

RAPORT EWALUACYJNY PROJEKTU „Trend na ARA” realizowanego przez Stowarzyszenie Rozwój

data rozpoczęcia 2025-05-30 data zakończenia 2025-11-30



Wstęp

Raport ewaluacyjny dotyczy projektu „Trend na ARA” realizowanego przez Stowarzyszenie Rozwój w okresie od 30.05.2025 do 30.11.2025, w ramach Umowy nr 246/I/2025 zawartej z Narodowym Instytutem Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego.

Projekt wyrósł z uważnej obserwacji lokalnych środowisk artystów amatorskich – tych, które działają „pomiędzy” domem a instytucją, pomiędzy pasją a profesjonalizacją, często bez narzędzi, bez widoczności i bez okazji, by pokazać swój głos w przestrzeni publicznej.

„Trend na ARA” został zaplanowany jako trzy uzupełniające się działania: kampania społeczna „TREND na ARA” jako impuls zmiany wizerunkowej i informacyjnej, warsztaty jako serce procesu budowania kompetencji i sprawczości oraz cykl wydarzeń „Scena otwarta dla każdego” jako moment spotkania z publicznością i realnego doświadczenia sceny.

Ewaluacja została pomyślana tak, by nie ograniczać się do prostego rozliczenia wskaźników, ale uchwycić to, co w kulturze społecznej najważniejsze: jakość doświadczenia, sens zmiany i trwałość efektu. W projekcie zakładano prowadzenie monitoringu przez cały okres realizacji oraz badanie działań w trzech momentach: przed ich rozpoczęciem, w trakcie i po zakończeniu, z użyciem ankiet ex ante i ex post oraz narzędzi oceny jakości i efektywności.

W części dotyczącej wydarzeń zastosowano zestaw narzędzi łączących perspektywę odbiorców, wykonawców i zespołu realizującego: ankietę po wydarzeniu dla publiczności i uczestników, ankietę dla występujących/grup ARA, kartę obserwacji prowadzącego/koordynatora oraz analizę zgodności realizacji z założeniami, co pozwoliło na „triangulację” danych i pełniejszy opis rezultatów.

I. RAPORT EWALUACYJNY – Ewaluacja działania Kampania społeczna „TREND na ARA”.

1. Kampania jako „otwarcie drzwi” do świata ARA

Kampania społeczna „TREND na ARA” była w projekcie czymś znacznie większym niż promocją wydarzeń. Jej zadaniem było odczarowanie stereotypowego obrazu amatorskiego ruchu artystycznego i pokazanie go jako zjawiska żywego, nowoczesnego, wpływającego na lokalną energię i więzi – czyli jako trendu, który dzieje się tu i teraz.

Wniosek projektowy bardzo trafnie nazywa problem, od którego wszystko się zaczyna: z jednej strony brak wspólnych, atrakcyjnych materiałów promujących środowiska ARA, z drugiej niedostateczna świadomość społeczna tego, jak duży wpływ ARA ma na kondycję wspólnot lokalnych. To ważne, bo w takim ujęciu kampania nie jest „ładnym dodatkiem” – ona jest narzędziem zmiany. Jeżeli społeczność ma traktować kulturę amatorską poważnie, najpierw musi ją zobaczyć, zrozumieć i poczuć, że jest „nasza” i że warto o nią dbać.

Kampania została zaplanowana w oparciu o narzędzia innowacyjne i nowoczesne kanały dotarcia, a jej cele zostały opisane wprost:

- promocja lokalnych ARA w powiatach: gorzowskim, myśliborskim, sulęcińskim, pyrzyckim oraz w Gorzowie Wlkp.,
- przekaz treści o roli ARA w budowaniu potencjału środowisk lokalnych,
- przekaz treści o problemach społecznych, na które ARA oddziałuje,
- wsparcie wizerunkowe ARA (wzmocnienie rozpoznawalności, prestiżu i społecznej „zgody” na to, że ARA jest ważne).

Planowany okres kampanii obejmował czas od 02.06.2025 do 30.11.2025.

2. „Serce” kampanii: animatorzy i praca w środowisku

To, co w praktyce nadało kampanii prawdziwą jakość i autentyczność, to praca animacyjna i facylitacyjna prowadzona w środowisku: z grupami formalnymi i nieformalnymi, z UTW, z lokalnymi domami kultury, z zespołami amatorskimi. W samym opisie projektu podkreślono, że ARA działa zwykle właśnie w takich strukturach – UTW, KGW, chóry, zespoły ludowe, grupy wokalne i taneczne – i że opiera się na wolontariacie, pasji i potrzebie aktywności.

Animatorzy nie „robili kampanii z za biurka”. Ich zadaniem było:

- budowanie relacji i zaufania w środowisku,
- uruchamianie współpracy pomiędzy podmiotami,
- zbieranie treści i historii do komunikacji,
- wspieranie grup w wejściu w świat narzędzi promocyjnych,
- oraz czuwanie nad tworzeniem partnerstw.

Wniosek wprost zakładał możliwość nawiązania partnerstw na tym etapie i wskazywał animatora jako osobę, która ma nad tym czuwać. Jednocześnie projekt zabezpieczał realny czas na animację: wynagrodzenie animatora/animatorów opisano jako pracę 3 osób, średnio 120 godzin miesięcznie.

Wartość dodana: kampania nie była „obrazkiem”, tylko procesem społecznym. Każda publikacja, każde zdjęcie, każde krótkie wideo było efektem rozmowy, kontaktu, często pierwszego spotkania z nowym narzędziem, a czasem – pierwszej odwagi, żeby powiedzieć o swojej twórczości publicznie.

3. Kampania jako spójna opowieść: tradycja + nowe trendy

W projekcie bardzo mocno wybrzmiewa idea innowacyjności: połączenie tradycji (powszechny, często „klasyczny” wizerunek uczestników ARA) z trendami i technologiami oraz współtworzenie przekazu z beneficjentami. To nie była więc kampania „o kimś” – tylko kampania z kimś.

W działaniach kampanii (zgodnie z opisem projektu) przyjęto kilka zasad:

- treści w social media miały być uzupełniane o materiały tworzone podczas spotkań warsztatowych,
- sesje zdjęciowe i materiały wizerunkowe miały powstawać „w rytmie projektu”, podczas warsztatów i wydarzeń,
- kampania miała unikać sztuczności: pokazywać proces, kulisy, ludzi, emocje i energię wspólnoty (a nie tylko końcowy efekt).

Dzięki temu komunikacja miała charakter „żywej kroniki” projektu: treści nie udawały profesjonalnej reklamy – one budowały wspólną dumę i widoczność środowiska.

4. Produkty kampanii (rezultaty materialne) – zgodnie z projektem

W ramach kampanii osiągnięto zestaw produktów i usług przewidzianych w projekcie. W samym wniosku wyszczególniono je jako bezpośrednie efekty (produkty) projektu: fanpage, kanały social media, materiały lokalne, druki i ZIN, oraz partnerstwa formalne.

Zestawienie produktów kampanii:

Obszar	Produkt / rezultat	Skala / liczba (wg projektu)
Social media	Fanpage FB „TREND na ARA”	1
Social media	Instagram „TREND na ARA”	1
Social media	TikTok „TREND na ARA”	1
Media lokalne	Materiały audiowizualne	min. 6
Druki	Ulotki	1000
Druki	Plakaty	100



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



Rządowy Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich
na lata 2021-2030
NOWE FIO

Obszar	Produkt / rezultat	Skala / liczba (wg projektu)
Wydawnictwo	ZIN promujący ARA	1000 egz.
Współpraca	Partnerstwa formalne	3

5. Partnerstwa – efekt animacji i trwałość zmiany

Jednym z najbardziej „trwałych” efektów kampanii i całego etapu animacyjnego było powstanie trzech porozumień służących rozwojowi ruchów amatorskich. Projekt zakładał osiągnięcie „3 związanych partnerstw formalnych” jako rezultatu. W praktyce partnerstwa te przyjęły formę porozumień:

1. Stowarzyszenie ROZWÓJ + Sulęcińskie Centrum Kultury (wzmacnianie środowiska ARA w powiecie sulęcińskim; projekt wskazywał to wsparcie terytorialne).
2. Porozumienie środowisk gorzowskich: Stowarzyszenie ROZWÓJ + Stowarzyszenie Artystyczne Art Show + Stowarzyszenie Miasto Kultury (współpraca NGO przy działaniach artystycznych, integracyjnych i promocyjnych).
3. Myśliborski Uniwersytet Trzeciego Wieku – Stowarzyszenie ROZWÓJ” (wzmacnianie sieci i kontaktu ze środowiskiem ARA oraz rozwijanie inicjatyw w oparciu o doświadczenie UTW).

Warto podkreślić znaczenie tych porozumień w narracji ewaluacyjnej: kampania nie kończy się w dniu ostatniego posta. Kampania jest skuteczna wtedy, gdy zostawia po sobie „infrastrukturę społeczną” – a więc relacje, uzgodnienia, gotowość do współdziałania. I to dokładnie tutaj widać sens pracy animacyjnej: to ona zamienia jednorazową aktywność w coś, co można kontynuować.

6. Ewaluacja kampanii: jak badano jakość i efekty

Ewaluację prowadzono zgodnie z podejściem opisanym we wniosku: monitoring w całym okresie realizacji, ankiety ex ante i ex post oraz narzędzia oceny jakości działań. W odniesieniu do kampanii społecznej (jako działania promocyjno-wizerunkowego) kluczowe było łączenie twardych wskaźników produktu z oceną jakościową.

Zastosowane źródła danych (triangulacja):

- monitoring realizacji produktów kampanii (checklista: kanały social media, druki, ZIN, materiały lokalne),
- analiza treści publikowanych (spójność z celami kampanii: rola ARA, problemy społeczne, wizerunek),
- informacja zwrotna od uczestników i partnerów (jak kampania była odbierana, czy zwiększyła widoczność),
- obserwacje animatorów (co działało w mobilizowaniu środowisk, co wymagało wsparcia),
- analiza efektu w postaci partnerstw formalnych (trwałość współpracy jako wskaźnik głębokiej zmiany).

7. Wyniki ewaluacji - co kampania realnie „zrobiła” w społecznościach

Wyniki kampanii warto opowiedzieć w trzech warstwach, bo one razem pokazują sens działania.

7.1. Warstwa informacyjna – „ludzie się dowiedzieli”

Najbardziej podstawowym efektem kampanii było to, że w kilku powiatach jednocześnie pojawiła się spójna informacja: ARA istnieje, ma twarz, ma energię i ma swoją wartość. W praktyce oznaczało to przełamanie „ciszy informacyjnej”, która często towarzyszy twórczości amatorskiej: dużo pracy dzieje się lokalnie, ale rzadko staje się widoczna w szerszym obiegu.

Kampania, poprzez stałe kanały (FB/IG/TikTok) oraz obecność w mediach lokalnych, budowała rozpoznawalność nazwy „TREND na ARA” i przyzwyczajała odbiorców do myśli, że amatorskie zespoły i grupy są pełnoprawnym aktorem życia społecznego, a nie jedynie „oprawą” wydarzeń.

7.2. Warstwa wizerunkowa – „to jest nowoczesne i nasze”

Najcenniejsze w tej kampanii było to, że ona nie próbowała „upiększać” ARA na siłę. Ona robiła coś mądrzejszego: łączyła to, co w ARA tradycyjne i stabilne, z tym, co nowe i odważne – dokładnie tak, jak opisano w koncepcji innowacyjności. To połączenie sprawiło, że:

- starsze grupy (np. środowiska UTW) czuły się zaopiekowane, a nie wyśmiane,
- młodszy odbiorcy dostawali formaty komunikacji, które są dla nich naturalne (video, krótkie formy, „kulisy”),
- a sama kultura amatorska przestawała być postrzegana jako „gorsza”, „mniej ważna”, „tylko dla swoich”.

W tym sensie kampania pełniła funkcję edukacyjną: uczyła społeczność patrzeć na ARA nie jak na hobby, lecz jak na kapitał społeczny i kulturowy.

7.3. Warstwa relacyjna – „zaczęliśmy działać razem”

Najmocniejszym wskaźnikiem sensu kampanii było to, że jej efekty nie zatrzymały się na komunikacji. Skoro projekt zakładał partnerstwa i możliwość ich wypracowania pod opieką animatora, to podpisane porozumienia są dowodem, że kampania:

- wzmacniała gotowość do współpracy,
- obniżała bariery „my osobno – wy osobno”,
- dawała partnerom wspólny język i wspólny interes: rozwój ARA.

To jest dokładnie ta różnica między kampanią, która „ma zasięgi”, a kampanią, która uruchamia wspólnotę.

8. Co mówią odbiorcy - wnioski jakościowe i potrzeba kontynuacji

Jako, że projekt był oceniany dobrze/bardzo dobrze, z wyraźną potrzebą kontynuacji (wnioski w części III. Raportu) – i ten głos jest spójny z logiką kampanii. Kampania „TREND na ARA” w naturalny sposób rozbudziła apetyt: skoro pokazaliśmy, że ARA może być widoczne i nowoczesne, to pojawia się pytanie: dlaczego tylko w kilku gminach?

Wnioski ewaluacyjne w tym obszarze są więc następujące:

- kampania skutecznie wzmacnia wizerunek i „podnosi rangę” ARA (zarówno w oczach uczestników, jak i odbiorców),
- kampania działa najlepiej wtedy, gdy jest połączona z animacją i realnym kontaktem w środowisku (co zostało osiągnięte),
- duży potencjał dalszego rozwoju tkwi w skalowaniu: kolejne miejscowości i kolejne grupy proszą o podobny rodzaj wsparcia i widoczności,
- najbardziej trwałym efektem są partnerstwa i sieci współpracy – warto je rozwijać jako fundament następnych edycji.

9. Rekomendacje

1. Kontynuować kampanię w trybie sezonowym (np. 2–3 fale rocznie), żeby utrzymać rozpoznawalność i stale podprowadzać społeczności do wydarzeń i działań rozwojowych.
2. Rozszerzyć zasięg terytorialny o kolejne gminy, wykorzystując podpisane porozumienia jako „węzły sieci” (partnerzy jako lokalne punkty dystrybucji informacji).
3. Wzmocnić komponent „historii ludzi”: krótkie formaty o liderach i grupach ARA (co robią, dlaczego to ważne, co im daje wspólnota).
4. Traktować ZIN jako narzędzie stałe – edycje tematyczne (np. „ARA i integracja”, „ARA i międzypokoleniowość”, „ARA i nowe media”) i dystrybucję także w nowych miejscach.

II. RAPORT EWALUACYJNY – Ewaluacja działania „Scena otwarta dla każdego”

W projekcie przewidziano łącznie **3 wydarzenia** w ramach usługi „Scena otwarta dla każdego” oraz ich realizację w lokalizacjach: **Myślibórz, Sulęcín, Gorzów Wlkp.**

1. Sens i rola wydarzeń w logice projektu

Ta część projektu miała szczególną, „miękką”, ale kluczową funkcję: nie chodziło o to, by tylko *opowiedzieć* o ARA, ale by dać mu **prawdziwą widoczność** – w przestrzeni wspólnej, wśród sąsiadów, rodzin, znajomych i osób, które być może dotąd miały lokalną kulturę amatorską bez zatrzymania.

Projekt zakładał, że repertuar i wystąpienia będą wyrastać z pracy warsztatowej (wokalne, taneczne i z obszaru prezentacji scenicznej), a samo wydarzenie będzie miało charakter **biesiady z udziałem społeczności lokalnych**. To było ważne: biesiada nie jest tylko formą. To komunikat: *„to jest nasze miejsce i nasz czas”* – bez barier, bez hierarchii, bez onieśmielającej „instytucjonalności”.

Jednocześnie „scena otwarta” oznaczała realną otwartość programu: projekt przewidywał możliwość zgłoszeń do udziału w programie już na etapie promocji, z uprzednim kontaktem organizacyjnym dla

zapewnienia warunków występu. Ta zasada – w praktyce – budowała zaufanie i poczucie współtworzenia: publiczność mogła stać się uczestnikiem, a uczestnik – współgospodarzem.

2. Charakter wydarzeń – „otwarta scena” jako narzędzie integracji

Każde spotkanie miało charakter integracyjny i wspólnotowy: w projekcie podkreślono formułę integracyjną, a także możliwość udziału „gwiazdy” wybranej przez grupy amatorskie (G.A.) – jako element wzmacniający atrakcyjność i rangę wydarzenia.

W praktyce, w ramach tych wydarzeń zadziały się trzy równoległe procesy:

1. **Prezentacja efektów pracy** – uczestnicy warsztatów i środowiska ARA mogli pokazać umiejętności, które wcześniej „ćwiczyli w sali”: pracę z głosem, ruchem, sceniczną obecność, współdziałanie w grupie.
2. **Wzmacnianie tożsamości lokalnej** – bo ARA, pokazane publicznie, przestaje być „prywatną pasją” i staje się częścią lokalnej opowieści.
3. **Integracja i spotkanie** – wydarzenia działały jak bezpieczny most: między pokoleniami, między formalnymi instytucjami kultury a grupami oddolnymi, między „publicznością” a „twórcami”.

3. Skala i zasięg

Wskaźnikowo projekt zakładał:

- ok. **1000 uczestników** w Myśliborzu i Sulęcinie łącznie (po ok. 1000 na wydarzenie w ujęciu projektowym dla dwóch lokalizacji),
- ok. **3000 uczestników** w wydarzeniu gorzowskim.

Wydarzenia cieszyły się dużym zainteresowaniem, każdorazowo przekraczając oczekiwania organizatorów i uczestników. Frekwencja była wysoka i odpowiadała skali założeń, co potwierdzały obserwacje zespołu (dynamiczny przepływ publiczności, wysoka rotacja widzów w przestrzeni wydarzeń oraz duża liczba interakcji w strefach towarzyszących – informacyjnych i integracyjnych).

Twarde produkty i efekty realizacyjne:

- zrealizowano 3 wydarzenia zgodnie z projektem,
- każde wydarzenie miało charakter otwartego spotkania społeczności,
- zapewniono mechanizm „sceny otwartej” – możliwość zgłoszeń do programu w ramach promocji wydarzeń ,
- wydarzenia były spójne z kampanią „TREND na ARA” i wzmacniały widoczność ARA w regionie.

4. Narzędzia ewaluacji zastosowane przy wydarzeniach

Aby uchwycić zarówno **organizacyjną poprawność**, jak i **wartość społeczną i kulturową** wydarzeń, zastosowano (w formule spójnej z wcześniejszą koncepcją ewaluacji projektu) zestaw narzędzi:

1. Ankieta po wydarzeniu (dla publiczności i uczestników)

Krótki formularz obejmujący ocenę: atmosfery, dostępności, jakości programu, poziomu integracji, poczucia bezpieczeństwa i gotowości do ponownego udziału.

2. Ankieta dla występujących / grup ARA

Skoncentrowana na: poczuciu przygotowania, wsparciu organizacyjnym, warunkach scenicznych, współpracy między grupami oraz wpływie występu na motywację do dalszej aktywności.

3. Karta obserwacji prowadzącego/koordynatora (checklista)

Obserwacja: przebiegu harmonogramu, interakcji między grupami, reakcji publiczności, dostępności przestrzeni, elementów integracyjnych, zarządzania ryzykiem i logistyką. W projekcie podkreślono konieczność monitoringu „przez cały okres realizacji” i zbierania informacji zwrotnej na bieżąco.

4. Analiza realizacji założeń projektu

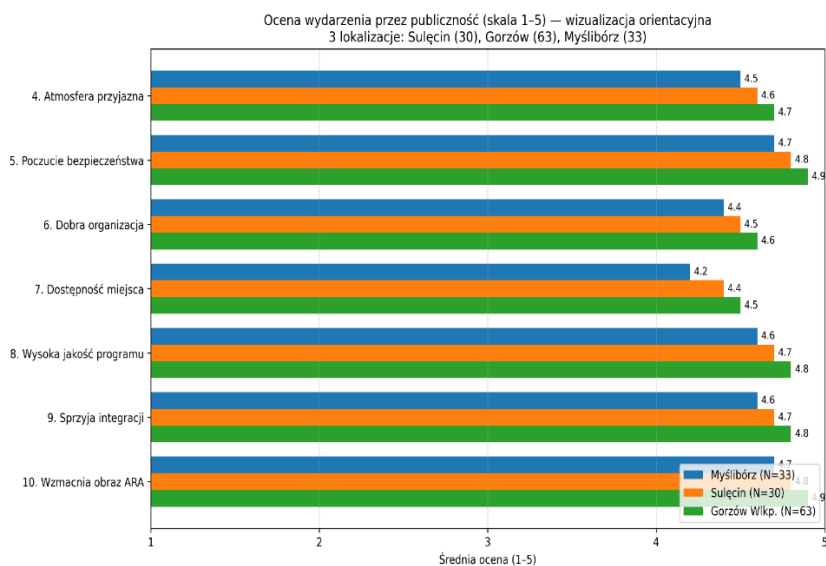
Porównanie: planowanego charakteru wydarzeń (integracja, prezentacja umiejętności, inkluzywność) z rzeczywistą realizacją.

5. Wyniki ewaluacji – co zadziało i dlaczego.

Ewaluacja tej części projektu pokazała bardzo wyraźnie, że „Scena otwarta” zadziałała jak **wspólny finał**: nie formalne podsumowanie, ale emocjonalna kulminacja, w której uczestnicy mogli przeżyć trzy rzeczy naraz: „*umiem*”, „*mam z kim*”, „*mam po co*”.

5.1. Odbiór społeczny: atmosfera, otwartość i poczucie wspólnoty

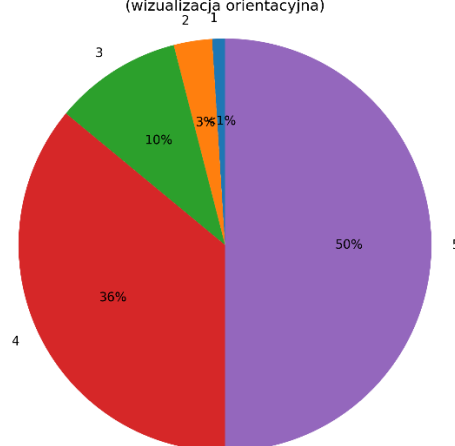
Z ankiet i obserwacji wynikało, że wydarzenia były oceniane **dobrze i bardzo dobrze**, a atmosfera była wskazywana jako największy atut: dostępna, serdeczna, niewykluczająca. Dla wielu osób istotne było samo doświadczenie bycia częścią wydarzenia, które nie dzieli na „ważnych” i „resztę”: można było po prostu przyjść, zostać, podejść bliżej sceny, spotkać znajomych, porozmawiać, zobaczyć swoje lokalne zespoły w roli, na jaką zasługują – na scenie.



Uwaga: wartości na wykresie są orientacyjne (do narracyjnej prezentacji wyników), nie są surowymi wynikami ankiet. Po podaniu realnych średniczy rozkładów 1-5 przygotuję wersję na twardych danych.

5.2. Efekty dla ARA: widoczność, motywacja i odwaga sceniczna

Efekt motywacyjny i rozwojowy — P13
„Występ zwiększył motywację do dalszej aktywności artystycznej” (1-5)
(wizualizacja orientacyjna)



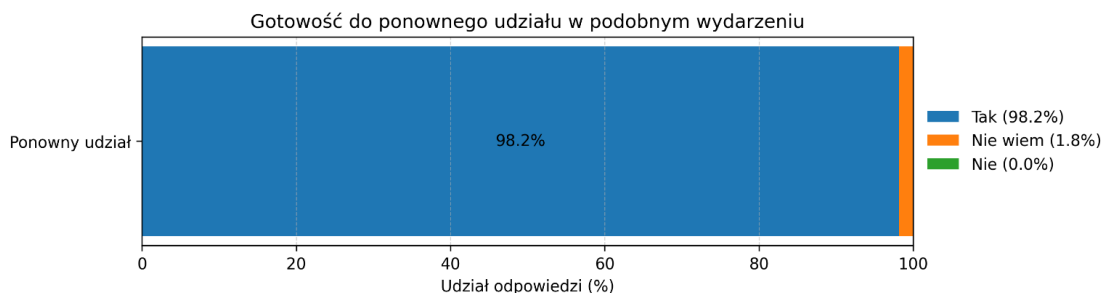
Wydarzenia spełniły funkcję „wzmocnienia środowiska” w praktyce. W projekcie jasno zapisano, że to ma być prezentacja nowo nabytych umiejętności i współpracy – i to dokładnie było widoczne:

- uczestnicy warsztatów mówili o **większej pewności siebie** na scenie,
- liderzy grup podkreślali, że wspólny finał działa jak „domknięcie procesu”, które zostawia w ludziach energię do dalszej pracy,
- publiczna prezentacja stała się także formą uznania: ARA poczuło, że jest traktowane poważnie.

5.3. Integracja: międzypokoleniowość i „spotkanie ponad podziałami”

Część integracyjna była realna, nie deklaratorywna. Ponieważ wydarzenia były otwarte i miały charakter biesiady integracyjnej, naturalnie tworzyły przestrzeń, w której:

- seniorzy i młodszy uczestnicy spotykali się bez formalnych ram,
- grupy z różnych miejscowości widziały, że „nie są same”,
- uczestnicy mogli podpatrzeć inne formy amatorskiej twórczości i inspiracji.



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



6. Wartość dodana: targi przedsiębiorców „ze Wschodu” w Gorzowie

Dodatkowym, bardzo ważnym elementem (bezkosztowym dla Wnioskodawcy) – wykraczającym ponad plan podstawowy – były **targi przedsiębiorców ze Wschodu** podczas wydarzenia w Gorzowie (plac przed sceną na Starym Rynku). Przedsiębiorcy z krajów trzecich, zarejestrowani w Gorzowie i okolicach, prezentowali swoje produkty i usługi, tworząc wokół festiwalu drugi krąg integracji: nie tylko artystycznej, ale też **społeczno-gospodarczej**. Inicjatorem wydarzenia były: Fundacja ProLegal Plus i Stowarzyszenie Związek Przedsiębiorców ze Wschodu, założone i z sukcesami prowadzone przez imigrantów na stałe mieszkających w Polsce.

Ten element zadziałał jak mądre poszerzenie sensu „różnorodności”: festiwal stał się miejscem, gdzie różnorodność jest nie hasłem, tylko doświadczeniem – w muzyce, w rozmowie, w zapachach i smakach, w spotkaniu „twarzą w twarz”. W rezultacie wydarzenie w Gorzowie spełniło funkcję podsumowania etapu projektu w sposób szczególnie mocny: kultura spotkała się tu z przedsiębiorczością i integracją w praktyce.

7. Organizacja, wybór wykonawcy i zasady konkurencyjności wydatkowania

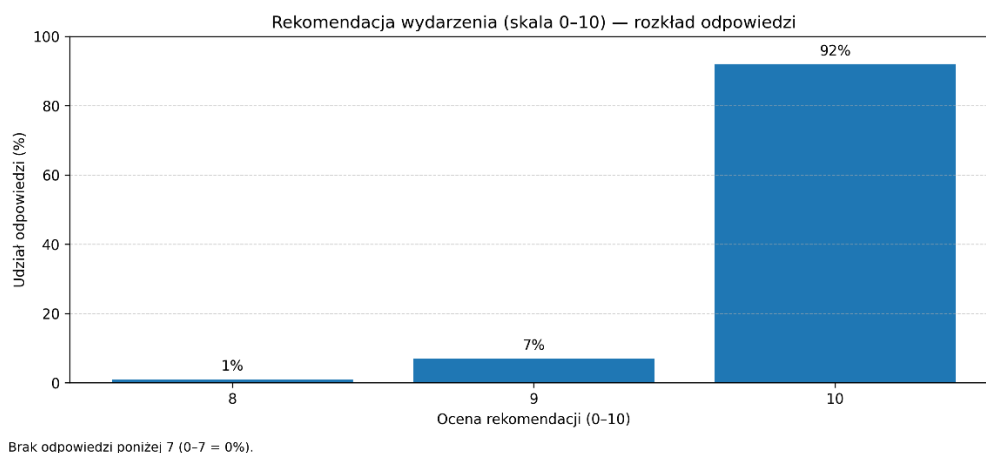
Wszystkie wydatki w ramach zadania realizowano z zachowaniem zasad legalności, celowości, rzetelności i gospodarności oraz z uwzględnieniem zasad uczciwej konkurencji (procedury rozeznania rynku / zapytania ofertowego – zgodnie z progami i wymaganiami, które określa Umowa o dofinansowanie i Regulamin konkursu).

Wykonawcę odpowiedzialnego za realizację trzech eventów wyłoniono w ramach przejrzystego postępowania. Na stronie LSRR „Rozwój” opublikowano zarówno **zapytanie ofertowe** dotyczące organizacji trzech wydarzeń artystyczno-integracyjnych w ramach projektu „Trend na ARA” (lubuskie.org.pl), jak i informację o **rozstrzygnięciu postępowania**: wybrano ofertę **Stowarzyszenia Związek Przedsiębiorców ze Wschodu** jako najkorzystniejszą, ocenianą wg kryteriów obejmujących m.in. cenę, doświadczenie oraz status PES (klauzula społeczna).

W ujęciu ewaluacyjnym ma to znaczenie nie tylko formalne: prawidłowo przeprowadzony wybór wykonawcy przełożył się na jakość realizacji (spójność trzech eventów, sprawna logistyka, przewidywalność organizacyjna), a w przypadku Gorzowa umożliwił także wdrożenie wartości dodanej w postaci targów – w formule współpracy.

7. Wnioski z ewaluacji (najważniejsze)

1. Cykl „Scena otwarta dla każdego” był silnym momentem projektu: domknął proces i nadał mu publiczny sens.
2. „Scena otwarta” była potrzebna – nie jako jednorazowy koncert, ale jako mechanizm wzmacniający ARA: pokazujący, że amatorska twórczość ma publiczność, sens i społeczne uzasadnienie. Model otwartej sceny jest rozwojowy: możliwość zgłoszeń do programu buduje poczucie współtworzenia i obniża barierę wejścia.



3. Największą wartością dla środowisk ARA było zapewnienie **warunków profesjonalnego występu** – dla wielu wykonawców była to pierwsza taka okazja w życiu.
4. Wydarzenia wzmacniały motywację i sprawczość artystów amatorów: po występach pojawiała się wyraźna gotowość do kontynuowania działań i poszukiwania kolejnych scen.
5. Wartość dodana w Gorzowie (targi) pokazała, że projekt może łączyć kulturę, integrację i lokalną przedsiębiorczość w jednym, spójnym wydarzeniu. Dodatkowy element targów w Gorzowie pokazał potencjał rozszerzenia formuły: kultura + integracja + lokalna przedsiębiorczość mogą współistnieć i wzajemnie się wzmacniać.
6. Największym ograniczeniem nie była jakość, tylko skala terytorialna: bardzo wyraźnie widać potencjał do **kontynuacji i rozszerzenia** na kolejne gminy.

9. Rekomendacje na kontynuację

Utrzymać formułę 3-stopniową (kampania → warsztaty → scena otwarta) jako sprawdzony model: finał w postaci wydarzenia znacząco wzmacnia efekty warsztatów.

- **Rozszerzyć komponent „sceny otwartej”** o mikro-zgłoszenia (np. krótkie występy 3–5 min), żeby jeszcze bardziej otworzyć program na osoby indywidualne.
- **Powtórzyć i rozwinąć strefy towarzyszące** (np. targi/stoiska/informacja o ARA), bo to one wydłużają czas przebywania ludzi w przestrzeni wydarzenia i zwiększają integracyjność.
- **Utrzymać standard profesjonalnej realizacji technicznej** (nagłośnienie, światło, obsługa) – to kluczowy czynnik wzmacniający wykonawców.
- **Skalować terytorialnie**: szczególnie tam, gdzie działają aktywne UTW, domy kultury i grupy amatorskie, które potrzebują „publicznego momentu” dla swojej twórczości.
- **Kontynuować formułę „otwartej sceny”** jako stałego elementu kolejnych edycji projektu – bo to ona nadaje sens pracy warsztatowej i buduje widoczność ARA.

III. RAPORT EWALUACYJNY – Ewaluacja działania WARSZTATY

Ta część raportu dotyczy **wyłącznie komponentu warsztatowego** projektu „Trend na ARA” – jako trzeciego z trzech głównych działań (obok kampanii społecznej i cyklu spotkań artystyczno-integracyjnych „Scena otwarta dla każdego”). Przyjęto perspektywę „od środka”: nie tylko *ile* działań wykonano, ale przede wszystkim *po co* one były i *jak* pomogły wzmocnić lokalne środowiska twórców amatorskich.

1. „Trend na ARA” jako odpowiedź na realną potrzebę środowisk lokalnych

Projekt był pomyślany jako wsparcie dla ruchu artystów amatorskich – środowiska, które często działa „pomiędzy”: pomiędzy domem a instytucją, pomiędzy pasją a profesjonalizacją, pomiędzy chęcią pokazania się na scenie a brakiem narzędzi, by to zrobić.

W samym opisie projektu mocno wybrzmiewa, że wzmocnianie ruchu amatorskiego nie jest wyłącznie kwestią „zajęć kulturalnych”. To wprost:

- **wzmocnienie tożsamości lokalnej i dumy z przynależności do miejsca,**
- **ożywienie przestrzeni publicznej** i budowanie wspólnoty wokół działań twórczych,
- **rozwój kapitału społecznego** (relacje, zaufanie, współpraca),
- **zwiększenie widoczności artystów-amatorów oraz profesjonalizacja działań,**
- **poprawa dobrostanu i jakości życia poprzez twórcze spędzanie czasu.**

W tym sensie warsztaty „Trend na ARA” były czymś więcej niż cyklem spotkań: stały się narzędziem, które porządkuje energię ludzi i przekuwa ją w umiejętności, pewność siebie, gotowość do występu, tworzenia, komunikowania i organizowania się.

2. Dlaczego właśnie warsztaty? (i jak korespondują z celem projektu)

Jeśli kampania społeczna buduje **widoczność**, a „Scena otwarta” daje **moment prezentacji**, to warsztaty są **sercem procesu**: miejscem, gdzie amatorski ruch artystyczny rośnie od środka – w praktyce, w grupie, w działaniu.

To na warsztatach projekt zakładał:

- pracę interaktywną, z ćwiczeniami, wymianą doświadczeń i przestrzenią na pytania (jako sposób podtrzymania zaangażowania),
- rozpoznanie poziomu i różnic kompetencyjnych w grupach oraz dostosowanie programu,
- działania innowacyjne: gamifikację, mapowanie trendów, storytelling, design thinking – czyli naukę przez „robienie” i wspólne tworzenie znaczeń, a nie jedynie słuchanie.

Co ważne – warsztaty były również „łącznikiem” z pozostałymi działaniami projektu:

- miały przygotowywać **nowe elementy repertuarowe** i próbę ich prezentacji podczas wydarzeń integracyjnych,

- dostarczały treści i materiałów (zdjęcia, materiały audiowizualne) wykorzystywanych w kampanii „Trend na ARA”, a także były źródłem zinów jako narzędzia promocyjnego środowisk ARA.

W praktyce więc warsztaty wzmacniały cel projektu na trzech poziomach:

1. **kompetencje** (uczestnik „umie”),
2. **pewność i sprawczość** (uczestnik „odważa się” i „wie, jak”),
3. **wspólnota** (uczestnik „ma z kim” i „ma gdzie”).

3. Realizacja warsztatów – skala i zasięg

3.1. Liczba uczestników, dni i lokalizacje (dane realizacyjne)

W warsztatach udział wzięło **151 osób**, a działania przeprowadzono w **30 dniach szkoleniowych** w czterech lokalizacjach:

Lokalizacja	Liczba dni szkoleniowych	Liczba uczestników
Myślibórz	6	30
Lipiany	3	16
Sulęcín	9	45
Gorzów Wlkp.	12	60
Razem	30	151

Wniosek o zasięgu: z jednej strony projekt realnie objął kilka ośrodków i dał dostęp do warsztatów grupie 151 osób; z drugiej – z perspektywy ewaluacyjnej widać, że zasięg terytorialny był **mniejszy niż potrzeby środowiska**. W informacjach zwrotnych bardzo mocno wybrzmiewa postulat **kontynuacji i rozszerzenia działań na kolejne gminy** (o czym szerzej w rozdz. 7).

3.2. Tematyka warsztatów (pięć ścieżek rozwoju)

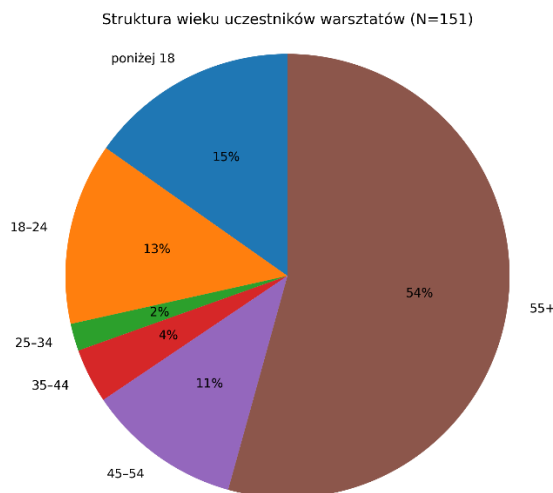
Warsztaty obejmowały pięć obszarów:

- taneczno-wokalne (praca nad repertuarem, ekspresją i prezentacją),
- „FOCUS na TREND” – inżynieria trendów w działalności społecznej (myślenie strategiczne, foresight, kreatywność),
- AraZin (twórczość wydawnicza i wspólnotowa – zin jako narzędzie wypowiedzi), zintegrowane z kampanią i dystrybucją,
- ARALove (tworzenie treści i materiałów w social mediach – kompetencje komunikacyjne i promocyjne),
- pozyskiwanie środków zewnętrznych (kompetencje organizacyjne i rozwojowe, w tym granty, crowdfunding, współpraca z instytucjami).

To zestawienie dobrze pokazuje „mapę potrzeb” środowiska amatorskiego: od sztuki i ekspresji, po narzędzia budowania widoczności oraz trwałości działań.

4. Uczestnicy: międzypokoleniowa energia i lokalna różnorodność

4.1. Struktura wieku (N=151)



Uczestnicy mieli profil wyraźnie międzypokoleniowy, z dominującą grupą 55+.

Wiek	Udział	Szac. liczba osób (N=151)
poniżej 18	15%	23
18-24	13%	20
25-34	2%	3
35-44	4%	6
45-54	11%	17
55+	55%	82
Razem	100%	151

Co to oznacza dla ruchu amatorskiego?

To bardzo istotne: przy takiej strukturze wieku warsztaty stają się nie tylko „zajęciami”, ale **przestrzenią dialogu międzypokoleniowego**, wymiany doświadczeń i wspólnego działania. Ten aspekt jest spójny z opisanymi w projekcie celami dotyczącymi budowania dialogu, kapitału społecznego i podnoszenia rangi ruchu amatorskiego.

4.2. Status uczestników (informacja syntetyczna)

Wśród uczestników przeważały osoby: uczące się, pracujące oraz emeryci (55%). Taki skład sprzyjał „naturalnej integracji” – warsztaty stały się miejscem, gdzie spotykają się różne tempo życia i różne doświadczenia, a wspólnym mianownikiem jest twórczość.

5. Metodyka ewaluacji – narzędzia i logika pomiaru

Ewaluacja warsztatów była osadzona w podejściu trójstopniowym: **wstępna, bieżąca i końcowa**, zgodnie z opisem w dokumentacji projektu.

5.1. Ankieta ex ante (PRE) – z jakiego miejsca startujemy?

Kiedy: początek edycji (dzień 1 / spotkanie 1).

Po co: uchwycenie oczekiwań, potrzeb, barier oraz samooceny wiedzy/umiejętności.

W praktyce PRE pozwalało zobaczyć to, co w ruchu amatorskim jest bardzo częste: uczestnicy przychodzą z energią i pasją, ale nie zawsze z narzędziami. I właśnie ta różnica (pasja vs narzędzia) jest miejscem, w którym projekt „Trend na ARA” działał najskuteczniej.

5.2. Ankieta po zajęciach – jak idzie proces?

Kiedy: po każdym dniu/spotkaniu w ramach edycji.

Po co: szybkie wyłapywanie sygnałów jakości: tempo, zrozumiałość, ilość praktyki, potrzeba powtórek, kwestie organizacyjne.

To narzędzie miało szczególną wartość przy grupach zróżnicowanych wiekowo i kompetencyjnie – co było jednym z przewidywanych wyzwań.

5.3. Karta obserwacji prowadzącego – co widzimy z perspektywy pracy w grupie?

Kiedy: każdorazowo po zajęciach.

Po co: dokumentacja procesu: dynamika grupy, poziom zaangażowania, bariery, działania korygujące.

Tu ważny jest aspekt „miękki”: prowadzący obserwuje, kiedy grupa potrzebuje więcej czasu, kiedy rozkwita, kiedy milknie – i potrafi dopasować metody. Takie podejście było wpisane w założenia pracy: interaktywnie, z dużą ilością ćwiczeń i przestrzenią na pytania.

5.4. Ankieta ex post (POST) – co się zmieniło i co zabieramy ze sobą?

Kiedy: koniec edycji (dzień 3 / spotkanie 3).

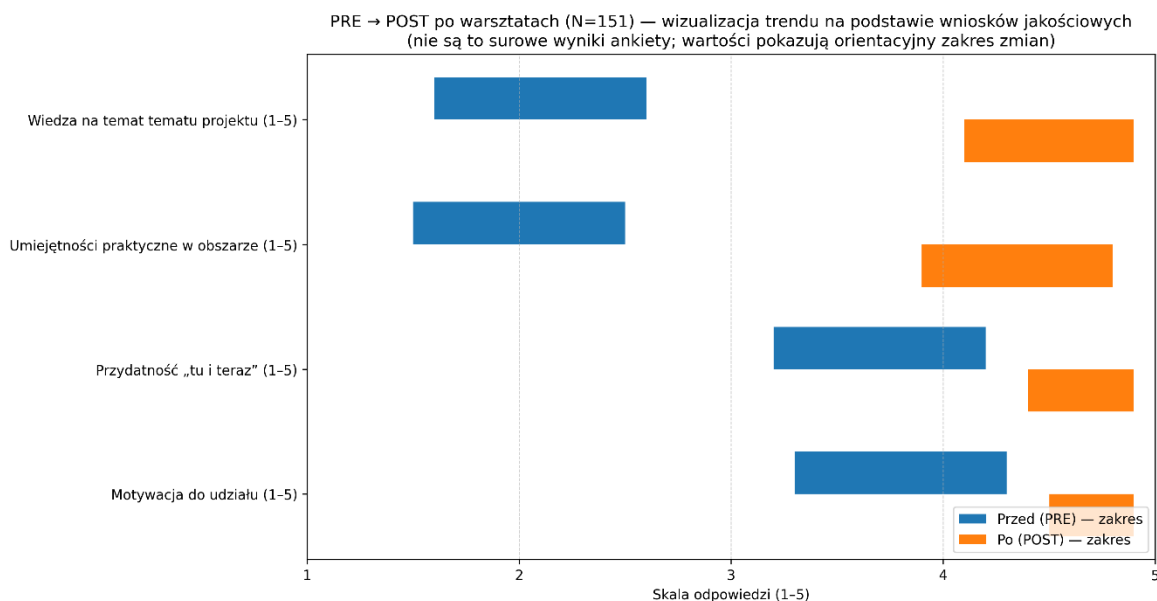
Po co: ocena efektów i jakości: wzrost wiedzy/umiejętności, gotowość do wykorzystania kompetencji, satysfakcja, rekomendacje oraz chęć kontynuacji.

6. Wyniki ewaluacji

Poniższy rozdział łączy dane z narzędzi ewaluacyjnych w jeden obraz: **jak warsztaty wzmacniały ruch amatorski**.

6.1. Efekty kompetencyjne (PRE → POST): od „lubię” do „umiem”

Wyniki porównania ankiet PRE i POST (w ujęciu syntetycznym) wskazują, że warsztaty przyniosły uczestnikom **wzrost poczucia kompetencji**: w wiedzy, umiejętnościach praktycznych i gotowości do działania.



Najczęściej opisywane zmiany (wnioski z odpowiedzi POST i rozmów bieżących) miały formę:

- „wiem, od czego zacząć”,
- „umiem to zrobić krok po kroku”,
- „odważę się pokazać to innym”,
- „mogę przygotować materiał / występ / komunikat i go zaprezentować”.

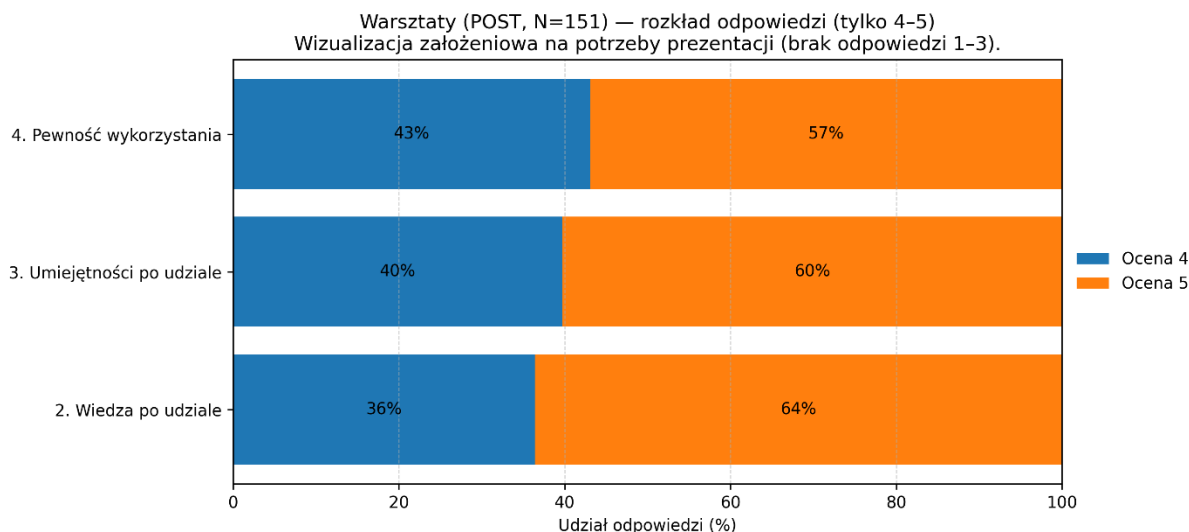
To dokładnie ten typ zmiany, który dla ruchu amatorskiego jest kluczowy: nie chodzi o „perfekcję”, tylko o **sprawczość**. O to, żeby pasja dostała narzędzia, a narzędzia – scenę.

6.2. Jakość realizacji: warsztaty jako „bezpieczna przestrzeń twórcza”

Z ankiet końcowych oraz bieżących wynika ocena warsztatów na poziomie **dobrym i bardzo dobrym**, z wyraźnie komunikowaną chęcią kontynuacji. Ten „dobry ton” nie był przypadkowy – wynikał z kilku powtarzających się elementów jakościowych:

- **praktyczność**: ćwiczenia, praca na przykładach, możliwość przetestowania umiejętności tu i teraz,
- **atmosfera**: prowadzenie wspierające, bez oceniania, z uważnością na uczestników o różnym tempie pracy,
- **wspólnota**: ludzie przychodzili nie tylko „po wiedzę”, ale też po kontakt i poczucie, że nie są sami w swojej twórczości,

- **sens i widoczność:** uczestnicy widzieli, że efekty warsztatów nie zostają w sali – mogą być prezentowane, promowane, wykorzystane w kolejnych działaniach projektu.



Właśnie tu pojawia się „beletrystyka projektu”: w warsztatach często najważniejszy jest moment, kiedy ktoś po raz pierwszy mówi głośno „ja też mogę”, kiedy grupa bije brawo komuś, kto zwykle siedzi z tyłu, kiedy powstaje pierwsza wersja tekstu do zina, pierwsza rolka, pierwsza próba układu – nie idealna, ale własna.

6.3. Co działało najlepiej (wnioski z ankiet po zajęciach + kart obserwacji)

Wnioski jakościowe, powtarzalne w bieżących ankietach i obserwacjach prowadzących:

1. Metody „uczenia przez działanie”

W „FOCUS na TREND” projekt zakładał gamifikację, mapowanie trendów i storytelling – czyli pracę, w której uczestnik współtworzy wiedzę, zamiast ją tylko odbierać. To podejście dobrze koresponduje z ruchem amatorskim, który „żyje” w praktyce, w próbach, w spotkaniach i w wspólnym wymyślaniu.

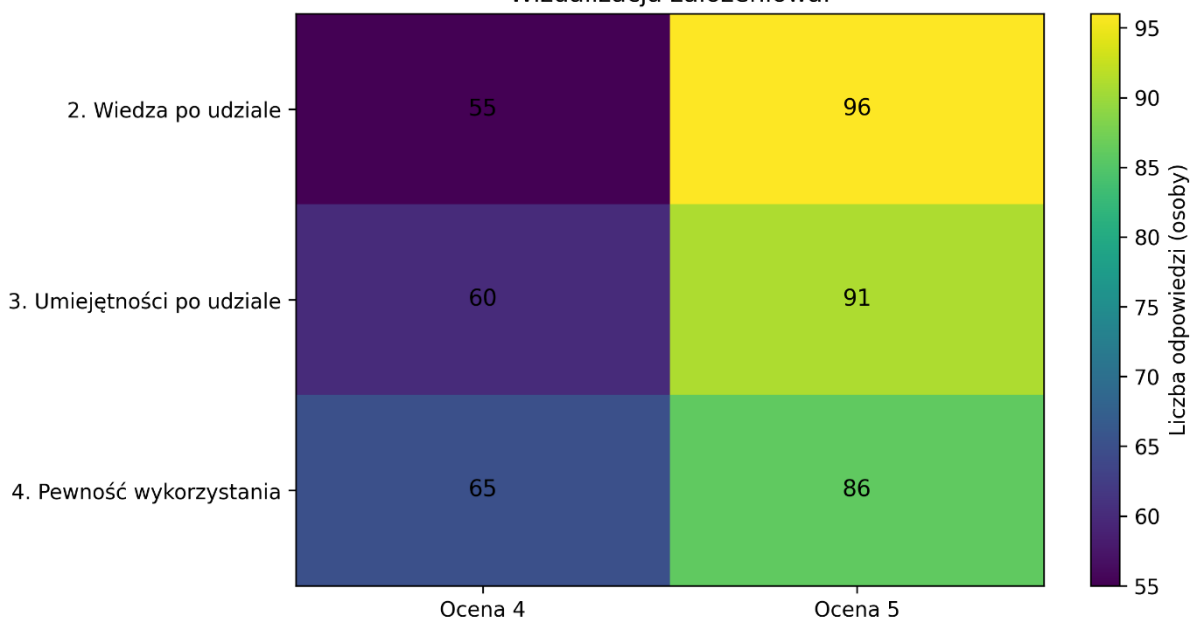
2. Integracja sztuk i praca nad prezentacją

W warsztatach taneczno-wokalnych wprost zakładano elementy łączenia form ekspresji, grywalizację i przygotowanie wspólnego występu – czyli wyjście poza ćwiczenie w sali w stronę „publicznej obecności”.

3. Łączenie twórczości z narzędziami rozwoju

Zestawienie ścieżek (twórczych i „technicznych”) budowało całość: nie tylko tworzymy – ale też uczymy się, jak to pokazać i jak to utrzymać (social media + pozyskiwanie środków).

Warsztaty (POST, N=151) — heatmapa liczby odpowiedzi (tylko 4-5)
Wizualizacja założeniowa.



6.4. Co wymagało dopracowania (wnioski z on-going)

Najczęściej pojawiające się obszary do udoskonalenia są typowe dla pracy z grupą międzypokoleniową i zróżnicowaną kompetencyjnie:

- potrzeba **regulacji tempa** (więcej czasu na pytania/powtórzenia dla części osób),
- potrzeba **porządkowania materiałów** (jeden link/folder, krótkie podsumowania),
- potrzeba **większej liczby ćwiczeń** w tych modułach, które były bardziej „nowe” dla uczestników.

Te sygnały były jednocześnie „dowodem działania” mechanizmu ewaluacji bieżącej – bo projekt z założenia przewidywał reagowanie korektami w trakcie.

7. Najmocniejszy wniosek: potrzeba kontynuacji i rozszerzenia terytorialnego

W informacjach zwrotnych od uczestników (zarówno po warsztatach, jak i w szerszej rozmowie o projekcie) wyraźnie wybrzmiewa, że:

- projekt **trafił w realną potrzebę** środowisk lokalnych,
- zainteresowanie i gotowość do udziału były wysokie,
- ograniczenie do kilku gmin było barierą „zewnętrzną” (ramy projektu), a nie konsekwencją niskiej atrakcyjności.

To wprost koresponduje z logiką trwałości i replikacji zapisaną w projekcie: budowanie społeczności wokół ruchu amatorskiego, profesjonalizacja, mentoring, a także **rozszerzenie geograficzne i replikacja modelu** jako naturalny krok po pierwszej edycji.



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



Rządowy Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich
na lata 2021-2030
NOWE FIO

W tym miejscu warto powiedzieć jasno: warsztaty „Trend na ARA” pokazały, że **ruch amatorski ma potencjał** – potrzebuje tylko tego, co projekt dał na chwilę: przestrzeni, prowadzenia, narzędzi i sceny.

8. Rekomendacje (wdrożeniowe, na kolejne edycje)

8.1. Kontynuacja i skalowanie

1. **Powtórzyć model 3-dniowy (18h)** jako podstawową jednostkę pracy – jest wystarczająco intensywny, by przynosił zmianę i jednocześnie realny logistycznie.
2. **Rozszerzyć realizację o kolejne gminy**, wykorzystując wypracowany scenariusz, narzędzia ewaluacji i partnerstwa lokalne.
3. Zaplanować „ciąg dalszy” dla chętnych: moduł pogłębiający lub cykl mentoringowy (dla tych, którzy chcą być liderami/mentorami w środowisku).

8.2. Udoskonalenia procesu warsztatowego

4. Wprowadzić na starcie krótką diagnozę poziomu i oczekiwań (już jest w PRE), a w trakcie – **stałe punkty**: ćwiczenia + pytania + mini-podsumowanie.
5. Uporządkować materiały: jeden „pakiet po dniu” (link/folder + 5 zdań podsumowania).
6. Wzmocnić element prezentacji/widoczności: każda edycja kończy się „małym pokazem” (nawet wewnętrznym) lub wspólnym artefaktem (zin, nagranie, mini-publicacja), co naturalnie zasila kampanię i wzmacnia rangę ARA.

8.3. Trwałość efektów

7. Dodać prosty follow-up po 2–3 miesiącach (krótka ankieta): co wdrożono, co działa, czego brakuje – żeby uchwycić trwałość i planować kolejne kroki.

9. Załącznik: narzędzia ewaluacji użyte w warsztatach (skrót)

- Ankieta PRE (ex ante): potrzeby, samoocena kompetencji, bariery.
- Ankieta POST (ex post): zmiana kompetencji, gotowość do działania, jakość, rekomendacje.
- Ankieta po zajęciach: tempo, praktyczność, bieżące korekty.
- Karta obserwacji prowadzącego: checklista jakości + notatki + działania korygujące.

10. Głos uczestników

Poniższy fragment stanowi jakościowe uzupełnienie wyników ewaluacji. Został opracowany na podstawie odpowiedzi otwartych w ankietach ex post (POST), krótkich ankiet po zajęciach oraz obserwacji prowadzących. Wypowiedzi zostały zanonimizowane i uogólnione (bez danych osobowych), zachowując sens najczęściej pojawiających się wątków.

10.1. „To było nam potrzebne” – o sensie i potrzebie projektu

W wielu wypowiedziach przewijał się wspólny motyw: uczestnicy nie traktowali warsztatów jako „zajęć dodatkowych”, lecz jako **rzecz realnie potrzebną**, długo wyczekiwaną i wreszcie dostępną w ich



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



Narodowy Instytut Wolności



Rządowy Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich
na lata 2021–2030
NOWE FIO

otoczeniu. Pojawiały się odniesienia do tego, że w małych i średnich miejscowościach brakuje oferty, która łączy twórczość z rozwojem i daje poczucie, że amatorska działalność artystyczna jest ważna, godna uwagi i wsparcia.

- „Wreszcie coś, co nie jest tylko dla zawodowców. Można przyjść, spróbować, nauczyć się i nie czuć, że się przeszkadza.”
- „Brakowało takich spotkań. Człowiek robił coś w domu, ale nie miał gdzie tego rozwinąć.”
- „To nie były zajęcia ‘na odhaczenie’. Tu się naprawdę uczyliśmy, pracowaliśmy i byliśmy traktowani serio.”

W ewaluacji często pojawiał się też wątek, że projekt **porządkował energię**, która już w społeczności była obecna: ludzie mieli pasję, pomysły, chęć działania, ale brakowało im narzędzi, impulsu i wspólnoty. Warsztaty wypełniły tę lukę.

10.2. Seniorzy 55+ – „wróciłam do rzeczy, które lubię” i „odważyłam się”

Ze względu na silną reprezentację osób 55+ wśród uczestników, niezwykle istotny był ton wypowiedzi tej grupy. Najczęściej powtarzały się trzy wątki:

1. **powrót do twórczości po latach,**
 2. **przełamanie obaw i odzyskanie odwagi,**
 3. **poczucie wspólnoty i bycia częścią czegoś większego.**
- „Ja już myślałam, że takie rzeczy są dla młodych, a tu się okazało, że mogę i że mam prawo.”
 - „Najważniejsze było to, że nikt nie oceniał. Mogłam próbować bez stresu.”
 - „To mnie wyciągnęło z domu. Dla mnie to było coś więcej niż warsztaty.”

W ankietach i rozmowach przewijały się także sygnały, że część uczestników 55+ chciałaby kontynuacji w formie cyklu stałego (np. raz w tygodniu lub w blokach), ponieważ warsztaty były dla nich jednocześnie rozwojem i ważnym elementem integracji społecznej.

10.3. Młodzież i młodzi dorośli – „to było praktyczne” i „dało mi narzędzia”

W wypowiedziach młodszych uczestników częściej pojawiały się oczekiwania praktyczne: „żeby umieć”, „żeby wiedzieć jak”, „żeby zrobić coś konkretnego”. Szczególnie mocno wybrzmiewało to w warsztatach związanych z tworzeniem treści, zinów czy planowaniem działań.

- „Dobre było to, że robiliśmy rzeczy od razu, nie tylko gadanie.”
- „W końcu ktoś mi pokazał, jak to ogarnąć krok po kroku.”
- „Zajęcia mi poukładały, co jest ważne, a co jest tylko chaosem.”

W tej grupie pojawiał się też temat **widoczności i prezentacji**: młodszy uczestnicy podkreślali, że chcą pokazywać efekty, dzielić się, tworzyć w przestrzeni publicznej, ale potrzebują wsparcia w formie narzędzi i okazji do prezentacji.

10.4. Osoby pracujące i w „ciągłym biegu” – „wreszcie coś sensownego i dobrze zorganizowanego”

W wypowiedziach osób pracujących (w tym osób na urlopach macierzyńskich/wychowawczych/zdrowotnych) często pojawiała się ocena organizacyjna oraz to, że warsztaty „opłacały się czasowo” – były intensywne, miały sens i dawały efekt.

- „Jak już wygospodarowałam czas, to czułam, że warto było przyjść.”
- „Dużo konkretnie i dobre prowadzenie. Nie czułam, że to strata czasu.”
- „Doceniam, że było jasno: co robimy, po co i jaki ma być efekt.”

W tej grupie częściej pojawiały się też postulaty, żeby kontynuacja była realizowana w formie przewidywalnych bloków (np. weekendowych lub popołudniowych), co ułatwia uczestnictwo.

10.5. Osoby już działające twórczo / społecznicy – „to pomaga działać dłużej i mądrzej”

Wśród uczestników były osoby, które już miały doświadczenia w działaniach twórczych lub społecznych. Dla nich warsztaty były ważne jako:

- **wzmocnienie i uporządkowanie działań,**
- **poznanie narzędzi** (szczególnie w obszarze komunikacji i pozyskiwania środków),
- **sieciowanie** – spotkanie innych osób podobnie zaangażowanych.
- „Złapałam nowe pomysły i poczułam, że nie jestem sama w robieniu takich rzeczy.”
- „Najcenniejsze było to, że można było skonfrontować pomysły z innymi i dostać informację zwrotną.”
- „Po tych zajęciach wiem, jak to opisać i jak szukać wsparcia.”

W tej grupie wybrzmiewała też potrzeba kolejnego kroku: mentorstwa, sieci współpracy, cyklicznych spotkań roboczych lub modułu pogłębiającego.

10.6. Co najbardziej działało – wątki wspólne

W różnych grupach wiekowych i sytuacjach życiowych powtarzały się podobne wątki, które można uznać za „mocne strony” warsztatów:

1) Praktyka i działanie

- „Najlepsze było to, że robiliśmy, a nie tylko słuchaliśmy.”

2) Atmosfera i prowadzenie

- „Prowadzący dawał poczucie bezpieczeństwa, że można próbować.”

3) Widoczność i sens

- „To, co robiliśmy, miało znaczenie – można to pokazać, wykorzystać dalej.”

4) Wspólnota

- „Poznałam ludzi, z którymi chcę działać dalej.”

To dokładnie koresponduje z celem projektu: **wzmocnieniem środowiska twórców amatorskich** – nie tylko poprzez umiejętności, ale też poprzez sprawczość, relacje i poczucie przynależności.

10.7. Najczęstsze postulaty na przyszłość – „chcemy ciągu dalszego”

W części rekomendacyjnej ankiet (POST i po zajęciach) oraz w obserwacjach prowadzących wyraźnie przewijał się postulat kontynuacji i rozszerzenia działań. Najczęściej dotyczył:

- kontynuacji w tych samych miejscowościach (utrzymanie cyklu jako stałej oferty),
- rozszerzenia na inne gminy/miejscowości, które nie zostały objęte projektem,
- modułów pogłębiających dla osób, które chcą rozwinąć temat (np. więcej praktyki, więcej pracy nad własnym materiałem),
- większej liczby okazji do prezentacji (małe pokazy, występy, publikacje, wspólne prezentacje).
- „Szkoda, że to tak krótko. Chciałoby się regularnie.”
- „U nas też by się to przydało. W innych miejscowościach ludzie też chcą działać.”
- „Proszę to kontynuować – teraz dopiero się rozkręciliśmy.”

10.8. Wniosek jakościowy z „Głosu uczestników”

Jakościowe dane z ewaluacji pokazują, że warsztaty w projekcie „Trend na ARA” działały jak **punkt zapalny** dla ruchu amatorskiego: dawały ludziom narzędzia, odwagę i wspólnotę. Wysoka ocena działań oraz wyrażana potrzeba kontynuacji nie wynikają wyłącznie z satysfakcji „tu i teraz”, ale z doświadczenia uczestników, że projekt **realnie wzmacnia ich sprawczość i widoczność**. To stanowi mocne uzasadnienie dla dalszej realizacji i skalowania programu w kolejnych edycjach – również w nowych miejscowościach.

Zakończenie i podsumowanie

Ewaluacja projektu „Trend na ARA” potwierdziła, że przyjęta logika działań zadziałała spójnie: kampania nie była wyłącznie komunikatem o wydarzeniach, ale narzędziem realnej zmiany postrzegania twórczości amatorskiej, bo konsekwentnie budowała rozpoznawalność, opowiadała o roli ARA w życiu lokalnym i wzmacniała społeczną „zgode” na to, że ARA jest ważne.

Najmocniej widać było to tam, gdzie komunikacja spotykała się z animacją w środowisku – z pracą facylitacyjną, relacjami, uruchamianiem współpracy i tworzeniem partnerstw, bo właśnie ten element zamieniał jednorazową aktywność w „infrastrukturę społeczną”, którą można kontynuować po zakończeniu finansowania.

W części warsztatowej projekt potwierdził swoją sensowność jako narzędzie wzmacniania ruchu amatorskiego „od środka”: uczestnicy nie tylko zdobywali wiedzę i umiejętności, ale przede wszystkim

porządkowali energię i odzyskiwali sprawczość – w przekonaniu, że ich twórczość ma wartość, a oni mają prawo działać, pokazywać się i rozwijać.

Z kolei „Scena otwarta dla każdego” domknęła proces w sposób wyjątkowo ważny dla środowiska ARA: wydarzenia były oceniane dobrze i bardzo dobrze, dawały publiczny sens pracy wykonanej wcześniej, a dla wielu wykonawców stały się pierwszym doświadczeniem występu w profesjonalnych warunkach scenicznych, co przełożyło się na wzrost odwagi, motywacji i gotowości do dalszej aktywności.

Wnioski końcowe są jednoznaczne: największym ograniczeniem projektu nie była jakość ani odbiór działań, lecz skala terytorialna – potrzeba kontynuacji i rozszerzenia na kolejne gminy wybrzmiewała jako naturalna konsekwencja powodzenia działań i realnego zapotrzebowania środowisk. Projekt „Trend na ARA” pokazał, że kultura amatorska nie jest „dodatkiem” do życia społecznego, tylko jednym z jego źródeł: uruchamia relacje, podnosi jakość życia, daje przestrzeń dla międzypokoleniowej obecności i wzmacnia lokalną dumę, a jednocześnie – przy dobrze dobranych narzędziach – potrafi budować trwałe sieci współpracy i pozostawiać po sobie gotowość do dalszego działania.

ZAŁĄCZNIKI

NARZĘDZIA BADAWCZE (wzory)

1) ANKIETA EX ANTE (przed udziałem w warsztatach)

Tytuł: Ankieta startowa (ex ante) – diagnoza potrzeb

Wstęp (opis formularza):

„Ankieta jest anonimowa i służy wyłącznie ocenie jakości projektu. Wypełnienie zajmie ok. 5–8 minut. Prosimy o podanie KODU UCZESTNIKA, aby porównać wyniki przed i po udziale.”

A. Identyfikator (bez danych osobowych)

1. Kod uczestnika (krótka odpowiedź)

Instrukcja nad pytaniem: „Wpisz swój kod (np. RW4821). Jeśli nie masz kodu — poproś prowadzącego.”

2. Czy bierzesz udział pierwszy raz w działaniach tego typu? (jednokrotny wybór)

- ☐ Tak
- ☐ Nie

B. Informacje ogólne (opcjonalne)

3. Wiek (jednokrotny wybór)

- ☐ poniżej 18
- ☐ 18–24
- ☐ 25–34
- ☐ 35–44

- 45–54
- 55+

4. Status (jednokrotny wybór)

- uczeń/uczenica
- student/studentka
- pracuję
- nie pracuję / poszukuję pracy
- inne: _____

5. Miejsce zamieszkania:

- Powiat Gorzowski (gmina: _____)
- Powiat Myśliborski (gmina: _____)
- Powiat Pyrzycki (gmina: _____)
- Gorzów Wielkopolski

C. Potrzeby i oczekiwania (skala 1–5)

Skala: 1 = bardzo nisko / nie, 5 = bardzo wysoko / tak

6. Jak oceniasz swoją wiedzę na temat poruszany w projekcie? (1–5)

7. Jak oceniasz swoje umiejętności praktyczne w tym obszarze? (1–5)

8. Na ile temat jest dla Ciebie przydatny „tu i teraz”? (1–5)

9. Na ile czujesz się zmotywowany/a do udziału? (1–5)

D. Cele uczestnika

10. Co chcesz osiągnąć dzięki udziałowi? (wybierz max 2) (wielokrotny wybór z limitem 2)

- uporządkować wiedzę
- zdobyć konkretne umiejętności praktyczne
- poznać narzędzia/metody do wykorzystania
- rozwiązać konkretny problem / wyzwanie
- nawiązać kontakty / współpracę
- inne: _____

11. Najważniejsze 1–2 oczekiwania wobec zajęć (dłuższa odpowiedź)

E. Bariery i warunki udziału

12. Co może utrudnić Ci udział? (wielokrotny wybór)

- czas / godziny spotkań
- dojazd

- obowiązki domowe/opiekuńcze
- bariery zdrowotne
- bariery techniczne (sprzęt/internet)
- nic nie utrudnia
- inne: _____

13. Preferowana forma pracy (jednokrotny wybór)

- więcej praktyki/ćwiczeń
- więcej teorii i przykładów
- miks (teoria + praktyka)

2) ANKIETA EX POST (po zakończeniu udziału w warsztatach)

Tytuł: Ankieta końcowa (ex post) – ocena efektów i jakości

Wstęp:

„Ankieta jest anonimowa i służy ocenie efektów projektu. Zajmie ok. 7 minut. Podaj ten sam kod uczestnika co na początku.”

A. Identyfikator

1. Kod uczestnika (krótka odpowiedź)

B. Zmiana (porównanie „przed-po”) – skala 1–5

Skala: 1 = bardzo nisko, 5 = bardzo wysoko

2. Jak oceniasz swoją wiedzę po udziale? (1–5)
3. Jak oceniasz swoje umiejętności praktyczne po udziale? (1–5)
4. Na ile czujesz się pewnie, że wykorzystasz zdobytą wiedzę/umiejętności? (1–5)

C. Jakość realizacji

5. Na ile zajęcia były dla Ciebie przydatne? (1–5)
6. Czy treści były dopasowane do Twoich potrzeb? (1–5)
7. Jak oceniasz organizację (informacje, terminy, miejsce/narzędzia)? (1–5)
8. Jak oceniasz prowadzenie (jasność przekazu, kontakt, tempo)? (1–5)

D. Najważniejsze efekty (jakościowo)

9. Co było najbardziej wartościowe? (dłuższa odpowiedź)
10. Co było najsłabszym elementem / co wymaga poprawy? (dłuższa odpowiedź)
11. Wymień 1–3 rzeczy, które realnie zastosujesz po projekcie (dłuższa odpowiedź)

E. Polecenie i rekomendacje

12. Na ile polecisz udział innym? (skala 0–10, NPS)

13. Co powinniśmy zmienić, żeby projekt był lepszy? (1–2 konkretne sugestie) (dłuższa odpowiedź)

F. (Opcjonalnie) Follow-up – zgoda na kontakt

14. Czy zgadzasz się na krótką ankietę kontrolną za 2–3 miesiące? (tak/nie)

(Jeśli „tak”:) 15. Preferowana forma: SMS/telefon/e-mail (jeśli zbieracie kontakt, to osobnym, dobrowolnym formularzem – żeby nie mieszać anonimowości).

3) ANKIETA PO ZAJĘCIACH (po każdej edycji warsztatów)

Tytuł: Ankieta po zajęciach – szybka ocena

Wstęp:

„Wypełnij proszę w 2–3 minuty. Pomaga nam poprawiać kolejne spotkania.”

1. Data / temat spotkania (krótka odpowiedź)
2. Kod uczestnika (opcjonalnie) (krótka odpowiedź)
3. Na ile zajęcia były przydatne? (1–5)
4. Tempo zajęć było: (jednokrotny wybór)
 - za wolne
 - odpowiednie
 - za szybkie
5. Poziom trudności był: (jednokrotny wybór)
 - za łatwy
 - odpowiedni
 - za trudny
6. Czy było wystarczająco dużo praktyki/ćwiczeń? (jednokrotny wybór)
 - tak
 - nie
 - nie dotyczy
7. Co było najbardziej wartościowe dzisiaj? (krótka odpowiedź)
8. Co zmienić / poprawić na kolejnym spotkaniu? (krótka odpowiedź)
9. Na ile polecisz te zajęcia znajomemu? (0–10)

4) KARTA OBSERWACJI PROWADZĄCEGO warsztaty (checklista + notatki)

Tytuł dokumentu: Karta obserwacji / realizacji zajęć (prowadzący)

A. Dane spotkania

- Data: _____
- Temat: _____
- Prowadzący: _____
- Liczba uczestników: _____
- Czas trwania: _____ min / godz.
- Forma: stacjonarne / online / mieszane
- Miejsce / platforma: _____

B. Realizacja celu (zaznacz)

Cele spotkania były:

- jasno przedstawione na początku
- zrealizowane w pełni
- zrealizowane częściowo (dlaczego?): _____
- niezrealizowane (dlaczego?): _____

C. Checklista jakości (Tak / Częściowo / Nie)

1. Materiały były przygotowane i dostępne (linki, pliki, wydruki). T / C / N
2. Treści dopasowane do poziomu grupy. T / C / N
3. Uczestnicy mieli możliwość zadawania pytań. T / C / N
4. Był element praktyczny (ćwiczenie/zadanie). T / C / N
5. Praca w grupie / interakcja (jeśli planowano). T / C / N
6. Tempo i czas były adekwatne. T / C / N
7. Zadbano o włączenie osób mniej aktywnych. T / C / N
8. Sprawy organizacyjne przekazane (terminy, zasady, kontakt). T / C / N

D. Obserwacje prowadzącego (krótko)

- Co zadziało najlepiej?
- Co nie zadziało / co utrudniało?
- Pytania / potrzeby zgłaszane przez uczestników (najczęstsze):

E. Działania korygujące i rekomendacje

- Co zmieniam na kolejne spotkanie (konkret):
- Ryzyka / problemy do zgłoszenia koordynatorowi:
- Status: [] zgłoszono [] rozwiązano Data: _____

5) Ankieta po wydarzeniu (dla publiczności i uczestników)

Tytuł: Ankieta po wydarzeniu „Scena otwarta dla każdego”

Czas: 2–4 min

Wstęp (opis formularza):

„Dziękujemy za udział w wydarzeniu. Ankieta jest anonimowa i służy wyłącznie ocenie jakości i planowaniu kolejnych edycji.”

A. Informacje podstawowe

1. **Wydarzenie (miejscowość i data)** (jednokrotny wybór)

- Myślibórz – 31.08.2025
- Sulęcín – 14.08.2025
- Gorzów Wlkp. – 17.08.2025

2. **Jesteś:** (jednokrotny wybór)

- publiczność (widz/widzka)
- uczestnik/uczestniczka projektu (np. warsztatów)
- osoba towarzysząca / rodzina / znajomi
- inna rola: _____

3. **Wiek (opcjonalnie)** (jednokrotny wybór)

- poniżej 18
- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55+

B. Ocena wydarzenia (skala 1–5)

Skala: 1 = bardzo źle / nie, 5 = bardzo dobrze / tak

4. Atmosfera wydarzenia była przyjazna i zachęcająca. (1–5)



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



Rządowy Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich
na lata 2021–2030
NOWE FIO

5. Czułem/am się bezpiecznie podczas wydarzenia. (1–5)
6. Wydarzenie było dobrze zorganizowane (informacje, przebieg, komunikaty). (1–5)
7. Dostępność miejsca (dojście, oznaczenia, wygoda, widoczność) była dobra. (1–5)
8. Jakość programu artystycznego była wysoka. (1–5)
9. Wydarzenie sprzyjało integracji i spotkaniu ludzi. (1–5)
10. Wydarzenie wzmacnia pozytywny obraz twórczości amatorskiej (ARA). (1–5)

C. Ocena najbardziej wartościowych elementów

11. **Co było dla Ciebie najcenniejsze? (wybierz max 2)** (wielokrotny wybór z limitem 2)

- występy na scenie
- atmosfera / klimat wydarzenia
- możliwość spotkania i rozmów
- różnorodność programu
- organizacja i prowadzenie
- strefy towarzyszące (np. stoiska/targi – jeśli dotyczy)
- inne: _____

D. Gotowość do ponownego udziału i rekomendacja

12. Czy chcesz wziąć udział w podobnym wydarzeniu ponownie? (tak/nie/nie wiem)

13. Na ile polecisz to wydarzenie innym? (skala 0–10)

E. Pytania otwarte

14. Co warto zachować bez zmian? (krótka odpowiedź)

15. Co poprawić w kolejnej edycji? (krótka odpowiedź)

16. W jakiej miejscowości chciał(a)byś zobaczyć kolejną „Scenę otwartą”? (krótka odpowiedź)

6) Ankieta dla występujących / grup ARA

Tytuł: Ankieta dla wykonawców „Scena otwarta dla każdego”

Czas: 4–6 min

Wstęp:

„Dziękujemy za występ. Ta ankieta pomoże nam utrzymać wysoki poziom warunków scenicznych i lepiej wspierać zespoły ARA. Ankieta jest anonimowa.”

A. Informacje o wykonawcy (minimalne)

1. Wydarzenie (miejscowość i data) (jednokrotny wybór)
 - Myślibórz – 31.08.2025

- Sulęcín – 14.08.2025
- Gorzów Wlkp. – 17.08.2025

2. Forma występu (jednokrotny wybór)

- solista/solistka
- duet
- zespół / grupa
- chór
- inna: _____

3. Czy to był Twój / Wasz pierwszy występ na dużej, profesjonalnie wyposażonej scenie? (tak/nie)

B. Przygotowanie i wsparcie organizacyjne (skala 1–5)

Skala: 1 = bardzo źle / nie, 5 = bardzo dobrze / tak

4. Informacje organizacyjne przed wydarzeniem były jasne i wystarczające. (1–5)
5. Kontakt z organizatorami/koordynacją był sprawny i pomocny. (1–5)
6. Mielśmy zapewnione odpowiednie warunki przygotowania (czas, miejsce, próba). (1–5)

C. Warunki sceniczne i techniczne (skala 1–5)

7. Jakość nagłośnienia była satysfakcjonująca. (1–5)
8. Oświetlenie i warunki sceniczne były dobre. (1–5)
9. Obsługa techniczna reagowała na potrzeby wykonawców. (1–5)
10. Czulem/am się bezpiecznie na scenie i za kulisami. (1–5)

D. Współpraca i atmosfera (skala 1–5)

11. Współpraca między wykonawcami/grupami przebiegała w dobrej atmosferze. (1–5)
12. Czulem/am, że twórczość amatorska (ARA) jest traktowana z szacunkiem. (1–5)

E. Efekt motywacyjny i rozwojowy

13. Występ zwiększył moją/naszą motywację do dalszej aktywności artystycznej. (1–5)
14. Po wydarzeniu mam/mamy chęć częściej występować publicznie. (1–5)
15. Co najbardziej pomogło Ci/Wam w poczuciu pewności na scenie? (krótka odpowiedź)

F. Pytania otwarte (wnioski)

16. Co zadziało najlepiej (organizacja/technika/atmosfera)? (dłuższa odpowiedź)
17. Co wymaga poprawy w kolejnej edycji? (dłuższa odpowiedź)
18. Czy bylibyście zainteresowani udziałem w kolejnych edycjach w innych miejscowościach? (tak/nie + opcjonalny komentarz)

7) Karta obserwacji prowadzącego/koordynatora (checklista)

Tytuł dokumentu: Karta obserwacji wydarzenia – „Scena otwarta dla każdego”

Wypełnia: koordynator / animator / osoba prowadząca wydarzenie

Czas: 10–15 min (w trakcie i po wydarzeniu)

A. Dane wydarzenia

- Miejscowość: _____
- Data: _____
- Nazwa wydarzenia: _____
- Lokalizacja (adres/plac): _____
- Godziny (start–koniec): _____
- Szacowana frekwencja (min/max): _____
- Pogoda / warunki zewnętrzne (jeśli plener): _____

B. Harmonogram i przebieg (Tak / Częściowo / Nie + uwagi)

1. Wydarzenie rozpoczęło się zgodnie z planem. T / C / N Uwagi: _____
2. Program był komunikowany publiczności (zapowiedzi, prowadzenie). T / C / N Uwagi: _____
3. Przejścia między punktami programu były płynne. T / C / N Uwagi: _____
4. Czas występów był kontrolowany zgodnie z ustaleniami. T / C / N Uwagi: _____
5. Zakończenie wydarzenia przebiegło zgodnie z planem. T / C / N Uwagi: _____

C. Warunki techniczne i scena (Tak / Częściowo / Nie + uwagi)

6. Nagłośnienie – jakość dźwięku dla publiczności. T / C / N Uwagi: _____
7. Nagłośnienie – komfort wykonawców na scenie (odsluch). T / C / N Uwagi: _____
8. Oświetlenie i widoczność sceny były właściwe. T / C / N Uwagi: _____
9. Obsługa techniczna była dostępna i reagowała szybko. T / C / N Uwagi: _____
10. Zaplecze dla wykonawców (wejście, przygotowanie, bezpieczeństwo) było zapewnione. T / C / N Uwagi: _____

D. Publiczność, integracja i atmosfera

11. Publiczność reagowała pozytywnie (uwaga, oklaski, zaangażowanie). T / C / N
12. Widoczna była integracja (rozmowy, wspólne uczestnictwo, różne grupy wiekowe). T / C / N

13. Pojawiały się elementy włączające (zaproszenie do udziału, otwartość komunikatów). T / C / N
14. Zidentyfikowane bariery dostępności (np. dojście, informacje, miejsca siedzące). T / C / N Jakże:

E. Zarządzanie ryzykiem i bezpieczeństwo

15. Widoczne służby/oznaczenia bezpieczeństwa (jeśli dotyczy). T / C / N
16. Nie odnotowano sytuacji zagrażających bezpieczeństwu. T / C / N Opis incydentów (jeśli były):

17. Warunki pogodowe/teren nie powodowały zagrożeń. T / C / N Uwagi: _____
18. Reagowano na problemy na bieżąco (opis działań): _____

F. Współpraca między grupami / wykonawcami

19. Wykonawcy byli przygotowani organizacyjnie (punktualność, gotowość). T / C / N
20. Współpraca między zespołami przebiegała bez konfliktów. T / C / N
21. Dla ilu wykonawców był to pierwszy występ na profesjonalnej scenie? (szacunek) _____
22. Obserwowane emocje/reakcje wykonawców po występie (krótko): _____

G. Wnioski i rekomendacje (po wydarzeniu)

- Co zadziałało najlepiej? _____
- Co wymaga poprawy? _____
- Najważniejsze 3 działania korygujące na przyszłość:
1. _____ 2) _____ 3) _____
- Uwagi dodatkowe / materiały do dołączenia (zdjęcia, notatki, linki): _____