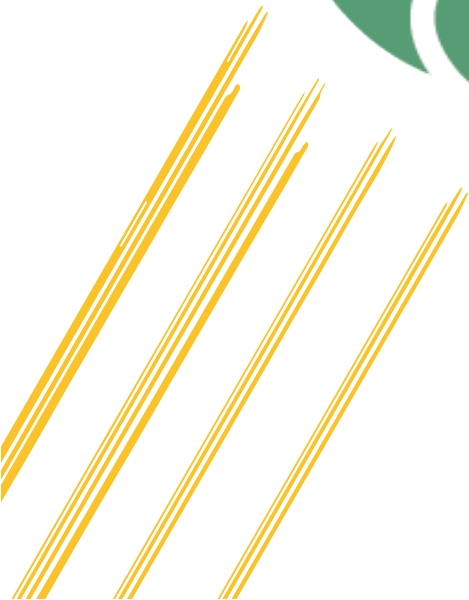


فن الترانزيت



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 بالأماكن 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 بالجاهير 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- إختيار الفنانين والمواقع.....ص٥
- ٣- المشتريات والتسويق.....ص١٢
- ٤- استخراج التصارح.....ص١٣
- ٥- تنفيذ وتوثيق الجولة الفنية...ص١٤
- ٦- التقييم النهائي.....ص١٨

1- مجموعة التركيز **الغنية**

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



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

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:

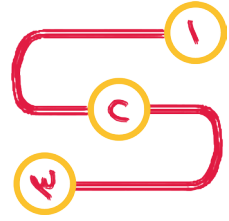
هل يمكنه توفير المواد / المعدات؟	وسيلة الانتغال / النقل	المعدات / الأدوات المطلوبة	المواد المطلوبة	عدد المؤدين / المدرسين	بيانات رئيسية	
						إسم الفنان / الفريق
						مسؤول الإتصال
						تاريخ تأسيس / بداية النشاط
						تاريخ آخر مرة تم توظيفه
						نوع العروض الفنية
						أسماء العروض
نعم / لا						
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 «المشترية» 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 مثل: 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 يشعروا بالمتعة المتنوع بالترتيب. 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 التفيتيش 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
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 الموقوف، 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 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 الموقوف. 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 بمصوري 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 من خلفيات اجتماعية مختلفة.
٣. المناطق الحدودية (بين الأحياء) عادة ما تناسب هذا الغرض.

• اعتماداً على الموقع ، علينا التفكير ملياً في عدد الأشخاص المدعوين للعروض. لا نريد أن يبدو 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 بالحضار آخرين معه يحتاج أن ينسق مع مدير المشروع ومسؤول الاتصال.

٤- الفرصة الأكثر قابلية للنجاح ستكون لو قام المجتمع المحلي في المكان المختار بدعوة مؤسستنا لتقديم العروض الفنية:

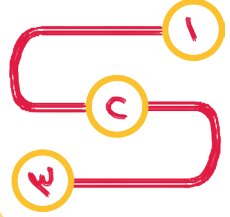
١. عند إجراء استقصاء إلكتروني ينبغي أن تكون أسئلته من قبيل ما يلي: «هل تريدنا أن نؤدي عروضنا في حيكم؟ أين موقعكم في المحافظة؟» يجب ألا يتم إرسالنا إلى أي مكان وإنما إلى المنطقة التي يعيشون فيها ويعرفونها ، وحيث يمكنهم دعوة أقرابهم ومعارفهم. يمكننا أيضاً أن نسأل بشكل مباشرة: «هل تود أن يمر (اسم العرض) عليك وعلى عائلتك؟ أين توجد عائلتك في المحافظة؟»
٢. 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 تستهدف 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 من «الشركاء الداعين» في الحي.
٤. ينبغي اختيار التوقيت المناسب وفقاً للجمهور المستهدف: على سبيل المثال ، بعد ساعات الدوام المدرسي مباشرة حيث الجمهور المستهدف تلاميذ المدارس.

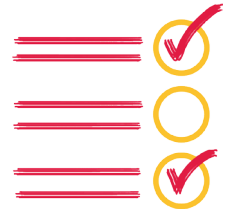
٣- المشتريات والتسويق

تتطلب الجولات فدرا كبيرا من العناية للوصول إلى مستهدفات الجمهور والتغطية الجغرافية والشهرة في المجتمع.



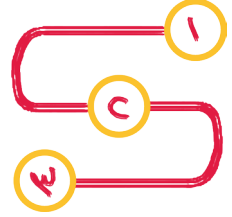
١. اطلب من الفنانين/الفرقة إرسال السيرة الذاتية الفنية وصور شخصية/جماعية.
٢. أرسل السيرة الذاتية للترجمة وتأكد من تدقيق ومراجعة النص بعد ذلك.
٣. أرسل نص النشرة الإعلانية والشعارات إلى المصمم المختص.
٤. تأكد من أن المصمم لديه كل عناصر هوية المشروع (الشعارات والخطوط الكتابية والألوان) وتقابل معه لمناقشة جميع التفاصيل والأفكار المقترحة التي تناسب هوية المؤسسة / المشروع.
٥. 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.
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

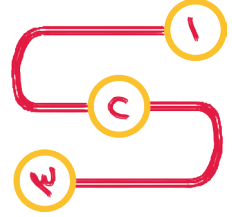
أداء العروض في أماكن عامة يستلزم تصريحا من السلطات الرسمية، الإجراءات المذكورة هنا مبنية على تجربة شركة محطات ، لكنها لا تضمن الحصول على التصاريح المطلوبة نظرا لوجود العديد من المتغيرات غير الرسمية ، والاختلافات في إجراءات التصاريح وصنع القرار من محافظة أو سلطة محلية لأخرى. لذا يتوجب على المؤسسة البحث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



١. جهاز ملف الشركة/ المؤسسة (السجل التجاري أو المستندات القانونية الرسمية).
٢. ورقة توضح الغرض من الشركة ورؤيتها ورسالتها وتفاصيل المشروع.
٣. جهاز خطابا يطلب 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 صوراً 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 إلى الإدارة المركزية التي تسعى للحصول على موافقة الجهات الأمنية. من المهم متابعة الخطوات السابقة من خلال إرسال منسق / متطوع مختار وموثوق لتلك المهمة.
٧. تحسبا لكل الظروف، من المهم البدء في عملية التصريح قبل تاريخ الجولة بشهرين على الأقل.
- ٨.

٥- تنفيذ وتوثيق الجولة الفنية

من المهم وضع خطة مسبقة
ومتبينة للانتقالات والإقامة
والتشهيلات 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 الترحلات).
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
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 ميدية.
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 والمشراف 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/المشغلتي» - 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 يومياً 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.

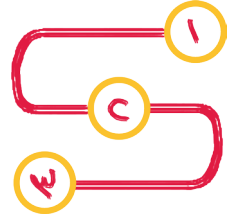
الإعلام والصحافة والتوثيق

١. اتصل بالمصورين وحدد مواعيد التقاط الصور.
٢. تأكد من أرقامهم / 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. صمم 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 للحدث وما إلى ذلك.
١٠. انشر تحديثات مباشرة على إنستجرام وفيسبوك.
١١. انشر ألبوم الصور و قم بتحميل الفيديو النهائي على قنوات التواصل الاجتماعي وعلى الموقع الإلكتروني للمؤسسة.

٦- التقييم النهائي

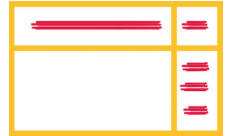
من المهم إكمال خطوة التقييم بعد انتهاء الجولة الفنية، من أجل تحديد الجوانب التي أنجزت بشكل جيد والجوانب المطلوب تحسينها.

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 إجراء 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 مظاريف ولا تسدد للفنانين أمام بعضهم البعض.

فيما يلي نموذج
التقييم التفصيلي:



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

الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم	المسؤول عن تجميع الإجابات	ملاحظات	أدوات المتابعة والتقييم	السؤال	عنصر التقييم
	منسق المشروع		كشف تسجيل العرض البصري	كم عدد الساعات / الأيام التي عرضت فيها مخرجات الورشة الفنية البصرية؟	العرض البصري / المنصة الفنية ومدى الانتشار
	منسق المشروع		كشف تسجيل العرض البصري	كم عدد الأماكن التي تم تنفيذ العروض بها؟	
	منسق المشروع		كشف تسجيل العرض البصري	كم عدد الجمهور الذي حضر العرض؟	
	منسق المشروع، مسؤول الإعلام		مقابلات قصيرة / جمع الأقوال والتعليقات	كيف كانت تجربة الجمهور مع العرض / المنصة؟	
	مسؤول التقييم		مقابلة	كيف كانت تجربة الفنان/الفنانين مع العرض / المنصة؟	
	الفنان/ مدير العرض، مدير المشروع		جلسة تجميع آراء في نهاية يوم كل عرض بصري	ما الجوانب التي نجحت في العمل؟ ما الجوانب المطلوب تنفيذها بشكل مختلف في العروض القادمة؟	

الموعد النهائي لإرسال الإجابات إلى مسؤول التقييم	المسؤول عن تجميع الإجابات	ملاحظات	أدوات المتابعة والتقييم	السؤال	عنصر التقييم
	مسؤول الإعلام		سجل التغطية الإعلامية	كم عدد الصحفيين الذين حضروا المؤتمرات الصحفية؟	الانتشار الإعلامي
	مسؤول الإعلام		سجل التغطية الإعلامية	كم عدد المقالات المنشورة باللغة العربية؟	
	مسؤول الإعلام		سجل التغطية الإعلامية	كم عدد المقالات المنشورة باللغة الإنجليزية؟	
	مسؤول الإعلام		سجل التغطية الإعلامية	كم عدد مرات تغطية المشروع في التلفزيون/ الراديو؟	
	مسؤول الإعلام		سجل التغطية الإعلامية	كم عدد وسائل الإعلام التي غطت المشروع؟	

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

The image displays six rows of handwriting practice for the Persian letter 'Zay' (ز). Each row consists of the following elements from left to right:

- A calligraphic example of the letter 'Zay' in a yellow-bordered box.
- Three horizontal lines representing the writing surface, with arrows and circles indicating the stroke order: 1 (downward), 2 (upward curve), and 3 (downward curve).
- A yellow-bordered box containing horizontal lines for practice, with a vertical line on the right side.
- A tracing path consisting of three numbered circles (1, 2, 3) connected by a red line, showing the correct stroke order.

(اسم المؤسسة)

فن الترانزيت

تقرير التقييم النهائي

الفهرس:

١. الملخص التنفيذيص٢٨
٢. منهجية التقييمص٢٨
٣. الجمهورص٢٩
 - أ. إحصائيات الجمهور
 - ب. تفاعلات الجمهور
٤. تنظيم الجولة الفنيةص٣٠
 - أ. المواقع المختارة
 - ب. التسهيلات والإمدادات
 - ج. الأنشطة التنظيمية
 - د. الشركاء والمتطوعون
 - هـ. التصاريح والوضع الأمني
 - و. العلاقات العامة والتسويق
٥. الفنانونص٣١
 - أ. معلومات حول الفنانين
 - ب. آراء الفنانين
 - ج. انطباعات الفنانين عن الجولة
٦. بعض آراء الجمهورص٣١
٧. أبرز التحدياتص٣١
٨. الفرص المطروحةص٣١

ملحقات

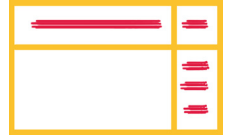
ملحق ١: أعضاء فريق المشروع ص٣٢

ملحق ٢: التغطية الإعلامية ص٣٢

The image displays five rows of activity cards. Each row consists of the following elements from left to right:

- A yellow-bordered box containing a red question mark icon.
- A vertical list of three horizontal lines, each ending in a red circle. The first and third circles are checked with a red checkmark.
- A yellow-bordered table with two columns and two rows. The top row contains three horizontal lines, and the bottom row contains two horizontal lines.
- A vertical list of three numbered circles (1, 2, 3) connected by red lines. The circles are arranged in a U-shape, with '1' at the top, '2' in the middle, and '3' at the bottom.

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		

٢- إحصاء مقسم:

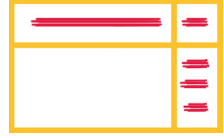
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

أطفال	إناث	ذكور	المحافظة/المدينة
			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- التشهيلات 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 الجودة

٦. بعض آراء الجمهور

٧. أبرز التحديات

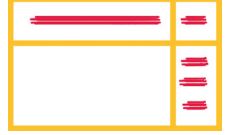
٨. الفرص المطروحة

٩. التوصيات

الملحقات

ملحق ١: أعضاء فريق المشروع

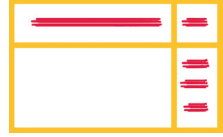
ملحق ٢: التغطية الإعلامية



اللغة	الرابط الإلكتروني	اسم الوسيلة الإعلامية

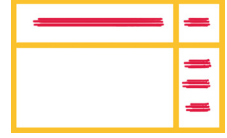
تدبير التمويل اللازم

الجدول التالي يوضح الشكل
المثالي لنواتج كل أنشطة تدبير
الأموال للمؤسسة

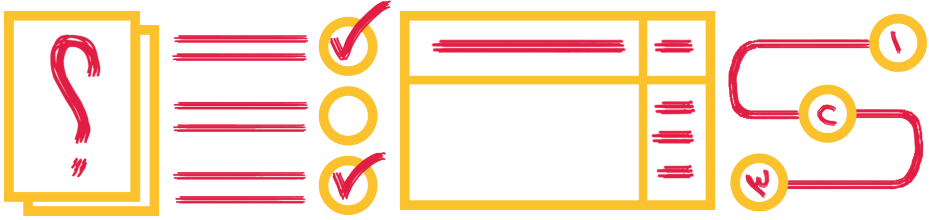


تكوين علاقات دائمة مع الشركاء تتسم بالانتظام والتشاركية والفاعلية	التحاور
عرض المؤسسة وإمكاناتها وعناصرها على الشركاء (المحتملين) بصورة دقيقة ومختصرة ومتناسكة	استعراض ملف المؤسسة
تضمين مواد (فيديو، صور، الخ) عن المؤسسة في المراسلات والعروض الخاصة بطلب التمويل	الوثائق
تتسم خطة التمويل الاستراتيجية بالرؤية 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



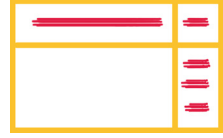
<p>المرحلة ٢ صياغة مقترح التمويل (مسؤول التمويل)</p>	<p>المرحلة ١ التحاور (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)</p>	<p>المرحلة التمهيديّة الدراسة التحليلية (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)</p>
<p>لمعتاد أن يتولى مسؤول التمويل إعداد كل مسودات مقترحات التمويل. لكن إذا رأى أحد أعضاء الفريق أن من العملي قيامه هو بالمهمة، يجب إبقاء مسؤول التمويل مطلعاً على المستجدات، بحيث يتولى مع مدير تطوير الأعمال تحرير المقترح وتوصياته</p>	<p>أياً كان السيناريو المتبع، يتم شرح المقترح وسياقه لمسؤول التمويل ثم مناقشته بشأن العناصر التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> • الممولون/الشركاء • الاعتبارات الأخلاقية والقانونية • محتوى المقترح • مدة إجراءات عرض المقترح • القدرات المتاحة • الاتساق مع أهداف المؤسسة 	<p>هناك ثلاثة سيناريوهات لبدء تدبير الأموال:</p> <p>(١) مقترح تقديم الخدمة (يقوم مدير تطوير الأعمال بالتحقق من القدرات والكوادر والتكاليف المطلوبة ثم يرسلها إلى مسؤول التمويل</p> <p>(٢) إصدار دعوة لتقديم عروض التمويل تتوافق مع برامج المؤسسة التي تتطلب تمويلاً</p> <p>(٣) يقوم مدير تطوير الأعمال أو مسؤول التمويل أو كلاهما بإعداد مقترحات لبرامج محددة تتطلب التمويل</p>
<p>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.</p>		



<p>المرحلة ٤ المتابعة (مسؤول التمويل أو مدير تطوير الأعمال)</p>	<p>المرحلة ٤ اللمسات النهائية وإرسال المقترح (مسؤول التمويل أو مدير تطوير الأعمال)</p>	<p>المرحلة ٣ مراجعة وتنقيح المقترح (مسؤول التمويل مع مدير تطوير الأعمال)</p>
<p>ينهم 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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>

أدوات تدبير الأموال

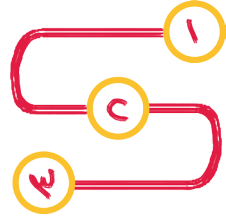
الجدول التالي عبارة عن قائمة متجددة للأدوات التي يمكن للمؤسسة استخدامها في إنجاح مقترحات تدبير الأموال



القسم الأول:

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

القسم الثاني:
مصادر التمويل الخارجية



1. شراكات حكومية (دولية)
2. شركاء المرحلة التأسيسية
3. الشراكة المؤسسية
4. التمويل الخارجي الجماعي