approach and other criteria. The trainer recruitment or the collaboration with any other parties should be aligned with the workshop objectives. (Refer to the criteria at the end of this document)
- Sign the agreement with the trainer(s) and the protocol with the partner (if applicable)

Note: As a procuring organization, we consider artists “sole-source providers”, therefore we do not need three quotations. If we work with any other trainer, we will need three quotations, if the fees are over EGP[xxx].

# Suggested criteria for choosing display site:



## 1. Each display site needs to be accessible:

1. By foot and wheelchair, if possible.
2. Frequented by different kinds of people, so diverse audience feel welcome to watch. It should neither be completely crowded on a regular day, neither people only passing by every few minutes.
3. By car, so we can transport large items and ourselves there.
4. If possible, there shouldn't be fences too close that would keep team and audience apart or

hinder interested passersby from approaching.

5. It should be big enough for the performance, like 50 to 100 people around it without disturbing traffic.
6. It should have a parking possibility for our vehicle close to it.

## 2. Each display site needs to be safe for the project team and audiences:

1. There need to be "exit streets" for the car and "exit alleys" for the team.
2. If there is one wall behind the performers, it would be good, so that no full circle forms around the entire team.
3. It should be in safe distance from military checkpoints, military institutions and police or secret service institutions as these are currently

most likely to be targeted through attacks.

4. It should not be close to controversial embassies such as the American Embassy or the British Embassy.
5. It should have "back-up display sites" close by, such as coffee shops, maybe kindergartens, schools, youth clubs or CBAs. (That said – we need to invite the neighborhood beforehand to the event and try to befriend them.)



6. Generally, “street institutions” such as kiosks, coffee shops, gate keepers (bawab), etc. should be invited to join to performances.

7. There shouldn’t be heavy and fast traffic

around the display site for children’s safety and loud sounds around. Gamaet El Dowal or Tareq Nasr are not suitable, e.g.

- During the performances the film maker and the photographer should be sensitive – no hidden camera, but also no big fuss. We don’t want our audience to think we are shooting a movie. We also don’t want to stand in their way – they should be enjoying the show.
- During the performances we will also have to be careful with TV crews. Some of them are not sensitive at all. They should not bring super big equipment and when our security tells them to stop, they should stop.
- If our artists or curators are inviting media, they need to coordinate with program coordinator about that and program coordinator needs to brief each journalist about the context and describe what we expect from them. It would also be possible to give them our rushes.
- Our artists shouldn’t bring professional cameras on days where we already have the photographer/ and or the film maker there.

### 3. Each display site needs to generally host diverse audience.

1. On the day of the week and the time of the day that we will perform, there should usually be a diverse audience in and around the chosen display site.





2. A diverse audience would be women, men and children, if possible from different social

backgrounds.

3. Borderline areas are suitable display sites for this as well.







Depending on the display site, we have to carefully think about how many of “our people” we invite to the performances. We don’t want to be space invaders but have the neighborhood as the main audience. This needs to be communicated with all the project team members, so we coordinate and don’t overwhelm the actual target audience. Whoever brings somebody needs to coordinate with project manager and communication officer.

# Artist/Trainer Profile

	Main Details	# of Performers/ Trainers	Material Required	Equipment Required	Transportation type	Can s/he provide material & Equipment?
Artist / Group Name						
Contact Person						
Date of Foundation						
Last date of recruitmentt						
Genre						
Perform- -ance(s)						Yes/No
						Yes/No
						Yes/No
Training Format/ Technique(s)						Yes/No
Most recent daily fees - date	xx - xxx EGP- [Date]					
Bio in English						
Bio in Arabic						
Online Links						
		Date of Report:    /    /				

# Training/Workshop Objectives and Tentative Agenda

## 1. Objective 1 / Day 1

Time	Dur- -ation	Activity	Metho- -dology	To be prepared	Potential Challenges	Open Questions
		Opening				
	90 mins	What you will do (theme/ topic/ activity)	How you will do it	material stationery reading		
		Closing				

## 2. Objective 2 / Day 2

Time	Dur- -ation	Activity	Metho- -dology	To be prepared	Potential Challenges	Open Questions
		Closing				

# 3- Art Station Preparations

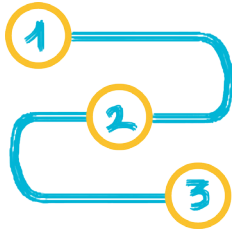
Governorate					
Name	Mobile	e-mail	Workshop	Trainer	Remarks

# Procurement and Marketing Preparations:



- If publishing an online Ad, send it 10 days ahead to the publishing website, specifying the number of impressions you need to get for the workshop (preferably during the promotion time -3 weeks)
- Send the flyer text and logos to the designer
- Make sure that the designer has all the project identity (logos, fonts and colors) and set a meeting with him/her to discuss ideas
- If the printing cost will be over then EGP (xxx), make sure that you have quotations from at least 3 print houses before printing. Then, make a bid analysis to select one print house.
- Send the flyer to the chosen print house
- Make sure to send all the printing specs to the print house:
  - Logos and fonts (just in case)
  - Paper specs, size, weight, number of colors., and quantity
  - The color codes (get them from the designer)
  - Go to the print house to supervise the sample and sign off the finalized design.
  - In case of publications, ask the designer to supervise the printing sampling.
- Send the final flyer copies to the CBA for distribution

## 4- Logistics



Many steps need to be considered for an effective organization of the Art Station logistics:

1. Arrange transportation for [Our Organization] staff and the trainers between Cairo and the [Region] (Get the driver's contacts, make sure he knows the schedule)
2. Arrange transportation for [Our Organization] staff and the trainers inside [Region]
3. Make a list of required tools in the venue (projector, chairs, tables, flipchart, markers, etc).
4. Make sure that all the stakeholders (management and trainers are informed and approving the details) e.g. schedule, tools purchase and logistics.
5. Book the venue (if outside the neighborhood) and make sure there is an agreement.
6. Book the hotel/accommodation.
7. Make a list of materials required for the workshop and display (performance).
8. Just in case always bring the office equipment for emergencies: speakers, pocket projectors, lights, laptops, extra chargers, extra wires and cables.
9. Buy the workshop and display (performance) materials.
10. Send the contacts of participants to the Monitoring & Evaluation (M&E) officer.
11. Send the contacts of participants to the Communications officer to be added to the database.
12. Make sure that the handouts are reformatted, redesigned for the workshop project, to include the project and [Our Organization] logos, titles, etc.
13. Send the city guide (in case outside Cairo) to the trainers and keep it always updated with all the new places and range of living prices, weather forecast etc.
14. Assign the "runner" role to a community member, if needed.
15. Make sure the venue is clean. Arrive ahead of others to the city/venue to make sure that everything is functioning (tools and facilities, e.g. toilets are clean, etc.)
16. Buy/delivery-order catering and kitchen utensils (kettle, cups, spoons, plates, etc.).
17. Note: Buy from a vendor who provides purchase receipts.
18. Make a deal with a supermarket/ a restaurant for coffee breaks and catering options. Consider healthy options if available (pastries, juice shops that can provide receipts and local healthy food.
19. Set a preparatory meeting among all the team and the trainers to discuss details of the workshop. Make sure that all discussion, decisions are

documented and sent by email as minutes later.

20. Print workshop attendance sheets.

21. Prepare the workshop schedule and send it after discussion to all the team members and the

trainers.

22. Take the pre/post evaluation sheets for both trainees and trainers from the M&E officer.

## 5- Implementation, Documentation and Media Process



### Implementation:

- Check with the trainers if there are “production” requirements/errands.
- Ask CBA to nominate volunteers; if not, then call volunteers in the city and check their availability.
- Every day keep a small diary where you write the most significant events of the day, what to adjust, quotes and feedback. Communicate these notes and reflections with the team to include them in the process

and get their input.

- If outside Cairo, pay accommodation (plus space rental and volunteer fees, if applicable).
- Carry a laptop/storage media to gather the photos and videos received from the visual documenters.

# Outcome of the Art Station:

- The outcome of the Art Station must be presented within the community (public space/neighborhood).
- If the outcome includes a performance, permissions need to be obtained as per the following process which is based on Mahatat experience. Yet this process does not guarantee a permission will be obtained, due to the presence of many informalities,

1. Prepare a file with company registration and official documents.
2. Include the purpose of the company, vision, mission, and details of the project.
3. Prepare a letter of permission including details about the choice of specific location, date, time of performance. The letter should clarify that the event will not block a public road, nor need the use of specific equipment or infrastructure.
4. The letter is presented to the local administration or municipality (el ʔay).
5. Include in the letter pictures from previous performances to create a reference to the authority, because not many personnel are exposed to art and it is important to clarify what is intended as a

and differences in authority process and decision-making from one governorate to another, or a locality to another. Therefore, the details of the required procedures should be researched and identified for each Art Station performance well in advance.

performance requiring permission.

6. The local administration sends the letter to the police station of the locality targeted for the performance, the police station forwards it to the headquarters, and then the headquarters seek the approval of the National Security office.
7. It is important to follow up on these steps by sending a well-selected and trustworthy facilitator/volunteer.
8. It is crucial that the permission process is initiated at least two months prior to the date of the tour.

# Media, Press and Documentation:

- Call photographer and/or videographer and agree dates for shooting.
- Arrange with media, journalists/reporters.
- Circulate the event details to media sponsors 10 days ahead.
- Send the newsletter, a week ahead, to media and announce the start of the workshop to all prospects.
- During the workshop, follow up with the media and media sponsors, offer to host some of them and facilitate photos and other publicity materials.
- After the workshop and the performance, make sure you archive the media coverage, and get a report from the Ad website with statistic of the impressions, etc.
- Post an album and upload the final video on social media channels and on the [Organization] website.

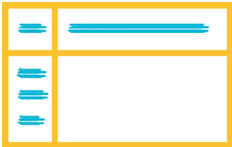


## Art Stations Action Plan

OK	“Dept/Function» Action	Due Date	Responsible Person	Team Members	Status/ Comments



# 6- Evaluation



It is important to complete an evaluation of the Art Station after the event, in order to identify what went well and what could be improved. The following process is based on Mahatat experience, and complies with donor requirements.

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Photography Workshop	How many participants attended the workshop?	Workshop Attendance Sheet 1		Local Coordinator	
	How many hours did the workshop last?	Workshop Attendance Sheet 1		Local Coordinator	
	What were the participants expectations in the beginning of the workshop?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	Where did the participants hear about the workshop and through whom?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	How did the participants experience the workshop?	Workshop Testimonies		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to their self-perception?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to the trainers perception?	Interview		Evaluator	
	How did the participants experience the documentation process?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Theatre Workshop	How many participants attended the workshop?	Workshop Attendance Sheet 2		Local Coordinator	
	How many hours did the workshop last?	Workshop Attendance Sheet 2		Local Coordinator	
	What were the participants' expectations at the beginning of the workshop?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	Where did the participants hear about the workshop and through whom?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	How did the participants experience the workshop?	Workshop Testimonies		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to their self-perception?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to the trainers perception?	Interview		Evaluator	
Visual Arts Workshop	How many participants attended the workshop?	Workshop Attendance Sheet 3		Local Coordinator	
	How many hours did the workshop last?	Workshop Attendance Sheet 3		Local Coordinator	
	What were the participants' expectations at the beginning of the workshop?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	Where did the participants hear about the workshop and through whom?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	How did the participants experience the workshop?	Workshop Testimonies		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to their self-perception?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to the trainer's perception?	Interview		Evaluator	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Online Exchange	How many blogposts were posted on the project website?	Website Logsheet		Social Media Responsible	
	How many viewers did the project website have?	Website Logsheet		Social Media Responsible	
	How many DCC members are active in feeding the blog?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	How many users from Damietta are part of the exclusive Facebook group?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	How many users from Utrecht are part of the exclusive Facebook group?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	Has the group been active?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	How did the group members experience the exchange?	Facebook Questionnaire/ Discussion Online/ Testimonies? (tbc)		Evaluator	
Performance Outreach and Experience	How many performances took place?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	In how many locations did the performances take place?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	How many people did the performances reach?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	How did the participants experience the performances?	Focus Group Discussions/ Testimonies		Evaluator	
	How did the audience experience the performances?	Short Interviews/ Quote Collection		Evaluator	
	How did the trainer experience the performances?	Interview		Evaluator	
	What went well/ needs to be done differently in the coming performance?	Short Feedback Round after each performance day		Trainer, Project Manager	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Exhibition/ Installation Outreach and Experience	How many hours/ days was the outcome of the visual arts workshop displayed?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	In how many locations was it displayed?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	How many people did it reach?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	How did the participants experience the exhibition/ installation?	Focus Group Discussions/ Testimonies		Evaluator	
	How did the audience experience the exhibition/ installation?	Short Interviews/ Quote Collection		Project Coordinator, Media Officer	
	How did the trainer and curator experience the exhibition/ installation?	Interview		Evaluator	
	What went well/ needs to be done differently in the coming exhibition?	Short Feedback Round after each exhibition day/ space		Trainer/ Curator, Project Manager	
Media Outreach	How many journalists attended the press conferences?	Media Logsheet		Media Officer	
	How many Arabic articles were written?	Media Logsheet		Media Officer	
	How many English articles were written?	Media Logsheet		Media Officer	
	How often was the project covered in TV/ radio?	Media Logsheet		Media Officer	
	In how many different media outlets was the project covered?	Media Logsheet		Media Officer	
Overall Project Process	Where are we at? What problems are we facing? What changes were made? What has to change in the organization? What are concerns?	Monthly core team meetings		Project Manager with Project Coordinator	
	How did the different stakeholders (core team, donors) experience the project?	Interview		Evaluator	
	What worked well? What could have been done differently? What ideas emerged for future projects in Damietta/ the Delta?	Evaluation «cake» within interview		Evaluator	

The following is the evaluation report template.

# [Organization Name]

## Art Stations

### Evaluation Report

#### Table of Contents

##### 1. Introduction

- About the [Project]
- About Art Stations
- About the [Workshop/Activity]

##### 2. Art Stations' Partnership and Training Agency

- The [Partner]

##### 3. Evaluation

- Evaluation Methodology
- Workshop Evaluation
- Attendance
- Workshop's Outputs
- Workshop's Content
- Workshop Performance
- Public Event Evaluation
- Attendance
- Community Engagement
- Partnership Evaluation
- [Partner Name]
- [Trainer Name]

##### 4. Logistics and Timings

##### 5. Public Relations

##### 6. Key Challenges

##### 7. Opportunities

##### 8. Recommendations

##### Annexes

- Success Stories
- Collaborations, Trainers and

##### Ambassadors

- Attendance Sheet
- Illustrations from the Workshop



### 1. Introduction

- About the [Project]
- About Art Stations
- About the [Workshop/Activity]

### 2. Art Stations' Partnership and Training Agency

- The [Partner]
- The [Partner]

### 3. Evaluation

#### Evaluation Methodology

The following tools were used in order to evaluate the workshop.

- Workshop Evaluation.
- Attendance sheets
- Final Evaluation Report filled by [Trainer]
- Final Evaluation Report filled by [Partner]
- Log sheet

#### Workshop Evaluation

- Attendance
- Workshop's Outputs
- Workshop's Content
- Workshop Performance

#### Public Event Evaluation

- Attendance
- Community Engagement
- Stories from/about People

Partnership Evaluation

[Partner Name]

<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
---	---

The following table shows the action collaboration steps implemented, compared to the suggested collaboration methodology that was set prior the workshop.

Needs Assessment (Prior the workshop)		Actual Collaboration
Kind of potential collaboration with [Our Organization]		
Their Recommendation to [Our Organization] Regarding this Activity		

[Trainer Name]

<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>
---	---

The following table shows the action collaboration steps implemented, compared to the suggested collaboration methodology was set prior the workshop.

Needs Assessment (Prior the workshop)		Actual Collaboration
Kind of potential collaboration with [Our Organization]		
Their Recommendation to [Our Organization] Regarding this Activity		

- 4. Logistics and Timings
- 5. Public Relations
- 6. Key Challenges
- 7. Opportunities
- 8. Recommendations

Annexes

- Success Stories
- Collaborations, Trainers and Ambassadors
- Attendance Sheet

Serial	Name	Age	Address	Attendance days
1				
2				
3				

- Illustrations from the Workshop

Cross Cutting Themes:

Organization Fundraising



The below table describes the ideal outputs for all the [Organization] fundraising activities.

Conversation	Building and Maintaining a relationship with Partners that is regular, participatory, and effective.
Representation	Communicating and presenting ourselves to (potential) partners in an accurate, efficient, and concrete manner.
Documentation	Incorporating [Organization] material (videos, photos, etc.) into fundraising communications.
Sustainability	Planning our fundraising strategies with foresight, insight, and depth.
Income Generation	Ensuing that [Organization] fixed costs are guaranteed through diverse and independent income streams.
Collaboration	Engage in a transparent, participatory, and reciprocal process for proposals.



# Fundraising Process



PRE-PHASE: Analysis («FO»+»BDM»)	PHASE 1: Discussion («FO»+»BDM»)	PHASE 2: Proposal writing («FO»)	PHASE 3: Editing & feedback («FO»+»BDM»)	PHASE 4: Finalization & send off («FO» or «BDM»)	PHASE 5: Follow-up («FO» or «BDM»)
<p>There are three scenarios for initiating fundraising:</p> <p>1.) Service-provision proposal ([Business Development Manager «BDM»] must check capacity/availability/cost) then present to [Fundraising Officer «FO»]</p> <p>2.) A call for proposals (RFP) matches [Organization] programs that require funding</p> <p>3.) [«BDM»] and/or [«FO»] develop proposals for specific programs that require funding</p>	<p>In either scenario, the proposal and context will be described to the F.O. and a discussion will follow, the agenda should include:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Donors/ Partners</li><li>• Ethical and legal considerations</li><li>• Proposal content</li><li>• Timeframe of proposal process</li><li>• Capacity</li><li>• Alignment</li></ul>	<p>In most circumstances, it is the responsibility of the F.O. to draft all proposals. However, if a team member within [Organization] would like to/ believes it is more practical to take the lead, the [«FO»] must be kept up to date and will be responsible for editing and recommendations together with the [«BDM»].</p>	<p>Depending on the demand and length of the proposal, the editing and feedback phase will be based on the timeframe of the proposal process. This process also necessitates recommendations and approval from the [Managing Director] and coordination with the operations team.</p>	<p>Once the final proposal has been approved, the team member that initiated contact with the partner/client will send the final proposal and will be responsible for all necessary/ required attachments</p>	<p>The response date from partner/ client will be marked down in the fundraising timeline and the team member that initiated contact will be responsible for following-up in case there are any delays. This person will also be responsible for updating the fundraising tracker based on the response.</p>
ONGOING: update lists of potential partners/supporters, weekly discussions, updating team on funded proposals, updating fundraising tracker					

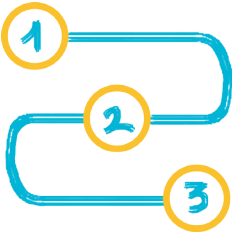
# Fundraising Tools



The below table is a working list of tools that [Organization] can use to support fundraising processes.

Section 1:

MEDIUMS	EXTERNAL
<ul style="list-style-type: none"><li>• [Organization] service catalog</li><li>• [Organization] website</li><li>• Crowd-funding platforms</li><li>• [Organization] fundraising map</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Networking events</li></ul>

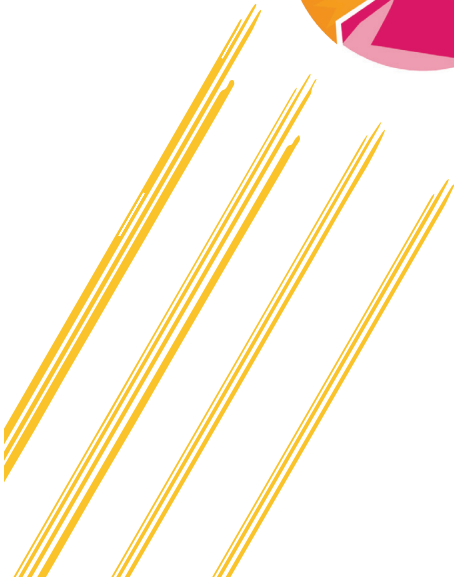
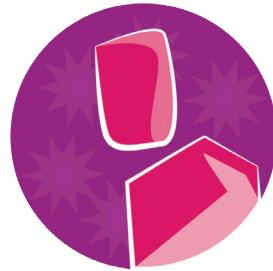


Section 2:  
External fundraising  
sources

1. Government partnerships (International)
2. Foundation partnerships
3. Corporate partnerships
4. Crowd-funding



# Face to Face



The Access to Arts project is the landmark achievement of Mahatat for Contemporary Art supported by Drosos Foundation. Mahatat is the only company that is established to promote art in public spaces, and focuses on art inclusion and availability to the Egyptian citizen. For this project, Mahatat implemented activities in exposing citizens to art through nine Art of Transit tours in four governorates (Cairo, Damietta, Port Said, Mansoura) and six Art Stations in two communities within greater Cairo. In addition, Mahatat designed and delivered six learning workshops to emerging artists and amateurs in Damietta, Port Said, and Ismailia.

This toolkit is one of the final outcomes of the project. It presents a guideline for practitioners and art producers interested in planning and implementing public art interventions. It is organized around the three components of the project: Art of Transit focuses on organizing art tours in several locations at a time, the Art Stations focus on encouraging community members participation in artistic activity, through learning, practicing and displaying their artwork in the public realm. The Face to Face is the learning component for emerging artists, focusing on improving their technical artistic skills, and their ability to perform. The cross-cutting activities that are relevant for all types of intervention are presented at the end of this toolkit.



# Face to Face Toolkit

This toolkit is designed for:

**Professional educators, artistic trainers,  
and art managers.**

Face to Face labs consist of artistic and managerial workshops and lectures for emerging artists. The lab typically runs for a week to 10 days. The workshops aim at developing the artistic and managerial skills of emerging artists and giving them greater exposure to professional artists in their field of interest.

This is the methodology for planning and implementing artistic workshop or lab learning activities



The below pages can be used to go to a specific section.

1.	Artists Needs Assessment.....	p4
2.	Trainers Selection.....	p7
3.	Workshop Preparation.....	p9
4.	Logistics.....	p11
5.	Implementation, Documentation & Media Process..	p12
6.	Evaluation.....	p14

# 1- Artists Needs Assessment



The first step here is to identify the needs and priorities of the emerging artists in the target community or city.

## Assessment Objectives

- Assess the training needs of the artists in [Region].
- Identify challenges and problems faced by artists in [Region].
- Create a database of the artists in [Region].

## The following tools are used to assess emerging artist needs in the [Region]:

- Questionnaire with close-ended and open-ended questions (hard copy + online)
- Focus group discussions with artists.
- Informal interviews with the [local partner(s)].
- Observatory notes and personal reflections.

This assessment is/was carried out with [#] artists ([#] via questionnaire and [#] artists via focus group discussions).

Note: No artist should participate in both the focus group discussions and the questionnaire.



# Artists Needs assessment questionnaire in the area

We are inviting you to fill this questionnaire in order to give a general view about the artists administrative and artistic requirements in the area, also highlighting the challenges they face in their field of work. Your answer will help us to improve the kind of trainings that will be organized by the artistic organizations for the artists and the people who work in

the culture field in (Area. Governorate). The information you will share with us will not be shared for any other goal or reason and it'll be secret. Just note that we might call you for an interview in order to a deeper evaluation of the needs.



## General information:

- Name:
- Telephone number
- Email:
- Website/Facebook page
- Job:
- Age:
  - a) Below 18
  - b) 18-25
  - c) 26-35
  - d) 36-55
- What kind of art do you practice?
- Please mention your previous experiences as an artist or cultural worker?

## Challenges assessment in the field of art in (region):

- Are artists having problems presenting their art?
  - a) Always
  - b) Often
  - c) Sometimes
  - d) Never

Please clarify the reason

- Are artists having problems advertising their art?

a) Always

b) Often

c) Sometimes

d) Never

Please clarify the reason

- What are the main challenges facing artists in (region)
- What are the general needs of art and culture in the (region)?

### Evaluation of the managerial and technical skills needed by artists in (region)

- What administrative skills do artists and cultural workers need in (region)?

Please mention 4 skills at least.

- What kind of technical workshops do you need if you are accepted as a participant? (You can choose more than one)

Writing

Music

Drawing

Photography

Acting

Directing

Marionette

Collage

Origami

Other (please specify)

### Recommendations for the Foundation

- How did you learn about the Foundation's activities?

Facebook

Internet

From a Friend

Participation in the foundation's

activities in public spaces

Other: Please specify

- If you have already identified the activities of the Foundation, what is the most successful activity provided by the Foundation in the (region)? And why?
- In your view, how can the organization's activities be improved in (region)?

### Other comments (if any)

Thank you for your time and cooperation with us to complete this questionnaire!

## Focus Group Discussion Questions

- Date of Focus Group \_\_\_\_\_
  - Location of Focus Group \_\_\_\_\_
1. Tell us about your experience in your field?
  2. What are the main challenges facing artists in [Region] in general to promote their arts?
  3. In your opinion, do you have any solutions to get over these challenges? Like what?
  4. What are the main opportunities existing in [Region], which could be used by the artists to promote their arts?
- Subject \_\_\_\_\_
  - Name of Note Taker \_\_\_\_\_
5. Do you have any idea about the most kind of arts which is more interesting for [Region] residents?
  6. What kind of training do artists need in [Region] to promote their arts?
  7. Could you give us more contacts of friends or people who have interest in arts in [Region]?

## 2- Selection criteria for Trainers



Based on the identified needs, a few trainers should be sought and one or more selected based on the following criteria.



## Selection Criteria for Trainers

- Trainers have relevant experience in the art discipline, and in community and civic engagement.
- Trainers should have good experience in training and facilitation.
- Trainers should have sense of sharing knowledge and humility approach
- Trainers should have the will to work in governorates, outside of Cairo (remote areas)
- Trainers should have the ability to evaluate and give constructive reflections.
- Preferably, trainers should be recommended by reliable, trusted partners or at least three different parties.

# Artist/Trainer Profile

	Main Details	# of Performers/ Trainers	Material Required	Equipment Required	Transportation type	Can s/he provide material & Equipment?
Artist / Group Name						
Contact Person						
Date of Foundation						
Last date of recruitment						
Genre						
Performance(s)						Yes/No
						Yes/No
						Yes/No
Training Format/ Technique(s)						Yes/No
Most recent daily fees - date	xx - xxx EGP- [Date]					
Bio in English						
Bio in Arabic						
Online Links						
		Date of Report:    /    /				

# Training/Workshop Objectives and Tentative Agenda



The agenda/schedule for the workshop can be prepared as per the following

## 1. Objective 1 / Day 1

Time	Dur-ation	Activity	Metho-dology	To be prepared	Potential Challenges	Open Questions
		Opening				
	90 mins	What you will do (theme/ topic/ activity)	How you will do it	material stationery reading		
		Closing				

## 2. Objective 2 / Day 2

Time	Dur-ation	Activity	Metho-dology	To be prepared	Potential Challenges	Open Questions
		Closing				

## 3- Workshop Preparations

### Participant Application Process

Action	Responsible	Timeframe
Create a Google application form and share the link with the trainer	Program Coordinator	3 weeks ahead of the workshop
Prepare a distribution list for the [Region] including cultural venues and hubs	Program Coordinator, Volunteers	2 weeks ahead of the workshop
Print application form and distribute on all potential venues/ participants focal points.	Program Coordinator, Volunteers	2 weeks ahead of the workshop

# Workshop Participants Record

Governorate					
Name	Mobile	e-mail	Workshop	Trainer	Remarks

## Procurement and Marketing Preparations

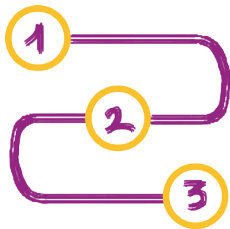


- Get trainer’s bio and photo
- If publishing an online Ad, send it 10 days ahead to the publishing website, specifying the number of impressions you need to get for the workshop (preferably during the promotion time -3 weeks)
- 
- Send the flyer text and logos to the designer
- Make sure that the designer has all the project identity (logos, fonts and colors) and set a meeting with him/her to discuss ideas
- If the printing cost will be over then EGP (xxx), make sure that you have quotations from at least 3 print houses before printing. Then, make a bid analysis to select one print house.
- Send the flyer to the chosen print house
- Make sure to send all the printing specs to the

print house:

- Logos and fonts (just in case)
- Paper specs, size, weight, number of colors., and quantity
- The color codes (get them from the designer)
- Go to the print house to supervise the sample and sign off the finalized design.
- In case of publications, ask the designer to supervise the printing sampling.

## 4- Workshop Logistics



It is essential that the venue and other logistical arrangements are optimized as per the nature of the workshop nature, trainer needs, and participants comfort.

1. Arrange transportation for [Our Organization] staff and the trainers between Cairo and the [Region] (Get the driver's contacts, make sure he knows the schedule)
2. Arrange transportation for [Our Organization] staff and the trainers inside [Region]
3. Make a list of required tools in the venue (projector, chairs, tables, flipchart, markers, etc).
4. Make sure that all the stakeholders (management and trainers are informed and approving the details) e.g. schedule, tools purchase and logistics.
5. Book the venue and make sure there is an agreement.
6. Book the hotel/accommodation.
7. Make a list of materials required for the workshop.
8. Just in case always bring the office equipment for emergencies: speakers, pocket projectors, lights, laptops, extra chargers, extra wires and cables.
9. Buy the workshop materials.
10. Send the contacts of participants to the Monitoring & Evaluation (M&E) officer.
11. Send the contacts of participants to the Communications officer to be added to the database.
12. Send a collective email to participants and trainers to introduce them to each other and to establish the contact already, and to distribute handouts.
13. Make sure that the handouts are reformatted, redesigned for the workshop project, to include the project and [Our Organization] logos, titles, etc.
14. Send the city guide to the trainers and keep it always updated with all the new places and range of living prices, weather forecast etc.
15. Assign the "runner" role to a volunteer, if needed.
16. Make sure the venue is clean. Arrive ahead of others to the city/venue to make sure that everything is functioning (tools and facilities, e.g. toilets are clean, etc.)
17. Buy/delivery-order catering and kitchen utensils (kettle, cups, spoons, plates, etc.).  
**Note: Buy from a vendor who provides purchase receipts.**
18. Make a deal with a supermarket/ a restaurant for coffee breaks and catering options. Consider healthy options if available (pastries, juice shops that can provide receipts and local healthy food.
19. Set a preparatory meeting among all the team and the trainers to discuss details of the workshop. Make sure that all discussion, decisions are

documented and sent by email as minutes later.

20. Print workshop attendance sheets.

21. Prepare the workshop schedule and send it after discussion to all the team members and the trainers.

22. You can also attach the workshop planning form for reference.

23. Print the workshop schedule and photocopy it.

24. Take the pre/post evaluation sheets for both trainees and trainers from the M&E officer.

## 5- Implementation, Documentation & Media Process



### Implementation:

- Check with the trainers if there are “production” requirements/errands.
- Call volunteers in the city and check their availability.
- Prepare certificates for participants
- Print the certificates and write the names of participants and get them signed from the Organization management and trainers
- Ask the trainer to recommend a guest speaker.
- If the outcome of the workshop should be displayed in a public space, permissions need to be

obtained (see Annex??? For steps).

- Every day keep a small diary where you write the most significant events of the day, what to adjust, quotes and feedback. Communicate these notes and reflections with the team to include them in the process and get their input.
- Pay the hotel, venue owner (and the volunteers, if applicable).
- Carry a laptop/storage media to gather the photos and videos received from the visual documenters.



# Media, Press and Documentation:

- Call photographer and/or videographer and agree dates for shooting.
- Arrange with media journalists/reporters.
- Circulate the event details to media sponsors 10 days ahead.
- Send the newsletter, a week ahead, to media and announce the start of the workshop to all prospects.
- During the workshop, follow up with the media and media sponsors, offer to host some of them and facilitate photos and other publicity materials.
- After the workshop make sure you archive the media coverage, and get a report from the Ad website with statistic of the impressions, etc.
- Post an album and upload the final video on social media channels and on the [Organization] website.



An action plan template would help organize the activities and distribute responsibilities among the team.

## Workshop Action Plan

OK	“Dept/Function» Action	Due Date	Responsible Person	Team Members	Status/ Comments

# 6- Evaluation

<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>	

It is important to complete an evaluation after the workshop, in order to identify what worked well, and what could be improved. The following process helps in completing a solid evaluation, and is donor compliant.

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Photography Workshop	How many participants attended the workshop?	Workshop Attendance Sheet 1		Local Coordinator	
	How many hours did the workshop last?	Workshop Attendance Sheet 1		Local Coordinator	
	What were the participants expectations in the beginning of the workshop?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	Where did the participants hear about the workshop and through whom?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	How did the participants experience the workshop?	Workshop Testimonies		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to their self-perception?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to the trainers perception?	Interview		Evaluator	
	How did the participants experience the documentation process?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Theatre Workshop	How many participants attended the workshop?	Workshop Attendance Sheet 2		Local Coordinator	
	How many hours did the workshop last?	Workshop Attendance Sheet 2		Local Coordinator	
	What were the participants' expectations at the beginning of the workshop?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	Where did the participants hear about the workshop and through whom?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	How did the participants experience the workshop?	Workshop Testimonies		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to their self-perception?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to the trainers perception?	Interview		Evaluator	
Visual Arts Workshop	How many participants attended the workshop?	Workshop Attendance Sheet 3		Local Coordinator	
	How many hours did the workshop last?	Workshop Attendance Sheet 3		Local Coordinator	
	What were the participants' expectations at the beginning of the workshop?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	Where did the participants hear about the workshop and through whom?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	How did the participants experience the workshop?	Workshop Testimonies		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to their self-perception?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to the trainer's perception?	Interview		Evaluator	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Visual Arts Workshop	How many participants attended the workshop?	Workshop Attendance Sheet 3		Local Coordinator	
	How many hours did the workshop last?	Workshop Attendance Sheet 3		Local Coordinator	
	What were the participants' expectations at the beginning of the workshop?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	Where did the participants hear about the workshop and through whom?	Participants Evaluation Form 1		Local Coordinator	
	How did the participants experience the workshop?	Workshop Testimonies		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to their self-perception?	Focus Group Discussion/ Participants Evaluation Form 2		Evaluator	
	What new skills/ experiences did the participants gain according to the trainers perception?	Interview		Evaluator	
Online Exchange	How many blogposts were posted on the project website?	Website Logsheet		Social Media Responsible	
	How many viewers did the project website have?	Website Logsheet		Social Media Responsible	
	How many DCC members are active in feeding the blog?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	How many users from Damietta are part of the exclusive Facebook group?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	How many users from Utrecht are part of the exclusive Facebook group?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	Has the group been active?	Exchange Logsheet		Social Media Responsible	
	How did the group members experience the exchange?	Facebook Questionnaire/ Discussion Online/ Testimonies? (tbc)		Evaluator	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Performance Outreach and Experience	How many performances took place?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	In how many locations did the performances take place?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	How many people did the performances reach?	Performance Logsheet		Project Coordinator	
	How did the participants experience the performances?	Focus Group Discussions/ Testimonies		Evaluator	
	How did the audience experience the performances?	Short Interviews/ Quote Collection		Evaluator	
	How did the trainer experience the performances?	Interview		Evaluator	
	What went well/ needs to be done differently in the coming performance?	Short Feedback Round after each performance day		Trainer, Project Manager	
Exhibition/ Installation Outreach and Experience	How many hours/ days was the outcome of the visual arts workshop displayed?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	In how many locations was it displayed?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	How many people did it reach?	Exhibition Logsheet		Project Coordinator	
	How did the participants experience the exhibition/ installation?	Focus Group Discussions/ Testimonies		Evaluator	
	How did the audience experience the exhibition/ installation?	Short Interviews/ Quote Collection		Project Coordinator, Media Officer	
	How did the trainer and curator experience the exhibition/ installation?	Interview		Evaluator	
	What went well/ needs to be done differently in the coming exhibition?	Short Feedback Round after each exhibition day/ space		Trainer/ Curator, Project Manager	

Component	Question	M & E Method	Notes	Responsible for Collection	Deadline for sending to Evaluator
Media Outreach	How many journalists attended the press conferences?	Media Logsheet		Media Officer	
	How many Arabic articles were written?	Media Logsheet		Media Officer	
	How many English articles were written?	Media Logsheet		Media Officer	
	How often was the project covered in TV/ radio?	Media Logsheet		Media Officer	
	In how many different media outlets was the project covered?	Media Logsheet		Media Officer	
Overall Project Process	Where are we at? What problems are we facing? What changes were made? What has to change in the organization? What are concerns?	Monthly core team meetings		Project Manager with Project Coordinator	
	How did the different stakeholders (core team, donors) experience the project?	Interview		Evaluator	
	What worked well? What could have been done differently? What ideas emerged for future projects in Damietta/ the Delta?	Evaluation «cake» within interview		Evaluator	

The evaluation report for the Art of Transit tour can be presented in the following structure

# [Organization Name]

## Workshop

### Evaluation Report

#### Table of Contents

##### 1. Introduction

- a) Art and Culture in Egypt
  - The Cultural Sector in Egypt
  - The Cultural Context in [Region]
- b) About the [Project]
- c) About the [Name] Workshop

##### 2. Evaluation Methodology

##### 3. Workshop Content and Outputs

##### 4. Challenges and Opportunities

##### 5. Logistics and Timings

##### 6. Trainers Performance

- a) Trainer(s) Biography
- b) Evaluation of the Trainers by the Participants
- c) Evaluation of the Workshop

##### 7. Participants

- a) Attendance
- b) Participants' Performance and

Recommendations for their Projects

##### 8. Conclusion of the Evaluation

- a) Overview of the workshop implementation
- b) Overview of the evaluation of the trainers
- c) Overview of the evaluation of the participants
- d) Workshop outcomes compared to plan

##### 9. Recommendations

- a) Recommendations for the implementation of future workshops
- b) Recommendations for [Our Organization] future work in [Region]

##### ANNEXES

Annex 1

Annex 2



### **1. Introduction**

- a) Art and Culture in Egypt
  - The Cultural Sector in Egypt
  - The Cultural Context in [Region]
- b) About the [Project]
- c) About the [Name] Workshop

### **2. Evaluation Methodology**

- Performance & progress evaluation rubric
- Trainer professional growth and development rubric
- Attendance sheet
- Interviews
- Log sheet
- Feedback
- Report

### **3. Workshop Content and Outputs**

- Specific learning goals
- Specific content
- Outputs

### **4. Challenges and Opportunities**

### **5. Logistics and Timings**

### **6. Trainer(s) Performance**

- Trainer(s) Biography
- Evaluation of the Trainers by the Participants
- Evaluation of the Workshop



7. Participants

- Selection of Participants
- Attendance Status

Serial	Name	Attendance		
		Date	Date	Date
1				
2				
3				
4				

- Participants’ Performance and Recommendations for their Projects

<div></div>	<div></div>
<div></div>	

a) Evaluation

Rating	By Participants	By Trainer	
	Mid-Workshop	Mid-Workshop	Post-Workshop
Performance Evaluation			
Attendance			
Participation			
Completion of assignments			
Progress Evaluation			
Progress in skill acquisition			
Future prospects after workshop			

b) Recommendations for [Participant Project] by Trainers

Subject	Recommendation
Performance	
Progress	
Things that the participant is doing in a positive way	
Things that the participant needs to do in a different way	
Recommendations for the future	
Other Comments	

8. Conclusion of the Evaluation

- Overview of the workshop implementation
  - Overview of the evaluation of the trainers
- Overview of the evaluation of the participants
  - Workshop outcomes compared to plan

# ANNEXES

- Annex 1:

**Evaluation model used by participants:**

Evaluation of the performance of the trainers and the quality of the workshop

**a) Trainer evaluation**

Abilities	Excellent	Good	Average	Needs more training
Presentation skills: (speaks clearly-maintains eye contact with all trainees- clarity of instructions- Speaking with adequate speed - Listening skills - Technology usage - respect of trainees				
Effectiveness of training: (organization - information - flexibility - facilitation - using various methods of explanation)				
Planning: (Defining the objectives of the workshop - using convenient activities and trainings - sharing information				

**b) Evaluation of the workshop:**

- What is your assessment of the lecture in general?
  - a) Excellent
  - b) Good
  - c) Acceptable
  - d) Needs improvement (please specify why)

- Annex 2

**Participant evaluation model used by the trainer**

Criteria for evaluating the performance of the emerging artist and evaluating his skillful development

==	=====
==	

This criteria is used twice with the participants, in the middle of the workshop, and immediately after the workshop. The goal is to encourage self-reflection and, in particular, the joint assessment in collaboration with the trainer. It also aims to facilitate the continuation of the learning and development process, which will be continued and completed after the workshop

a) Performance Evaluation

Performance evaluation	Bad performance	Average performance
Attendance	The artist was absent for at least half of the workshop sessions without prior notice	The artist was absent from some sessions of the workshop
Participation	The artist seldom listens or participates in discussions and activities	The artist listens carefully and sometimes (s)he participates in discussion and class activities
Completion of assignments	The artist does not usually complete his/her assignments, and when (s)he does, (s)he does not deliver them on time	The artist completes his/her assignment on time sometimes, and sometimes there is a delay or absence
Overall performance	Bad performance	Average performance

Good performance	Excellent
The artist attends the majority of the workshop sessions	The artist attended all sessions of the workshop
The artist often listens well and participates in discussions and activities	The artist always listens well and shares his/her thoughts in discussions and activities
The artist offers his/her assignments on time, except for some rare cases	The artist always completes the assignments on time
Good performance	Excellent


b) Progress Evaluation

Evaluation of the progress that has been achieved	No progress	Average progress	Good progress	Excellent progress
Development in the acquisition of managerial skills (in terms of understanding and applying the main concepts and mechanisms taught in the workshop)				
Future indicators after the workshop (In terms of ability to use these skills after the workshop)				
Overall progress	No progress	Average progress	Good progress	Excellent progress

Cross Cutting Themes:  
Organization Fundraising


The below table describes the ideal outputs for all the [Organization] fundraising activities.

Conversation	Building and Maintaining a relationship with Partners that is regular, participatory, and effective.
Representation	Communicating and presenting ourselves to (potential) partners in an accurate, efficient, and concrete manner.
Documentation	Incorporating [Organization] material (videos, photos, etc.) into fundraising communications.
Sustainability	Planning our fundraising strategies with foresight, insight, and depth.
Income Generation	Ensuing that [Organization] fixed costs are guaranteed through diverse and independent income streams.
Collaboration	Engage in a transparent, participatory, and reciprocal process for proposals.

# Fundraising Process



PRE-PHASE: Analysis («FO»+«BDM»)	PHASE 1: Discussion («FO»+«BDM»)	PHASE 2: Proposal writing («FO»)	PHASE 3: Editing & feedback («FO»+«BDM»)	PHASE 4: Finalization & send off («FO» or «BDM»)	PHASE 5: Follow-up («FO» or «BDM»)
<p>There are three scenarios for initiating fundraising:</p> <p>1.) Service-provision proposal ([Business Development Manager «BDM»] must check capacity/availability/cost) then present to [Fundraising Officer «FO»]</p> <p>2.) A call for proposals (RFP) matches [Organization] programs that require funding</p> <p>3.) [«BDM»] and/or [«FO»] develop proposals for specific programs that require funding</p>	<p>In either scenario, the proposal and context will be described to the F.O. and a discussion will follow, the agenda should include:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Donors/ Partners</li><li>• Ethical and legal considerations</li><li>• Proposal content</li><li>• Timeframe of proposal process</li><li>• Capacity</li><li>• Alignment</li></ul>	<p>In most circumstances, it is the responsibility of the F.O. to draft all proposals. However, if a team member within [Organization] would like to/ believes it is more practical to take the lead, the [«FO»] must be kept up to date and will be responsible for editing and recommendations together with the [«BDM»].</p>	<p>Depending on the demand and length of the proposal, the editing and feedback phase will be based on the timeframe of the proposal process. This process also necessitates recommendations and approval from the [Managing Director] and coordination with the operations team.</p>	<p>Once the final proposal has been approved, the team member that initiated contact with the partner/client will send the final proposal and will be responsible for all necessary/ required attachments</p>	<p>The response date from partner/ client will be marked down in the fundraising timeline and the team member that initiated contact will be responsible for following-up in case there are any delays. This person will also be responsible for updating the fundraising tracker based on the response.</p>
ONGOING: update lists of potential partners/supporters, weekly discussions, updating team on funded proposals, updating fundraising tracker					

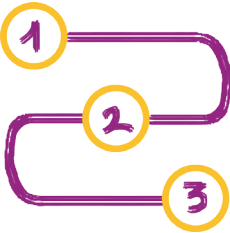
# Fundraising Tools



The below table is a working list of tools that [Organization] can use to support fundraising processes.

Section 1:

MEDIUMS	EXTERNAL
<ul style="list-style-type: none"><li>• [Organization] service catalog</li><li>• [Organization] website</li><li>• Crowd-funding platforms</li><li>• [Organization] fundraising map</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Networking events</li></ul>



Section 2:  
External fundraising  
sources

1. Government partnerships (International)
2. Foundation partnerships
3. Corporate partnerships
4. Crowd-funding