



**Ryšų ir informacijos vadovas**

**Antrasis Šveicarijos įnašas atrinktoms ES valstybėms narėms**

# Turinio lentelė

Ryšių ir informacijos vadovas.....	1
Antrasis Šveicarijos įnašas atrinktomis ES valstybėms narėms .....	1
Turinio lentelė .....	2
Įvadas .....	3
1. Viešieji ryšiai šalyse partnerėse.....	4
1.1. Vaidmenys ir atsakomybė .....	4
1.2. Komunikacijos vadovo užduotys .....	5
1.3. Komunikacijos koncepcija.....	7
Geriausios praktikos pavyzdys iš pirmojo Šveicarijos įnašo .....	8
2. Išorės komunikacijos priemonės.....	8
2.1. Svetainė .....	8
Bendradarbiavimo programos interneto svetainėje valstybės partnerės kalba (-omis) ir anglų kalba pateikiama bent ši informacija: .....	8
Geriausios praktikos pavyzdys iš pirmojo Šveicarijos įnašo .....	9
2.2. Socialinė žiniasklaida.....	9
Nustatykite savo tikslą ir auditoriją .....	9
Trumpas ir saldus .....	9
2.3. Leidiniai .....	10
2.4. Renginiai .....	10
2007–19m. Šveicarijos bendradarbiavimo programos patirtis ir idėjos .....	11
2.5. Žiniasklaidos pranešimai ir renginiai žiniasklaidoje.....	12
2.6. Filmas .....	12
Penkios filmų gamybos taisyklės.....	13
Laikykite jį paprasta.....	13
Pasiiekti plačią auditoriją.....	13
Paminėkite donorą .....	13
2.7. Foto medžiaga .....	13
: Keturios taisyklės geresnėms nuotraukoms .....	14
Pasirinkite vaizdus, kuriuose rodomi žmonės veikia.....	14
3. Logotipas ir šveicariškas dizainas.....	16
3.1. Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas.....	16
3.2. Šveicariškas dizainas .....	16
3.3. Pridedamas tekstas ir logotipų hierarchija.....	17
1.	

# Įvadas

Nuo 2007 m. Šveicarija ir atrinktos ES valstybės narės siekia kartu mažinti ekonominius ir socialinius skirtumus Europoje. Pagal šūkį „Daryk gera ir pranešk“, šis vadovas skatina Šveicarijos šalis partneres dalintis rezultatais ir padaryti juos matomus. Šio vadovo tikslas – apibrėžti atsakomybę, strategijas ir priemones, skirtas informuoti plačiąją visuomenę apie Šveicarijos bendradarbiavimo programas ir užtikrinti skaidrumą bei nuoseklų bendravimą šalyse partnerėse.

Vadove nustatyti reikalavimai, susiję su pranešimais apie Šveicarijos įnašą pasirinktoms ES valstybėms narėms. Jame išdėstyti bendrieji reikalavimai ir geriausia praktika, susiję su komunikacijos koncepcijos, komunikacijos priemonių kūrimu ir prasmingos vaizdinės medžiagos teikimu. Jame taip pat nustatyti techniniai logotipo naudojimo reikalavimai.

# 1. Viešieji ryšiai šalyse partnerėse

## 1.1. Vaidmenys ir atsakomybė

Nacionalinio koordinavimo padalinio (NCU) ir vykdančiųjų agentūrų pareigos, susijusios su komunikacija, nustatytos reglamentų 13 skyriuje. NCU paskiria komunikacijos vadovą, kuris atlieka pagrindinį vaidmenį koordinuojant, kuriant, skatinant ir įgyvendinant viešuosius ryšius, susijusius su Šveicarijos bendradarbiavimo programa valstybėje partnerėje.

### Taisyklių 13 skyrius: Informavimas ir komunikacija

#### 13.1 Informacijos sklaida valstybėje partnerėje

1. Valstybė partnerė plačiai skleidžia visuomenei informaciją apie Bendradarbiavimo programą. Valstybės partnerės plačioji visuomenė informuojama apie Bendradarbiavimo programą apskritai, Šveicarijos teikiamą finansavimą, taip pat apie paramos priemones ir jų rezultatus.
2. Visi ryšiai, susiję su Bendradarbiavimo programa, turi atitikti Šveicarijos pateiktą Ryšių ir informacijos vadovą.

#### 13.2 NCU atsakomybė

Su komunikacija susijusios NCU pareigos:

- a) parengti komunikacijos koncepciją ir pristatyti ją Šveicarijai savo pirmojoje metinėje bendradarbiavimo programos ataskaitoje;
- b) koordinuoti ir remti visą komunikacijos veiklą, susijusią su Bendradarbiavimo programa valstybėje partnerėje;
- c) skelbia Komunikacijos ir informacijos vadove nurodytą informaciją valstybės partnerės kalba (-omis) ir anglų kalba Bendradarbiavimo programai skirtoje interneto svetainėje arba, jei susitarta su Šveicarija, NCU interneto svetainėje;
- d) komunikacinei veiklai Šveicarijoje skirtos informacinės medžiagos ir profesionalių nuotraukų bei vaizdo įrašų teikimas;
- e) užtikrinti, kad vykdomosios agentūros vykdytų savo įsipareigojimus;
- f) užtikrinti, kad Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas ir Šveicarijos Konfederacijos logotipas būtų teisingai naudojami visoje su Bendradarbiavimo programa susijusioje informacinėje ir komunikacinėje medžiagoje;
- g) iš anksto informuoti Šveicariją apie būsimus renginius, kad būtų galima susitarti dėl galimo Šveicarijos dalyvavimo;
- h) konsultuodamasi su Šveicarija, organizuos Bendradarbiavimo programos pradžios ir baigiamąjį renginį, kuriuo bus siekiama informuoti plačiąją visuomenę ir užtikrinti jos matomumą.

#### 13.3 Vykdomųjų agentūrų (EA) pareigos

1. Vykdomosios agentūros užtikrina, kad visi paramos gavėjai žinotų apie paramą, teikiamą pagal Šveicarijos bendradarbiavimo programą.
2. Vykdomosios agentūros užtikrina, kad Šveicarijos parama būtų aiškiai matoma visose statyb vietėse, ant fizinių objektų, infrastruktūros, leidiniuose ir kitoje informacinėje medžiagoje, susijusioje su paramos priemone ir bendradarbiavimo programa.

---

<sup>1</sup>Valstybėse partnerėse, kuriose įnašas yra mažesnis, su Šveicarija gali būti susitarta dėl kito susitarimo.

3. Kiekvienas projekto operatorius ir programos operatorius planuoja ir įgyvendina komunikacijos veiklą, kuri apima bent kiekvieno projekto ir programos pradžios ir pabaigos renginį. Komunikacijos veikla aprašoma pasiūlyme dėl paramos priemonės. Komunikacijos veiklai skirta biudžeto eilutė įtraukiama į paramos priemonės biudžetą.

## 1.2. Komunikacijos vadovo užduotys

- **Nustatyti komunikacijos galimybes:** Komunikacijos vadovas turėtų reguliariai teikti komunikacinės veiklos, susijusios su Šveicarijos bendradarbiavimo programa valstybėje partnerėje, idėjas. Šis procesas turėtų būti kūrybingas ir, idealiu atveju, turėtų apimti kitus NCU ir EA darbuotojus.
  - **Nuspręsti dėl pagrindinės komunikacijos veiklos:** Nustatykite realius tikslus, atitinkančius biudžetą ir turimus žmogiškuosius išteklius.
  - **Koordinuoti komunikacijos veiklą valstybėje partnerėje, didinti darbuotojų informuotumą ir keistis idėjomis:** Ryšių klausimai ir klausimai, susiję su Šveicarijos bendradarbiavimo programa, turėtų būti reguliariai aptariami NCU ir su EA. Taip pat rekomenduojama įtraukti komunikacijos specialistus.
    - Komunikacijos vadovas priklauso nuo kolegų ir EA pagalbos, pavyzdžiui, atnaujinant informaciją svetainėje, kuriant komunikacijos galimybių idėjas ir informuojant Šveicariją apie komunikacijos veiklą. Šiuo tikslu EA turi informuoti komunikacijos vadovą apie visus būsimus renginius, delegacijų vizitus į Šveicariją, nuotraukų medžiagą ir vaizdo įrašus, taip pat apie būsimus kvietimus teikti pasiūlymus ir viešuosius konkursus.
    - Rekomenduojama, kad komunikacijos vadovas organizuotų praktinius seminarus, kuriuose būtų dalijamasi patirtimi ir būtų užtikrinta, kad visos EA žinotų savo atsakomybę komunikacijos srityje.
    - Komunikacijos vadovas privalo užtikrinti, kad būtų pasiekti komunikacijos koncepcijoje išdėstyti tikslai ir principai ir kad būtų įgyvendinta planuojama NCU ir EA komunikacijos veikla. Tai apima tinkamą logotipo naudojimą ir Šveicarijos, kaip donorės, matomumą.
    - Siekiant užtikrinti matomumą ir padaryti komunikaciją patrauklų paramos priemonių įgyvendinimo pradžioje, jų metu ir po jų, svarbu įtraukti specialistus, kurie kuria foto medžiagą ir vaizdo įrašus. Turėtų būti siekiama, kad rezultatai ir skirtumas tarp prieš ir po to būtų matomi.
- △ **veikti kaip Šveicarijos kontaktinis punktas:**
- Metinėje bendradarbiavimo programos ataskaitoje ir metiniame susirinkime komunikacijos vadovas informuoja Šveicariją apie praėjusiais metais nacionaliniu lygiu vykdomą komunikacijos veiklą ir apie nacionalinės svarbos komunikacijos veiklą ateinančiais metais. Komunikacijos vadovas taip pat turi užtikrinti, kad visos EA savo metinėje paramos priemonių ataskaitoje pateiktų informaciją apie savo ankstesnę ir būsimą komunikacijos veiklą.
  - Komunikacijos vadybininkas turi užtikrinti, kad Šveicarija būtų iš anksto informuojama apie visų būsimų renginių datas ir turinį, kad būtų galima susitarti dėl galimo Šveicarijos dalyvavimo.
  - Komunikacijos vadovas tinkamu laiku informuoja Šveicariją apie būsimus valstybės pareigūnų, EA ar kitų naudos gavėjų delegacijų vizitus į Šveicariją.

- Ryšių valdytojas pagamintą foto medžiagą ir filmus dalijasi su Šveicarija ir Šveicarijos prašymu pateikia papildomą medžiagą.
- Komunikacijos vadovas turi užtikrinti, kad Šveicarija būtų informuojama apie būsimus kvietimus teikti pasiūlymus ir konkrečius viešuosius konkursus (kuriuos Šveicarija nurodo per paramos priemonių patvirtinimo procedūrą), kad jie taip pat galėtų būti skelbiami Šveicarijoje.

#### Geriausios praktikos pavyzdys iš pirmojo Šveicarijos inašo



Slovėnijoje energijos vartojimo efektyvumas ir atsinaujinančiųjų išteklių energijos naudojimas buvo skatinami viešuosiuose pastatuose, daugiausia mokyklose ir ikimokyklinio ugdymo įstaigose. Siekiant didinti informuotumą šia tema, buvo surengti aštuoni praktiniai seminarai mokytojams, o mokytojai ir studentai dalyvavo švietimo programoje apie tausų energijos vartojimą. Taip pat buvo paskelbtas mokytojų vadovas apie atsinaujinančią energiją. „Eco House“ buvo pastatytas, kur mokyklos klasės iš visos Slovėnijos gali sužinoti apie tvarumo klausimus. Atsinaujinančios energijos projektų konkurse dalyvavo 44 mokyklos, o nugalėtojai buvo pakviesti į pažintinę kelionę į Šveicariją. Kiekvienoje projekte dalyvaujančioje mokykloje buvo įsteigtos „atsinaujinančiųjų išteklių energijos grupės“, kurių tikslas – mokyti moksleivius energijos vartojimo efektyvumo ir atsinaujinančiosios energijos klausimais, mokyti jaunimą tapti „energijos vadybininkais“, kurie savo ruožtu didina bendraamžių informuotumą šia tema. Be to, mokyklose buvo įrengti ekranai, rodantys atsinaujinančiosios energijos gamybą ir išmetamo CO<sub>2</sub> kiekio mažinimą.

### 1.3. Komunikacijos koncepcija

Šalies lygmeniu parengiama komunikacijos koncepcija ir ji pateikiama Šveicarijai, kad ji galėtų pateikti pastabų su pirmąja metine bendradarbiavimo programos ataskaita. Komunikacijos koncepcija apibūdina organizacijos vidaus ir išorės komunikacijos veiklos tikslą, tikslus ir tikslinę auditoriją, apibrėžia vaidmenis, atsakomybę ir procesus bei įvardija pagrindines priemones. Juo užtikrinama, kad komunikacija būtų koordinuojama, veiksmingai valdoma ir tenkinami konkrečios tikslinės auditorijos informacijos poreikiai. Komunikacijos koncepcija nebūtinai turi būti plati, kad būtų veiksminga ir naudinga – iš tikrųjų kuo trumpesnis ir kuo didesnis, tuo labiau tikėtina, kad jis bus skaitomas ir naudojamas. Komunikacijos koncepcija turėtų būti suformuluota taip, kad ji taip pat taptų EA rekomendaciniu dokumentu.

Į komunikacijos koncepciją įtraukiamas priedas su metiniu veiksmų planu, į kurį įtraukta nacionalinė veikla, taip pat teminė ir regioninė veikla, numatyta EA komunikacijos planuose. Metiniame veiksmų plane išvardijamos ir nurodomos komunikacijos galimybės ir tikslai, nustatomos tikslinės auditorijos, išvardijamos pagrindinės priemonės (spaudos konferencijos, brošiūros, parodos, jaunimo konkursai, teminiai seminarai, vietos žurnalistų ekskursijos pasirinktoms paramos priemonėms, skrajutės ir kt.) ir nustatomi išmatuojami tikslai, terminai ir atsakomybė. Interneto svetainės priežiūra ir informacijos apie ją atnaujinimas, taip pat žiniasklaidos užklausų tvarkymas turėtų būti įtraukti į pasikartojančių komunikacijos priemonių sąrašą kiekvienais metais. Planuojama komunikacijos veikla turi būti paminėta darbo plane (kuriame bendrai nurodoma veikla), pridėtame prie NCU metinės bendradarbiavimo programos ataskaitos.

- Komunikacijos koncepcija bus pateikta pirmojoje metinėje bendradarbiavimo programos ataskaitoje
- Ankstesnių komunikacijos priemonių vertinimas nacionaliniu lygmeniu
- Darbo planas, kuriame pateikiama informacija apie būsimą nacionalinės svarbos komunikacijos veikla

#### Apžvalga: Šveicarijai teiktina informacija

##### NACIONALINIS LYGMUO

##### Paramos priemonės pasiūlymas (EA) Metinė paramos priemonės ataskaita (EA)

Metinė  
Planuojamos  
bendradarbiavimo  
komunikacijos veiklos  
aprašymas  
(NCU)  
Komunikacijai skirta  
biudžeto eilutė  
„Įgyvendinimo  
tvarkaraštis, kuriame  
pateikiama informacija

Ankstesnės  
komunikacijos veiklos  
ataskaitos  
Įgyvendinimo

##### PARAMOS PRIEMONĖS LYGIS

## Geriausios praktikos pavyzdys iš pirmojo Šveicarijos įnašo



Šveicarija rėmė nuolatinį medicinos personalo mokymą ir ligoninių infrastruktūros modernizavimą 27 Lietuvos motinystės skyriuose, taip pat padidino energijos vartojimo efektyvumą 24 iš šių ligoninių. Siekdama populiarinti programą, Lietuvos sveikatos apsaugos ministerija sukūrė „[Facebook](#)“ puslapį, kuriame buvo leidžiamos nuotraukos ir filmai. Šiose motinystės seniūnijose buvusios motinos gavo kojines ir kepureles savo kūdikiams, kurios suteikė informacijos apie Šveicarijos įnašą Lietuvai. Buvo surengti keli vizitai į ligonines aukšto rango pareigūnams ir žurnalistams. Užmegzti Lietuvos ir Šveicarijos ligoninių partnerystės ryšiai.

## 2. Išorės komunikacijos priemonės

### 2.1. Svetainė

Bendradarbiavimo programai skirta interneto svetainė yra viena iš svarbiausių išorės komunikacijos priemonių. Šveicarijos bendradarbiavimo programai rekomenduojama sukurti atskirą interneto svetainę. Tai viena iš esminių komunikacijos užduočių siekiant užtikrinti, kad svetainė būtų naujusia, informatyvi ir patraukli. EA taip pat tinkamai prižiūri savo interneto svetainę ir teikia informaciją apie rezultatus, atvirus kvietimus, renginius ir kitas galimybes dalyvauti.

**Bendradarbiavimo programos interneto svetainėje valstybės partnerės kalba (-omis) ir anglų kalba pateikiama bent ši informacija:**

- informacija apie bendradarbiavimo programos tikslus
- Šveicarijos teikiamas finansavimas
- visų finansuotų paramos priemonių ir pasiektų rezultatų aprašymas
- informacija apie būsimus ir tebevykstančius atvirus kvietimus teikti pasiūlymus ir kitas dalyvavimo galimybes
- informacija apie renginius, susijusius su bendradarbiavimo programa
- matoma sąsaja su įspėjimu apie įtarimusnetinkamas valdymas lėšos
- nuoroda į Šveicarijos interneto svetainębendradarbiavimas programa
- pranešimai spaudai apie bendradarbiavimo programą
- aktualios ir patrauklios nuotraukos ir filmai
- kontaktinė informacija



## Geriausios praktikos pavyzdys iš pirmojo Šveicarijos įnašo



Latvijoje pagerinta 57 mokyklų infrastruktūra, siekiant užtikrinti aukštesnius saugos standartus. Siekiant didinti informuotumą apie priešgaisrinę saugą ir informuoti moksleivius apie Šveicariją, vietos, regionų ir nacionaliniu lygmenimis buvo surengtas konkursas „Ugnies valdovas“. Finalinis konkursas buvo transliuojamas per televiziją dieną prieš oficialią mokyklos pradžią Latvijoje. Jį vedė populiarius TV moderatorių, jame dalyvavo Šveicarijos ambasadorius ir Šveicarijos projekto partneriai. Specialiame konkurso pradžios puslapyje dalyvavo daugiau nei 21,000 sekėjų. Vėliau buvo sukurtas edukacinis internetinis žaidimas.

## 2.2. Socialinė žiniasklaida

Socialinės žiniasklaidos naudojimas yra rekomenduojamas, nes jie yra labai naudingi siekiant papildyti kitus informacijos kanalus ir generuoti srautą į jūsų svetainę. Kadangi socialinė žiniasklaida turi būti valdoma aktyviai, rekomenduojama būti strategiškai ir sutelkti dėmesį į kokybišką dalyvavimą pasirinktoje socialinėje žiniasklaidoje.

### Rekomendacijos socialinei žiniasklaidai

#### **Nustatykite savo tikslą ir auditoriją**

Ką norite pasiekti dalyvaudami socialiniuose tinkluose ir kas yra jūsų tikslinė auditorija (politikai, žiniasklaidos žmonės, jaunimas ir t. t.)? Turėdami aiškų tikslą ir žinodami, į ką kreipiatės, galėsite sukurti gerą turinį savo socialinės žiniasklaidos kanalui (-iams).

#### **Sukurkite komandiravimo strategiją**

Pasirinkę socialinės žiniasklaidos kanalą (-us), sukurkite skelbimo planą, kuriame nustatysite turinį, kalbą ir informaciją, kurią norite bendrinti savo kanale. Tai leis lengviau sekti aiškia ir reguliarią komunikacijos liniją savo socialinės žiniasklaidos kanale.

#### **Trumpas ir saldus**

Socialinė žiniasklaida paprastai yra neformalesnis būdas bendrauti su savo auditorija. Nepaisant to, stenkitės būti trumpi ir glausti su savo pranešimais.

#### **Naudokite vaizdus ir filmus**

Nuotraukos ir vaizdo įrašai pritraukia jūsų auditorijos dėmesį. Stenkitės būti kūrybingi savo komunikacijoje ir įtraukti vaizdinius elementus.

#### **Būkite draugiški ir jautrūs**

Socialinė žiniasklaida yra puikus būdas bendrauti su savo auditorija. Tai darykite atsakydami į jų klausimus ir pastabas. Visada būkite draugiški, paslaugūs ir jautrūs. Jei susiduriate su neigiamais atsiliepimais ar komentarais, atsakykite į juos ramiai ir objektyviai. Piktnaudžiaujantys, rasistiniai ar neapykantą kurstantys komentarai negali būti toleruojami – užblokuoti ar pranešti atitinkamam (-iems) asmeniui (-ims).



priemonės įgyvendinimo pradžios ir vieną baigiamąjį renginį. Taip pat gali būti, kad kelios EA kartu surengs įžanginį renginį arba užbaigs teminę konferenciją, apimančią kelias paramos priemones.

### 2007–19m. Šveicarijos bendradarbiavimo programos patirtis ir idėjos

- Teminės konferencijos: Šie renginiai suteikia galimybę matyti Šveicariją ir tuo pačiu metu keistis žiniomis, patirtimi ir geriausios praktikos pavyzdžiais. Taip pat apsvarstyti galimybę pakviesti Šveicarijos ekspertus stiprinti dvišalius santykius. Tai ypač tinka novatoriškoms paramos priemonėms arba mažiau apčiuopiamų rezultatų duodančioms paramos priemonėms.
- Apsilankymai pagal paramos priemonę: Jei paramos priemonė apima matomus rezultatus, pvz., pastatų atkūrimą, vietos gyventojai arba žurnalistai galėtų būti pakviesti į ekskursijas su gidu arba į atvirų durų dieną.
- Konkursai, išvykos arba edukaciniai renginiai studentams ar mokiniams: Tai geras būdas suderinti informuotumo didinimą su Šveicarijos matomumu ir emociškai įtraukti auditoriją. Pranešimai turi būti pritaikyti skirtingoms amžiaus grupėms.
- Pažintiniai vizitai į Šveicariją: Jas organizuoti paramos priemonių įgyvendinimo pradžioje, kad keitimasis patirtimi būtų naudingas įgyvendinant paramos priemones. Pažintinės kelionės tikslas ir dalyvių tikslai turėtų būti iš anksto aptarti ir suderinti su Šveicarija. Tai taip pat leidžia Šveicarijai nuspręsti dėl savo dalyvavimo vizituose ir siūlyti papildomus posėdžius.
- Paramos priemonė, kuria pasirašomi renginiai ir inauguracijos.
- Fotografijos parodos viešojoje bibliotekoje arba kitoje viešojoje erdvėje (pvz., prekybos vietose).
- Stendai mugėse ar konferencijose.

Kiekvienas renginys yra skirtingas, tačiau visi renginiai reikalauja kruopštaus planavimo gerokai iš anksto ir ypatingą dėmesį skiriant detalėms. Įsitikinkite, kad praleidžiate pakankamai laiko, kurį norite pasiekti ir pakviesti. Naudotis interneto svetaine ir socialinės žiniasklaidos kanalais, kad būtų didinamas informuotumas apie renginį. Šveicarija taip pat turėtų būti iš anksto informuojama apie renginius, kad galėtų dalyvauti Šveicarijos atstovai. Pasirūpinkite, kad renginių dalyviai visada būtų informuojami apie Šveicarijos paramą (žr. 3 skyrių apie šveicariškų logotipų naudojimą, pvz., apie kvietimus ir maitinimo taškų pristatymus).

## Geriausios praktikos pavyzdys iš pirmojo Šveicarijos



Vengrijos visuomeninis fondas „Pro Vértés“ surengė „Paukščių dieną“ ir „Medžių konkursą“, skirtą moksleiviams informuoti apie gamtos apsaugą. Tai buvo plačiai reklamuojama laiškais į kiekvieną mokyklą, žiniasklaidos pranešimus ir „Facebook“. Dviejų dienų programoje dalyvavo 765 mokiniai (paukščių stebėjimas, paukščių atpažinimas pagal jų garsus, kamufliažo palapinės statyba, Metų medžio sodinimas ir kt.). Vietos žiniasklaida transliuoja naujienų pranešimus apie konkursą, kuriame dalyvauja apie 150,000 žmonių. Be to, 777 moksleiviai dalyvavo nuotraukų ir vaizdo įrašų konkurse, kuriame dalyvavo daugiau nei 3000 kūrinių.

### 2.5. Žiniasklaidos pranešimai ir renginiai žiniasklaidoje

Pagrindinis žiniasklaidos pranešimo tikslas – atkreipti žiniasklaidos dėmesį į renginį, į kurį žiniasklaida kviečiama (pvz., žiniasklaidos konferenciją, paramos priemonės perdavimo ceremoniją arba šventės užbaigimui pažymėti), arba informuoti juos apie klausimą, pranešimą ar aukšto lygio vizitą. Žiniasklaidos pranešimo tikslas yra ne suteikti žurnalistams visą jūsų turimą informaciją tam tikra tema, bet paskatinti juos domėtis šiuo klausimu, kad jie paskambintų jums arba apsilankytų jūsų interneto svetainėje dėl išsamesnės informacijos. Visuose žiniasklaidos pranešimuose turi būti patvirtintas Šveicarijos pritarimas.

Jei svarbiausiais bendradarbiavimo programos momentais turite naujienų vertos informacijos, žiniasklaidos konferencija yra geras būdas skleisti informaciją plačiai auditorijai per žiniasklaidą. Apsilankymas žiniasklaidos priemonėse taikant konkrečią paramos priemonę galėtų pritraukti dar daugiau dėmesio ir suteikti žurnalistams galimybę kalbėtis su žmonėmis, fotografuoti ir kurti filmus. Atsižvelgiant į žiniasklaidos įvykius, turėtų būti parengta informacinė medžiaga ir vaizdiniai elementai.

Po žiniasklaidos konferencijos saugoti straipsnių ir transliacijų įrašus, kad būtų galima stebėti nušvietimą. Apskritai šalyje partnerėje tikimasi profesionalios žiniasklaidos stebėsenos. Savo metinėje bendradarbiavimo programos ataskaitoje NCU turi reguliariai aprašyti, kaip bendradarbiavimo programa buvo suvokiama šalyje, remiantis stebėjimu ir žiniasklaidos stebėseną.

Jei gaunate užklausą iš Šveicarijos ar tarptautinės žiniasklaidos arba jei žiniasklaidos užklausa yra susijusi su klausimais, kurie gali būti politiškai jautrūs Šveicarijai arba neigiamai paveikti Šveicarijos reputaciją šalyje partnerėje, nedelsdami susisiekite su savo partneriu.

### 2.6. Filmas

Filmai tampa vis svarbesni naujųjų medijų amžiuje, ypač socialiniuose tinkluose. Garso ir vaizdo sąveika gali perduoti daug daugiau informacijos per trumpą laiką ir su emociniu poveikiu. Todėl Šveicarija ketina vis dažniau naudoti filmus, kad parodytų savo bendradarbiavimo programos rezultatus, taip pat Šveicarijos visuomenei, todėl šiuo atžvilgiu

remiasi valstybių partnerių indėliu ir parama. Filmai yra gera priemonė parodyti dabartinius iššūkius ir tai, kas pasiekta taikant konkrečią paramos priemonę.

## Penkios filmų gamybos taisyklės

### Laikykite jį paprasta

Laikykite pranešimus kuo paprastesnius, kad filmą būtų galima pateikti iš karto suprantamu būdu. Laikykitės pagrindų, nes žiūrovas dažnai mažai žino apie temą. Venkite specialių žargonų ir santrumpų.

### Kad jūsų filmas būtų trumpas ir patrauklus

Per pirmąsias 30 sekundžių aiškiai parodykite, kas yra filmas, ir patraukite žiūrovo dėmesį. Visas filmas neturėtų būti ilgesnis nei penkios minutės.

### Leiskite žiūrovui pasinerti į bendradarbiavimo programą

Naudokite filmo terpės pridėtinę vertę ir parodykite padėtį vietoje. Suteikti balsą ne tik projekto vadovui, bet ir naudos gavėjams dėl didesnio patikimumo. Padarykite interviu ne biuruose, o vietoje.

### Pasiekti plačią auditoriją

<mailto:cdbund@eda.admin.ch> Prieš kurdami filmą susisiekite su Šveicarijos valdžios institucijomis, atsakingomis už vizualinę komunikaciją ([cdbund@eda.admin.ch](mailto:cdbund@eda.admin.ch)). Jie yra komunikacijos ekspertai ir teikia paramą. Tikslas yra maksimaliai išnaudoti galutinį produktą, kad filmas ar jo dalys galėtų būti naudojami keliuose kanaluose, taip pat socialinės žiniasklaidos platformose. Filmai yra būtini komunikacijai Šveicarijoje. Reikėtų aptarti galimybę pridėti subtitrus anglų ir (arba) Šveicarijos nacionalinėmis kalbomis.

### Paminėkite donorą

Nepamirškite paminėti Šveicarijos įnašo (žr. 3 skyrių apie Šveicarijos logotipų naudojimą).

## Geriausios praktikos pavyzdys iš pirmojo Šveicarijos



Estijos laboratorijos ir aplinkos stebėjimo stotys įsigijo modernią įrangą ir apmokė savo darbuotojus. Ši programa taip pat buvo naudojama ekspertų keitimuisi praktine patirtimi. Pavyzdžiui, bendradarbiaudamas su Šveicarijos Paul Scherrer institutu, Estijos aplinkos tyrimų centras atliko lyginamuosius matavimus mokslinių tyrimų tikslais. „[YouTube](#)“ buvo paskelbtas lengvai suprantamas animacinis filmas, kuriame paaiškinamas plačiosios visuomenės aplinkos stebėsenos tikslas.

## 2.7. Foto medžiaga

Kad komunikacija būtų įtikinama, svarbu naudoti vaizdus. Šveicarijai taip pat reikia geros kokybės nuotraukų, kad galėtų bendrauti Šveicarijoje. Šiuo atžvilgiu Šveicarijos valdžios institucijos pasikliauja jūsų parama, nes esate vietoje ir arčiau paramos priemonių.

Nors geros kokybės mėgėjų nuotraukos kartais gali būti naudojamos kaip iliustracijos, ankstesnės Šveicarijos bendradarbiavimo programos patirtis parodė, kad profesionalių fotografų samdymas dokumentuojant Šveicarijos finansuojamas paramos priemones, veiklą ir renginius yra gera investicija. Todėl reikalaujama, kad valstybės partnerės įgaliotų profesionalius fotografus, kurie fotografuoja kiekvienos paramos priemonės įgyvendinimo pradžioje, jos metu ir po jos. Turi būti sudaryta sutartis, kurioje būtų nurodyta, kad naudojimo ir naudojimo teisės, taip pat visos intelektinės nuosavybės teisės, įskaitant autorių teises ir jų platinimą, yra kliento nuosavybė. Užtikrinti, kad paramą teikianti institucija taip pat turėtų visas teises naudoti foto medžiagą taip dažnai, kaip nori.

## : Keturios taisyklės geresnėms nuotraukoms

### **Pasirinkite vaizdus, kuriuose rodomi žmonės veikia**

Pasirinkite paveikslėlius, kuriuose rodomi iššūkiai prieš įgyvendinant paramos priemonę, atliekamas darbas ir apčiuopiami rezultatai. Žmonės ir jų veikla turėtų būti fotografijos centre. Fotografuojant įvykius venkite fotografuoti dideles grupes. Daugiau dėmesio skirkite pagrindiniams veikėjams.

### **Gauti žmonių sutikimą fotografuojant**

Yra keletas specialių taisyklių, kurios taikomos fotografuojant žmones, tačiau svarbiausias dalykas yra pagarba. Visada paprašykite sutikimo fotografuojant žmones ir paaiškinkite, kaip ketinate naudoti nuotraukas. Rašytinis sutikimas kartais reikalingas, pavyzdžiui, fotografuojant pažeidžiamas grupes ar vaikus.

### **Gauti šią papildomą informaciją yra būtina**

Kai fotografuojate žmones, nepamirškite, kad net nedidelis papildomos informacijos apie juos gabalas gali būti labai vertingas. Jūs galite sužinoti jų vardą ir situaciją su dviem ar trimis klausimais. Pavyzdžiui: „Gabor Cselle (58) trejus metus ieškojo darbo...“ Visada atkreipkite dėmesį į paramos priemonės vietą, datą ir pavadinimą.

Taip pat gali būti naudinga gauti asmens, kurį nufotografavote, kontaktinius duomenis, jei norite vėl su jais susisiekti vėliau, pavyzdžiui, dėl paramos priemonės vertinimo.

Įsitikinkite, kad fotografai geografiškai pažymi vaizdus. Visų publikuojamų vaizdų metaduomenys reikalauja teisingos koordinatės.

Vėliau turėsite pateikti trumpą, bet kuo išsamesnį paveikslėlio aprašymą: data, vieta ir šalis, nuotraukoje esančių žmonių vardai ir pavardės bei jų pareigos ir, jei įmanoma, trumpas vaizduojamos veiklos aprašymas ir kuriai sričiai, temai ar paramos priemonei jie priklauso.

### **Didelės skiriamosios gebos nuotraukos**

Vaizdo plotis turėtų būti ne mažesnis kaip 3000 pikselių arba didesnis. Visada laikykite originalų vaizdą savo pradinio dydžio.

Geros nuotraukos  
rodo... ..veiksmingi  
patarimos gavėjai



...iš arti žvilgsnis į akių lygį



... naujos  
perspektivos



## Blogos nuotraukos rodo...



...nėra



...konferencijos



...žmonių nėra



## 3. Logotipas ir šveicariškas dizainas

### 3.1. Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas

Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas yra pagrindinis vaizdinės tapatybės elementas ir turi būti naudojamas visoje informacinėje ir komunikacinėje medžiagoje, susijusioje su Šveicarijos bendradarbiavimo programa (svetainėje, socialiniuose tinkluose, pristatymuose viešuose renginiuose, leidiniuose, filmuose, reklaminiuose leidiniuose, plakatuose, reklaminiuose stenduose, laiškuose ir kt.).

Turėtų būti aiškiai atskirtas finansavimo lygis (Šveicarijos įnašas) ir jį įgyvendinant dalyvaujančios organizacijos. Pagrindinis logotipo naudojimo ir išdėstymo principas yra tas, kad Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas yra pranašesnis už visus kitus logotipus. Iš pirmo žvilgsnio reikėtų suprasti, iš kur gaunamas finansavimas. Jei naudojamas kartu su kitais logotipais, Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas turėtų būti kairėje ir (arba) viršuje. Papildomų logotipų kūrimas paramos priemonių lygmeniu neleidžiamas.

Priede išsamiau aprašytos Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipo naudojimo reklaminiuose stenduose, atminimo lentose ir biuro programose techninės specifikacijos. Kartu su šiuo vadovu pateikiami EPS (vectorizuota) ir JPG formato logotipai.

### 3.2. Šveicariškas dizainas

Jei Šveicarija yra komunikacinės medžiagos bendraautorė arba bendraleidėja, Šveicarijos Konfederacijos logotipas turi būti naudojamas kartu su Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipu. Tai pasakytina ir apie labai svarbią komunikacinę medžiagą, pvz., reklamines lentas statybvietėse, atminimo lentas ar lipdukus. Šioje labai svarbioje komunikacinėje medžiagoje valstybės partnerės turėtų pateikti Šveicarijos Konfederacijos logotipą, kad būtų pripažintas Šveicarijos indėlis įgyvendinant paramos priemonę. Kadangi valstybių partnerių valdžios institucijos, savaime suprantama, norės pateikti savo logotipą šioje komunikacinėje medžiagoje, Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas turėtų būti pateiktas viršuje, o apačioje – Šveicarijos ir valstybių partnerių valdžios institucijų logotipai.

Jei Šveicarija nėra bendraautorė arba bendraleidėja, jei įmanoma, su Šveicarijos bendradarbiavimo programa susijusioje komunikacinėje ir informacinėje medžiagoje nurodykite Šveicariją kaip paramos teikėją ir partnerę ir šiame kontekste taip pat parodykite Šveicarijos Konfederacijos logotipą.

Šveicarijos Konfederacijos logotipo vadovas pateikiamas kartu su šiuo vadovu. Ji bendrai informuoja apie Šveicarijos įmonės dizaino technines specifikacijas. Šveicarijos Konfederacijos logotipas turi būti laikomas vienu vienetu, jame yra Šveicarijos herbas ir



tekstas keturiomis oficialiosiomis Šveicarijos kalbomis. Logotipo elementai (pvz., herbas) negali būti naudojami atskirai.

### 3.3. Pridedamas tekstas ir logotipų hierarchija

Jei įmanoma, Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas derinamas su šiuo tekstu: Remiamas Šveicarijos indėliu mažinant ekonominius ir socialinius skirtumus ES.

Jei Šveicarija yra bendraautorė arba bendraleidėja, tačiau Šveicarijos Konfederacijos logotipui nėra pakankamai vietos (pavyzdžiui, reklaminiams objektams), jis gali būti paliktas nuošalyje, nes Šveicarijos bendradarbiavimo programos logotipas apskritai yra pranašesnis. Vienintelė šios bendros taisyklės išimtis yra atminimo lentos. Atminimo lentose Šveicarijos Konfederacijos logotipas yra privalomas.

### Šveicarijos logotipų naudojimo valstybės partnerės parengtoje komunikacinėje medžiagoje sprendimų priėmimo medis



