



STOWARZYSZENIE OSÓB
NIESŁYSZĄCYCH „W MIG”

WMSOŃ

Jestem Weronika.
Nie słyszę.
Mogę pracować.

NIE MIGAJ
się od życia



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



Narodowy Instytut Wolności
Instytut Promocji i Wspierania

Sfinansowano ze środków Narodowego Instytutu Wolności -
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
NOWEFIO na lata 2021-2030



Regionalny Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich

NOWE FIO

Raport z ewaluacji

Nie migaj się od życia

GRUDZIEŃ 2022



Wstęp

Osoby niesłyszące żyją na marginesie życia społecznego. Główną przyczyną jest **bariera komunikacyjna**. Nie mają zapewnionego **równego dostępu** do usług społecznych, dostępu do służby zdrowia, wiadomości, kultury, sportu, rozrywki, rozwijania swoich zainteresowań czy pracy. Ich postrzeganie świata jest ograniczone tylko do wybiórczych informacji tłumaczonych na język migowy.

Realizacja projektu pn. "Nie migaj się od życia" miała na celu umożliwienie dostępu osobom głuchym w wieku 18-70 lat z terenu powiatu ostródzkiego, iławskiego, olsztyńskiego, części powiatu elbląskiego (tworzących subregion Mazur Zachodnich w województwie warmińsko-mazurskim) do różnych form rekreacji, sportu, kultury i edukacji poprzez zapewnienie tłumacza języka migowego do wszystkich działań; zaprezentowanie Kultury Głuchych; edukowania społeczeństwa z zakresu potrzeb i problemów osób niesłyszących w okresie od 01.06.2022 r. do 31.12.2022 r.

Stowarzyszenie Osób Niesłyszących W Mig prowadzi działania m.in. w zakresie turystyki, kultury, wspomaganie rozwoju wspólnot i społeczności lokalnych, nauki, edukacji, oświaty i wychowania, wspierania i upowszechniania kultury fizycznej oraz ochrony dziedzictwa.



Przebieg badania

Badanie zostało przeprowadzone przez Stowarzyszenie Centrum Wspierania Organizacji Pozarządowych i Inicjatyw Obywatelskich w ramach projektu pn. "Nie migaj się od życia". Projekt sfinansowano z Narodowego Instytutu Wolności Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO na lata 2021-2030.

Kwota dofinansowania: 150 000 zł.

Celem badania było zweryfikowanie skuteczności działań zrealizowanych w ramach projektu. Ewaluacja została przeprowadzona w dwóch momentach trwania projektu: ex-ante oraz ex-post.

Cele szczegółowe ewaluacji:

- ocena stopnia, w jakim cele projektowe odpowiadają problemom uczestników projektu;
- ocena stopnia realizacji zamierzonych celów projektu;
- ocena barier i problemów uczestników przy realizacji projektu;
- ocenę sposobu działań pod kątem ich adekwatności do celów projektu.



Badanie zostało przeprowadzone wśród wszystkich uczestników projektu, tj. 45 osób w wieku 18-70 lat, w tym 30 osób głuchych oraz 15 przedstawicieli branży turystycznej i okoturystycznej, pracowników samorządów, instytucji publicznych, instytucji sportu i kultury, przedsiębiorców. Do badania wykorzystano 3 narzędzia badawcze:

- badanie ankietowe - wszyscy uczestnicy projektu;
- wywiady indywidualne - 3 osoby;
- obserwacja uczestników szkoleń.

Wnioski wynikające z zebranego materiału, zaprezentowane w niniejszym raporcie posłużą do oceny skuteczności działań zrealizowanych w ramach projektu, a także do zaplanowania przyszłych działań objętych projektem.

Ewaluatora w prowadzeniu badań, tj. wypełnianiu ankiet, podczas wywiadów indywidualnych wspierał tłumacz języka migowego.





Podsumowanie wyników

Na podstawie obserwacji uczestników

- W każdym działaniu zaobserwowano dużą aktywność niesłyszących uczestników. Przykład: widoczne zaangażowanie podczas tworzenia poszczególnych elementów kampanii informacyjnej, wyrażanie woli wystąpienia w filmie promocyjnym czy na billboardach, odważne wybieranie haseł kampanii, opracowywanie scenariusza.
- Trenerzy oraz wykonawcy usług posiadali wcześniejsze doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z osobami niesłyszącymi.
- Istotną rolę w szkoleniach pełnili tłumacze języka migowego, którzy w fachowy sposób tłumaczyli treści często nowe dla osób niesłyszących oraz prezentacje multimedialne i materiały szkoleniowe przygotowane przez ekspertów.
- Jak podają uczestnicy, największą trudność sprawił im brak wiedzy z zakresu marketingu, reklamy oraz przyswojenie i zrozumienie dużej ilości wiedzy w krótkim czasie.
- Wszyscy uczestnicy projektu "Nie migaj się od życia" biorą aktywny udział w promowaniu kampanii społecznej.
- Tematyka szkoleń odpowiadała potrzebom osób niesłyszących i była niezbędna do włączenia uczestników projektu w tworzenie kampanii społecznej.



Podsumowanie wyników


Na podstawie wywiadów

Wywiady przeprowadzono z trzema uczestnikami projektu. Wśród nich znalazły się 2 osoby głuche oraz 1 słysząca.

Respondenci odpowiedzieli na 7 pytań, dotyczących ich opinii na temat działań projektowych, wpływu tychże działań na aktywność społeczną oraz zaangażowanie społeczne po zrealizowanym projekcie, nabytych kwalifikacji i kompetencji, poziomu zniwelowania problemów osób głuchych, napotkanych barier i trudności podczas realizacji projektu oraz atrakcyjności działań.

W raporcie przedstawiono część wypowiedzi. Wszystkie komentarze były bardzo pozytywne. Brak uwag negatywnych.





„ Działania były innowacyjne, bardzo ciekawe i bardzo profesjonalnie przeprowadzone. “

„ Mogłam nauczyć się języka migowego na poziomie podstawowym, a przy tym spędzić czas z osobami głuchymi, poznać ich kulturę. Uzyskanie certyfikatu na poziomie A1 motywuje mnie do podnoszenia swoich kwalifikacji i pracy z głuchymi. “

„ Szkolenia dla self-adwokatów podniosły mój poziom samooceny i dodały odwagi, a także podniosły moją wiedzę z zakresu moich praw jako osoby głuchej. Dzięki udziałowi w turnieju w kręgle dla niesłyszących, poznałam zasady tego sportu oraz zaczęłam zawodowo uprawiać tę dyscyplinę. “

„ Promuję w środowisku osób niesłyszących stronę internetową, która powstała w ramach projektu oraz spot. Mam wrażenie, że osoby słyszące zaczęły zwracać na głuchych większą uwagę i trochę skrócił się dystans np. w urzędach. “



„ Zdobyłem patent motorowodny, nabyłem wiedzę z zakresu marketingu, co bardzo mi się spodobało. Dzięki wizycie na szlaku kulinarnym zacząłem interesować się kuchnią tego regionu. “



„Nie zauważyłam barier podczas realizacji projektu. Frekwencja podczas szkoleń była 100%. Tematyka działań bardzo ciekawa, a sposób realizacji był na bardzo wysokim poziomie. Dobór wykonawców działań oceniam na 5 z plusem.“

„ Spotkanie z Panią Olgą Bończyk... to było niesamowite doświadczenie! Wizyta studyjna na szlaku kulinarnym tak samo! Po raz pierwszy mogłem poznać tradycje kulinarne Mazur Zachodnich. Każde działanie, w którym brałem udział było atrakcyjne, a dodatkowo było tłumaczone na język migowy.“

„ Dziś wiem, że chcę czynnie uczestniczyć jako członek stowarzyszenia w świecie niesłyszących. Edukuję słyszące koleżanki i kolegów, jakie stereotypy o głuchych są krzywdzące. “



„ Działania projektowe na pewno do końca nie zniwelowały problemu, z jakim borykają się osoby głuche. Pół roku to za krótko, by wprowadzić zmianę w tak dużej przestrzeni. Największym problemem osób niesłyszących jest brak komunikacji i ograniczony dostęp do informacji głównie w urzędach i placówkach medycznych. Spot i kampania z pewnością uświadomiły społeczność o problemach osób niesłyszących. “

SELF-ADWOKAT

WYNIKI TESTÓW WIEDZY

Szkolenie self-adwokat to cykl edukacyjny umożliwiający osobie niepełnosprawnej nabywanie potrzebnych umiejętności przy wsparciu odpowiednich osób wspomagających. Program szkolenia obejmował m.in. następujące zagadnienia: dostęp do informacji, rozwój człowieka, prawa osób głuchych, doświadczenie zawodowe, autoprezentacja, rozmowa kwalifikacyjna, prawa i obowiązki pracownika, szanse i zagrożenia osób zatrudnionych. Uczestnikami szkolenia było 5 osób głuchych. Ankiety były wypełniane na początku i na końcu szkolenia. Wyniki miały pokazać wzrost lub spadek wiedzy. W trakcie cyklu 10 spotkań zawsze obecny był tłumacz języka migowego.

Pretest

Błędne odpowiedzi
28 / 50

Poprawne odpowiedzi
22 / 50

BŁĘDNE ODPOWIEDZI
66%

POPRAWNE ODPOWIEDZI
44 %

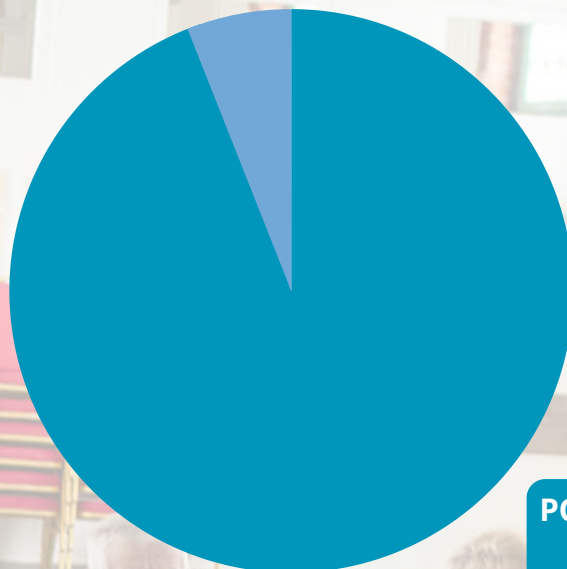
Posttest

BŁĘDNE ODPOWIEDZI

6 %

Błędne odpowiedzi

3/ 50



POPRAWNE ODPOWIEDZI

94 %

Poprawne odpowiedzi

47/ 50

Powyższe wykresy odnoszą się do ilości udzielonych poprawnych i błędnych odpowiedzi przez wszystkich ankietowanych do każdego pytania. Na początku szkolenia wskazano 22 poprawne odpowiedzi, co wskazuje, że wiedza uczestników szkolenia wynosiła 44 %. Wynik testu końcowego jest zaskakujący, ponieważ poziom wiedzy wyniósł 94 %, co równa się 47 poprawnym odpowiedziom.

**Podsumowanie:
WZROST WIEDZY
O 50%!**

WZROST WIEDZY o 43,12 %!

SZKOLENIE KAMPANIA SPOŁECZNA

WYNIKI TESTÓW WIEDZY

Szkolenie z zakresu tworzenia kampanii społecznej zostało przeprowadzone przez firmę marketingową Synergia z Lublina. Głusi od podstaw uczyli się, czym jest kampania społeczna, jakie są jej rodzaje, jak się tworzy hasło kampanii, scenariusz spotu, czym są podstawy marketingu itp.


Udział w szkoleniu wzięło 16 osób niesłyszących.





Powyższy wykres przedstawia procentowy wskaźnik poziomu wiedzy przed rozpoczęciem szkolenia oraz po jego zakończeniu. Na podstawie pretestów wiedza uczestników wynosiła 39,38 %, a już pretesty wykazały wiedzę na poziomie 82,50 %. Wiedza uczestników szkolenia wzrosła o 43,12 %.

KURS JĘZYKA MIGOWEGO



OPINIA UCZESTNIKÓW





**85,1 % uczestników kursu
języka migowego twierdzi,
że wykorzysta zdobytą wiedzę w praktyce**




**100 % uważa, że kurs on-line
języka migowego spełnił ich oczekiwania**



**85,7 % zaznacza, że tempo
prowadzenia zajęć było odpowiednie**



**83,3 % uznało kurs za ciekawy
i warty polecenia**



CO NA TEMAT PROJEKTU "NIE MIGAJ SIĘ OD ŻYCIA" UWAŻAJĄ JEGO UCZESTNICY?

Ewaluacja projektu "Nie migaj się od życia" oprócz zbadania poziomu wiedzy uczestników poszczególnych szkoleń miała dostarczyć informacji o całym projekcie. Trzydziestu uczestnikom projektu zadano 6 pytań otwartych dotyczących korzyści płynących z udziału w projekcie, konieczności podejmowania działań zwiększających aktywność osób głuchych, właściwości formy i sposobu realizacji działań, wartości zaproponowanych w projekcie działań w kontekście poprawy funkcjonowania osób głuchych oraz wpływu kampanii społecznej na świadomość mieszkańców regionu o problemach i potrzebach osób głuchych i niedosłyszących.

OCZEKIWANIA VS. RZECZYWISTOŚĆ

Na pytanie "Jakie korzyści chciałby Pan/ chciałyby Pani osiągnąć poprzez udział w projekcie?" badani wskazali dwie odpowiedzi: podnieść umiejętności w zakresie komunikacji oraz nabyć nowe umiejętności. Na zakończenie realizacji projektu na pytanie o to, jakie korzyści osiągnęli oprócz powyższych padła dodatkowa odpowiedź: zwiększenie aktywności społecznej.

Jeszcze przed udziałem w projekcie respondenci wskazywali na konieczność podejmowania działań na rzecz aktywizacji społecznej osób głuchych, ponieważ, jak podkreślają, osoby z tą niepełnosprawnością są wykluczone ze społecznego funkcjonowania ze względu na ograniczenia w porozumiewaniu się z innymi. Dzięki obecności tłumacza języka migowego podczas wszystkich działań, uczestnicy projektu rozumeli przekazywane treści, a przez to byli bardziej aktywni oraz bardziej angażowali się. Ankietowani zwrócili uwagę na brak znajomości języka migowego przez otoczenie, tj. urzędy, instytucje kultury, sportu, edukację przez co komunikacja jest bardzo ograniczona.

Respondentów zapytano, czy realizacja projektu przyczyni się do poprawy sytuacji osób głuchych. Badani jednym głosem odpowiedzieli, że działania, takie jak szkolenie dla self-advokatów, czy tworzenie kampanii społecznej przy maksymalnym zaangażowaniu osób niesłyszących nagłośnień wykluczenie, z jakim spotykają się na codzień osoby głuche, przez

co istnieje bardzo duża szansa, że faktycznie nastąpi systemowa zmiana w programowaniu wsparcia, świadczona na rzecz osób głuchych. Jedna z osób przyznała, że zyskała możliwość nabycia nowych umiejętności, że poznanie na żywo znanej postaci (aktora) wpłynęło na zmniejszenie dystansu społecznego i izolacji, która pogłębiła się w wyniku pandemii. Inna podkreśliła wielokrotnie, że działania w projekcie z całą pewnością zachęcały osoby głuche do wyjścia z domu i częstszych kontaktów z innymi niesłyszącymi.

Uczestnicy projektu w następujący sposób opisywali swoje odczucia dotyczące działań, w których brali udział:

- "jestem bardzo zadowolona"
- "udział w projekcie odmienił moje życie"
- "dzięki szkoleniom podniosłam swoją wiedzę"
- "poznałam nowych ludzi"
- "zauważyłem, że pracownicy urzędów mają mniejszy dystans w kontaktach z nami głuchymi"
- "dużo ludzi mówi, że nie wiedzieli, z jakimi problemami codziennie muszą zmagać się osoby głuche, spot wiele im wyjaśnił i obalił stereotypy" .

FORMA I DOBÓR DZIAŁAŃ

Na początku realizacji projektu zaprezentowano uczestnikom cele, formę i sposób realizacji działań. Na podstawie uzyskanych informacji stwierdzili, że według nich termin jest rozsądnie rozłożony w czasie, a miejsce realizacji dobrane odpowiednio. Szkolenia, wyjazdy, spotkania czy zawody są zróżnicowanymi działaniami i bardzo zachęcają by we wszystkich wziąć udział. W ankiecie końcowej, badani potwierdzili swoją początkową opinię.

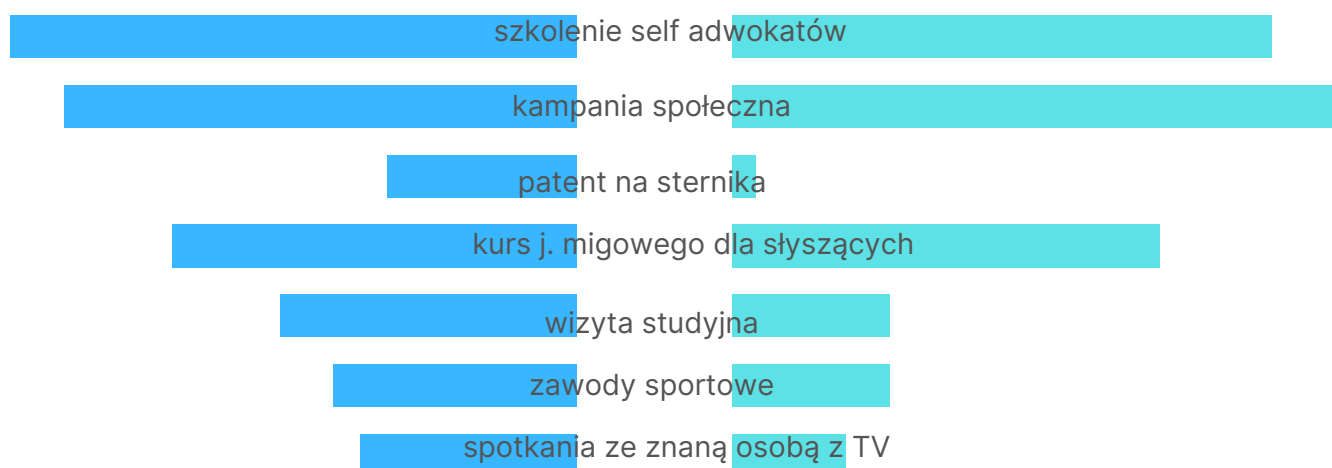
ATRAKCYJNOŚĆ DZIAŁAŃ

Przed realizacją projektu zapytano badanych, które działania według nich są najbardziej atrakcyjne. Na zakończenie projektu powielono pytanie. Ankietowani mogli wskazać maksymalnie 3 odpowiedzi. Wyniki przedstawia poniższy wykres.

3 najbardziej atrakcyjne i wartościowe działania projektowe



VS



Na podstawie powyższych wyników możemy zauważyć, że zarówno na początku, jak i na końcu realizacji projektu najbardziej wartościowymi działaniami według 30 ankietowanych osób głuchych były: szkolenie self-adwokatów, kampania społeczna oraz podnoszenie kwalifikacji przez osoby słyszące poprzez udział w kursie języka migowego. Największe rozbieżności pomiędzy przewidywaniami, co do ważności działań a opinią końcową dostrzec można w działaniach dotyczących podnoszenia kwalifikacji na patent sternika motorowodnego, wizyty studyjnej, zawodów sportowych i spotkań ze znaną osobą z TV.

Uwzględniając powyższe można wysnuć wniosek, że dla osób głuchych najbardziej atrakcyjne i wartościowe są te działania, które ułatwiają im funkcjonowanie w społeczeństwie oraz zwracają uwagę na ich problemy - głównie z komunikacją. Osobom głuchym najbardziej zależy na tym, by być widzialnym i rozumianym.

KAMPANIA SPOŁECZNA

Na początku realizacji projektu głuchych zapytano o to, czy kampania społeczna może wpłynąć na zwiększenie świadomości mieszkańców regionu o problemach i potrzebach osób głuchych i niedosłyszących. W odpowiedzi na tak zadane pytanie uzyskano następujące odpowiedzi (wybrano 5 najbardziej interesujących):

- "Uważam, że wpłynie, bo osoby słyszące wiedzą bardzo mało albo nic o kulturze Głuchych."
- "Cały czas powtarzane są krzywdzące dla nas stereotypy, np., że jesteśmy głupi."
- "Jesteśmy pomijani w środowisku."
- "Nie mamy informacji w języku migowym o tym, co dzieje się dookoła."
- "Chcemy pełnego dostępu do kultury czy edukacji."



STOWARZYSZENIE OSÓB
NIESŁYSZĄCYCH „W MIG”

**Jestem Robert.
Nie słyszę.
Mam rodzinę.**





STOWARZYSZENIE OSÓB
NIESŁYSZĄCYCH „W MIG”

**Jestem Paweł.
Nie słyszę.
Mam pasję.**



**NIE MIGAJ
się od życia**

Na zakończenie projektu uczestników zapytano, jak oceniają wpływ kampanii na zwiększenie świadomości mieszkańców regionu o potrzebach i problemach osób głuchych.

Wypowiedzi uczestników:

1. Realizacja kampanii społecznej i możliwość udziału w niej był dla mnie i moich głuchych znajomych nowym doświadczeniem.

2. Sąsiedzi, pracownicy urzędów, czy nawet pani w sklepie zaczęli nas zauważać ...

... a raczej nasze potrzeby.

3. ... kiedy z nami rozmawiają, nie krzyczą do nas tylko mówią wyraźnie, albo piszą na kartce proste zdania dla nas zrozumiałe.

4. Mój głuchy kolega
otrzymał propozycję
pracy.

5. Z hasła kampani
skorzystają głusi
w całym kraju.

6. Spot jest tłumaczony na język
migowy i zawiera napisy oraz
lektora, trafia i do niesłyszących
i słyszących!



STOWARZYSZENIE OSÓB
NIESŁYSZĄCYCH „W MIG”

WARMIŃSKO MAZURSKI
SEJMIK OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH
WMSON

Jestem Weronika.
Nie słyszę.
Mogę pracować.



NIE MIGAJ
się od życia

te same pasje i pragnienia



te same pasje i pragnienia

PODSUMOWANIE DZIAŁAŃ PROJEKTOWYCH ORAZ ICH WPŁYW NA ZMIANĘ SPOŁECZNĄ W KONTEKŚCIE OSÓB GŁUCHYCH NA PODSTAWIE PRZEPROWADZONEGO BADANIA EWALUACYJNEGO

- Głusi z większą odwagą zaczęli odwiedzać urzędy i zaobserwowali zmianę w ich obsłudze.
- Ludzie poznali problemy i potrzeby osób głuchych, dzięki kampanii społecznej.
- Urzędnicy przestali oferować głuchym pracę na stanowisku sprzątającego.
- Dla beneficjentów projektu innowacyjnym działaniem było spotkanie z aktorką Olgą Bończyk, która miała głuchych rodziców. Spotkanie z osobą z mediów zbliżyło ich do niedostępnego dla nich do tej pory świata gwiazd.
- Uczestnicy projektu po raz pierwszy poznali zasady gry w kręgle, wzięli udział w profesjonalnym turnieju oraz odwiedzili restauracje na szlaku kulinarnym, gdzie uczestniczyli w warsztatach kulinarnych i poznawali historię regionu.
- Najważniejszym elementem w całym projekcie był dla nich dostęp do tłumacza języka migowego.
- Od samego początku mieli wpływ na przebieg kampanii społecznej, w jaki sposób chcą przedstawić społeczeństwu potrzeby i problemy osób głuchych.
- Głusi stali się bardziej aktywni w życiu codziennym.
- Nawiązała się nić porozumienia między głuchymi, niedostępnymi a słyszącymi.

Zrealizowane działania projektowe powinny być kontynuowane na większą skalę, nie tylko w regionie. Wypracowane rozwiązania można przeszczepić na inne obszary kraju. Poziom dofinansowania był adekwatny do skali zaplanowanych działań i osiągniętych rezultatów.

Zamawiający



STOWARZYSZENIE OSÓB
NIESŁYSZĄCYCH W MIG

Tyrowo 101/5, 14-100 Ostróda

wmig.ostroda@gmail.com

+48 796 813 296

Wykonawca



stowarzyszenie
centrum wspierania
organizacji pozarządowych
i inicjatyw obywatelskich

ul. Bolesława Prusa 23/26, 14-300 Morąg

cwop@cwop.org.pl

+48 789 308 650