

TURINYS

- 3** Kodėl įgyvendinant projektus reikalinga komunikacija?
- 5** Sėkmės istorijos
- 8** Terminų žodynėlis
- 9** Privalomos informavimo apie projektą priemonės
- 17** ES investicijų ženklo naudojimas
- 18** Kitos komunikacijos priemonės
- 28** Ką apie projektą pasakoti skirtingais etapais?

Kokybiškas informacijos apie projektą pateikimas – tai puiki galimybė projekto vykdytojui greičiau ir sklandžiau įgyvendinti savo projektą, pritraukti [tikslinę auditoriją](#) ir pasiekti geresnių, ilgalaikių rezultatų. Tai nėra vien formalumas.

Vienas svarbiausių komunikacijos tikslų – tikslinių grupių ir visuomenės informavimas apie projektui skirtomis Europos Sąjungos (ES) lėšomis vykdomus pokyčius, jų naudą. Informavimas apie projektą apima jo numatomų rezultatų pristatymą – pavyzdžiui, informaciją apie planuojamus sumažinti kamščius gatvėse, mažesnę suvartojamos energijos kiekį, geresnę elektroninę paslaugą.

Komunikacija taip pat suteikia gyventojams aktualią informaciją, susijusią su projekto vykdymu. Pavyzdžiui, pranešama, kada dėl darbų bus uždarytas tam tikras kelio ruožas, kaip atrodys miesto centrinė aikštė po remonto, kaip keičiasi registracija pas gydytoją, kokias inovacijas numatoma sukurti.

Ypatingas vaidmuo komunikacijai tenka įgyvendinant viešuosius, valstybinius projektus, kurie paliečia daug žmonių. Tokiu atveju viešos konsultacijos su tikslinės grupės atstovais, bendruomene ir kitais suinteresuotais asmenimis paskatina sulaukti [grįžtamojo ryšio](#), o tai padeda projekto vykdytojui efektyviau vykdyti pasirinktas veiklas ir sulaukti palaikymo savo projektui. Pavyzdžiui, jei aplinkos tvarkymo projekte numatoma retinti medžius miestelio parke ir tokiu būdu atkurti istorinį parko vaizdą, išsamią informaciją apie planuojamus veiksmus reikėtų pateikti per viešus susitikimus su bendruomene. Kitaip darbams įsibėgėjus rizikuojama susidurti su neigiama bendruomenės nuomone apie projektą.

Šiame leidinyje – sėkmės istorijos, reikalavimai ir rekomendacijos. Projektų vykdytojais galės išsamiau susipažinti su anksčiau įgyvendintų projektų komunikacijos sėkmės istorijomis ir rasti patarimų, kaip sėkmingai informuoti apie savo projektą. Projekto vykdytojais taip pat turėtų susipažinti su 2014–2020 m. projektų finansavimo ir administravimo taisyklėmis, kuriose nustatyti pagrindiniai informavimo apie projektą principai.

Trumpai

Kodėl projektams reikalinga komunikacija?

- Informuoti tikslinę grupę ir visuomenę apie projektu siekiamus įgyvendinti pokyčius, jų naudą ir rezultatus.
- Sėkminga komunikacija apie projektą prisideda prie sėkmingo projekto įgyvendinimo.
- Tinkamai pasirinkta [komunikacijos priemonė](#) padeda efektyviai pasiekti [tikslinę auditoriją](#).

Informavimo apie projektą nauda



Efektyvi komunikacija padėjo pritraukti daugiau nei 50 tūkst. dalyvių

Projektai: ES finansuoti projektai, skirti šalies gyventojų kompiuteriniam raštingumui ugdyti. Projektas „Lietuvos e-piliečio kompiuterinio raštingumo pradmenys“ pritraukė daugiau nei 50 tūkst. dalyvių, o „Lietuvos e. piliečiui – paslaugos internete“ – 16 tūkst. dalyvių.

Apdovanojimai: 2008 m. „e-Inclusion“ I vietos apdovanojimas, 2010 m. „RegioStars“ apdovanojimas „Informacinių ir komunikacinių technologijų pritaikymo e. įtraukimui“.



Alijansas „Langas į ateitį“ pirmą ES projektą, skirtą kompiuterinių įgūdžių ugdymui, pradėjo 2006 m. Projektas įgyvendintas visoje Lietuvos teritorijoje. „Nuo pat pradžių žinojome, kad mūsų komunikacijos tikslas ne tik pranešti apie projektą visuomenei, bet ir pakviesti žmones jame dalyvauti. Tai reiškė, kad apie projektą turėjome pasakoti aiškiai, patraukliai ir taip, kad užtektų komunikacijai numatytų lėšų. Nuo informacijos sklaidos tiesiogiai priklausė mūsų projektuose dalyvaujančių žmonių skaičius. Jei ne efektyvi komunikacijos kampanija, nebūtume pasiekę numatytų projekto rodiklių“, – sako „Langas į ateitį“ direktorė Loreta Križinauskienė.

Viena labiausiai pasiteisusių priemonių – nemokamas telefonas, kuriuo paskambinę žmonės galėjo užsiregistruoti į kompiuterinio raštingumo kursą. „Telefonas buvo reikalingas, nes projekto tikslinė grupė buvo dar nemokantys naudotis internetu žmonės. Pati telefono idėja atsirado dėl labai gyvenimiškų aplinkybių – į mokymus turėjome pritraukti didelį būrį dalyvių, todėl registruoti žmones pradėjome daug anksčiau nei baigėsi viešųjų pirkimų procedūros. Tad pirmasis registracijos telefonas veikė pas mus beveik mėnesį tik savanorių ir praktikantų dėka. Nemokama telefono linija padidino užsiregistravusių dalyvių skaičių kelis kartus“, – atsimena „Langas į ateitį“ direktorė.

Alijanso vykdyto antro didelio ES projekto tikslinė grupė buvo asmenys nuo 45 metų. Kaip pastebi „Langas į ateitį“ direktorė, tąkart ypač pasiteisino informacijos sklaida per radiją ir spaudą. Pašnekovė pabrėžia, kad kūrybiškas požiūris – neatsiejama projektų komunikacijos dalis. „Nuo pat pradžių nesirinkome lengviausio kelio dėl to, kad projektai, kuriuos vykdėme, buvo labai reikalingi Lietuvos žmonėms. Skaitmeniniai gebėjimai šiandieniniame pasaulyje – vieni svarbiausių. Turėdami galimybę dirbti tokį naudingą darbą, stiprinti šiuos Lietuvos žmonių gebėjimus, negalėjome jo daryti formaliai. Norėjome, kad projekte dalyvautų ir patobulėtų kiek įmanoma daugiau žmonių“, – teigia L. Križinauskienė.

Socialinės reklamos sulaukė visuomenės susidomėjimo

Projektas: projektas kurčiųjų asmenų integracijai į darbo rinką „Darbo link“.

Vykdytojas: VšĮ Respublikinis kurčiųjų reabilitacijos centras.

Apdovanojimai: Europos Komisijos apdovanojimas „RegioStars 2013“ už socialines reklamas.

Rezultatas: reklamas galima peržiūrėti internete adresu www.esparama.lt/regiostars.



Respublikinio kurčiųjų reabilitacijos centro projektų koordinatore Svetlana Beniušienė pasakoja, kad idėja sukurti socialines reklamas gimė nuosekliai stebint Lietuvoje ir užsienyje pasirodančias kampanijas, skirtas neįgaliųjų integracijai. „Pastebėjome, kad Lietuvoje socialinių reklamų, skirtų kurčiųjų integracijai, beveik nėra. Mūsų projekto ir reklamų tikslas buvo atskleisti, kad kurtieji – tokie pat žmonės ir darbuotojai, kaip ir bet kuris iš mūsų“, – pasakoja S. Beniušienė.

Socialinės reklamos buvo skirtos kurti teigiamą kurčiųjų įvaizdį darbo rinkoje ir visuomenėje. Vos pasirodžiusios televizijos eteryje, jos sulaukė susidomėjimo iš didžiausių naujienų portalų, buvo aptarinėjamos socialiniuose tinkluose.

S. Beniušienė neslepia, kad reklamų kūrimas užtruko maždaug pusę metų. Jas Respublikinis kurčiųjų reabilitacijos centras kūrė drauge su pasamdyta kūrybine agentūra. „Visi reklamoje nusifilmavę asmenys – kurtieji, pakeisti tik jų vardai, situacija. Nuo pat pradžių žinojome tik tai, kad norime kitokios – pozityvios socialinės reklamos. O kaip tai padaryti, mums pasiūlė agentūra“, – sako koordinatore.

Diskusijos su bendruomene patraukė ir žiniasklaidos dėmesį

Projektai: Anykščių medžių lajų tako statyba finansuota pagal projektą „Saugomų teritorijų tvarkymas, III etapas“.

Vykdytojas: Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba prie Aplinkos ministerijos ir Anykščių regioninio parko direkcija.



Nuo pat pirmųjų etapų medžių lajų tako statyba Anykščių regioniniame parke sulaukė didelio bendruomenės susidomėjimo, o šio projekto vykdytojai – klausimų, į kuriuos atsakinėjo negailėdami laiko. Šio parko direktorius Kęstutis Šerepka atkreipia dėmesį, kad diskusijos su bendruomene sudomino ir žiniasklaidos atstovus.

„Bendruomenėje atsirado žmonių, kurie kėlė klausimą, ar lajų takas apskritai gali būti statomas Anykščių šilelyje – legendinėje vietoje. Šitos diskusijos iškart patraukė žurnalistų dėmesį. Ne paslaptis – kai kada žiniasklaidai reikia intrigos ir aktyviai diskutuodami iškart gavome progą dar kartą papasakoti apie projektą, jo tikslus, kainą, ateitį ir t. t.“, – pastebi K. Šerepka. Jis akcentuoja, kad teigiamos įtakos informacijos sklaidai turėjo tai, kad su bendruomene ir žurnalistais bendrauta nuo pat pradžių.

„Nors objekto dar nebuvo, mes jau atsakinėjome į klausimus apie jo paskirtį ir kainą. Lėšų tokiems objektams nei pats parkas, nei Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba neturi, tad visada pabrėždavome, kad tai – ES investicijos“, – pasakoja K. Šerepka.

Po lajų tako atidarymo 2015 m. rugpjūtį, didžiausias lankytojų skaičius per dieną siekė apie 8 500 žmonių. Žurnalistai buvo pakviesti apžiūrėti lajų taką prieš atidarymą. „Jie galėjo atvažiuoti, apsidairyti, pafilmuoti. Tai dar labiau padidino tako žinomumą, priminė visuomenei, kad jis tuoj bus atidarytas“, – sako Anykščių regioninio parko direktorius.

Grįžtamasis ryšys

Naudinga informacija arba kritika apie projektą, kurią gali suteikti projekto tikslinė auditorija, dalyviai ir partneriai. Ši informacija būtina projekto vykdytojui, nes padeda tobulinti projektą ir pasiekti geresnių rezultatų.

Informavimo apie projektą priemonė

Priemonė, kuria tikslinė grupė informuojama apie projektą, jo tikslus, planuojamus rezultatus, projekto naudą ir projekto finansavimą. Skiriamos privalomos informavimo apie projektą priemonės (informacinis plakatas, informacinė lentelė, stendas, informacija apie projektą ir ES 2014–2020 m. struktūrinių fondų ženklas dokumentuose, informacija apie projektą vykdytojo svetainėje) ir kitos komunikacijos priemonės (informacinė spauda, informavimas internete, pranešimai žiniasklaidai, spaudos konferencija, informaciniai renginiai, projekto reklama, suvenyrai).

Komunikacija

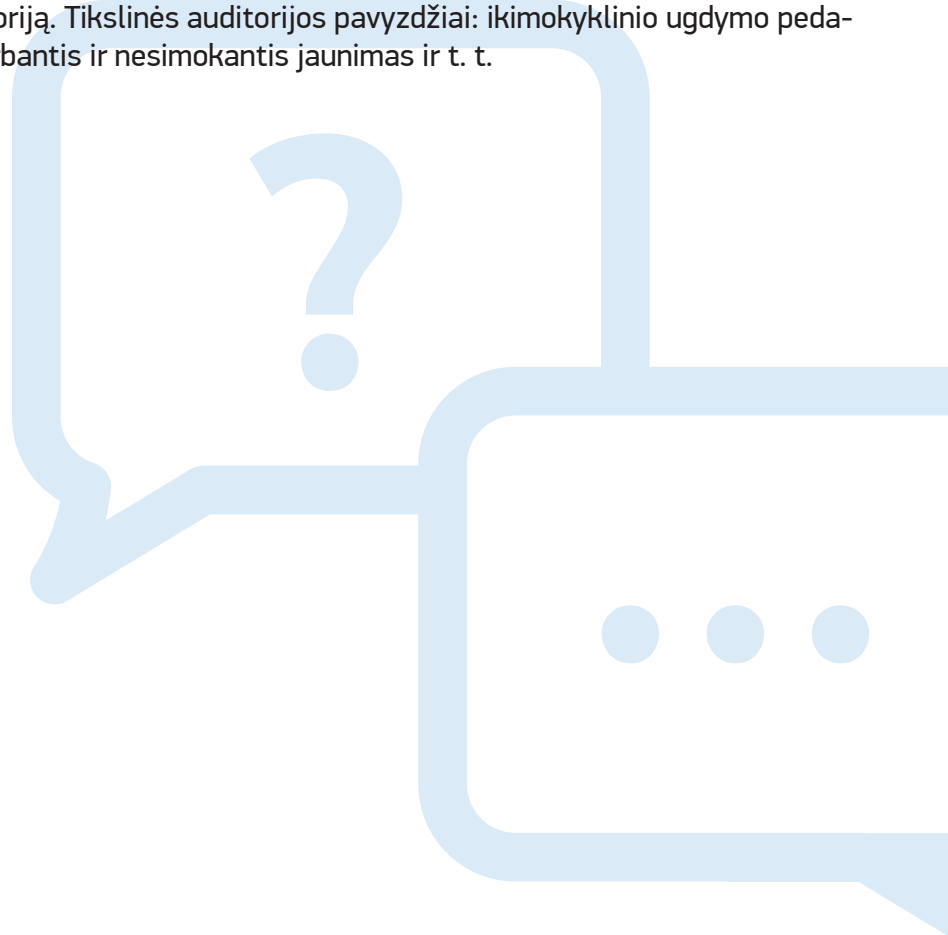
Informavimas apie projekto veiklas, siekiant į jas įtraukti gyventojus. ES investicijų komunikacijos tikslas – padėti įgyvendinti ES investicijų veiksmų programoje numatytus pokyčius.

Komunikacijos kanalai

Būdai, kuriais perduodama informacija. Tradiciniai komunikacijos kanalai – televizija, radijas, spauda, taip pat – tiesioginis bendravimas su tiksline auditorija per renginius. Prie naujų komunikacijos kanalų priskiriamas internetas, blogai ir socialiniai tinklai, pvz., paskyra „Facebook“.

Tikslinė auditorija

Žmonių grupė, kuri pajus didžiausią įgyvendinto projekto naudą. Informuojant apie projektą itin svarbu, kad informacija pasiektų būtent tikslinę auditoriją. Tikslinės auditorijos pavyzdžiai: ikimokyklinio ugdymo pedagogai, X miestelio gyventojai, niekur nedirbantis ir nesimokantis jaunimas ir t. t.



Visiems projektų vykdytojams privalomos šios informavimo apie projektą priemonės:

- ☑ Informacinis plakatas, informacinė lentelė arba stendas.
- ☑ Informacija apie projektą projekto vykdytojo svetainėje.
- ☑ Informacija apie projektą ir ES 2014–2020 metų struktūrinių fondų ženklas visuose dokumentuose ir informacinėse priemonėse, skirtose projekto dalyviams ir visuomenei.

Privalomos informavimo priemonės

Informacinis plakatas, informacinė lentelė arba stendas.

Informacija apie projektą ir ES 2014–2020 metų struktūrinių fondų ženklas dokumentuose.

Informacija apie projektą vykdytojo svetainėje.

Informacinis plakatas, lentelė arba stendas

Projektų vykdytojai, nekabinantys informacinių lentų, įsipareigoja projekto pradžioje pakabinti bent vieną ne mažesnę kaip A3 formato informacinį plakatą.

Jeigu vykdomas infrastruktūros ar statybos projektas, kurio įgyvendinimui investicijos skirtos iš ERPF ar Sanglaudos fondo lėšų, ir jo **vertė viršija 500 000 eurų**, projekto pradžioje vykdytojas turi pakabinti ne plakatą, o laikiną informacinę lentelę arba pastatyti laikiną informacinį stendą. Be to, iki galutinio mokėjimo prašymo pateikimo dienos šių projektų vykdytojai turi pakabinti nuolatinę informacinę lentelę arba pastatyti nuolatinį informacinį stendą.

Projektų pobūdis	Reikalavimai plakatams, lentelėms ar stendams
Infrastuktūros ar statybos projektai, kurių įgyvendinimui investicijos skirtos iš ERPF ar Sanglaudos fondo lėšų, ir jų vertė viršija 500 000 eurų.	Projektų vykdytojai turi pakabinti laikiną informacinę lentelę arba pastatyti laikiną stendą, o iki galutinio mokėjimo prašymo pateikimo dienos – pakabinti nuolatinę informacinę lentelę arba pastatyti nuolatinį informacinį stendą.
Visi kiti projektai.	Bent vieną ne mažesnę kaip A3 formato informacinį plakatą.

Kas turi būti nurodyta plakate, informacinėje lentelėje arba stende?

- ☑ Projekto pavadinimas;
- ☑ pagrindinis tikslas;
- ☑ darbų pradžios ir pabaigos datos (infrastruktūros ar statybos projektuose);
- ☑ projekto vykdytojas;
- ☑ ES fondas, iš kurio finansuojama.

Nuolatinio informacinio stendo pavyzdys

KELIO KAUNAS–ZARASAI–DAUGPILIS REKONSTRUKCIJA

Rekonstruotas kelio Kaunas–Zarasai–Daugpilis 28–46 km. ruožas, padidintas jo pralaidumas ir saugumas.

Projekto vykdytojas:



**LIETUVOS AUTOMOBILIŲ
KELIŲ DIREKCIJA**

Finansuojama iš Sanglaudos fondo

www.esinvesticijos.lt



Kuriame
Lietuvos ateitį

2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa

Nuolatinio informacinio stendo pavyzdys

Vandentiekio ir nuotekų tinklų plėtra

Projekto metu Baltupių mikrorajone nutiesti nauji vandentiekio ir nuotekų tinklai, o gyventojams sudarytos sąlygos gauti kokybiškas paslaugas.

Projekto vykdytojas:
VILNIAUS VANDENYS

Finansuojama iš Sanglaudos fondo
www.esinvesticijos.lt

Kuriame Lietuvos ateitį
2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programa

Laikino informacinio stendo pavyzdys

KELIO KAUNAS–ZARASAI–DAUGPILIS REKONSTRUKCIJA

Projekto tikslas: rekonstruoti kelio Kaunas–Zarasai–Daugpilis 28–46 km. ruožą, padidinti jo pralaidumą ir saugumą.

Rangovas: AB „Panevėžio keliai“
Statybos techninė priežiūra: AB „Problematika“
Darbų pradžia: 2015-06-16
Darbų pabaiga: 2016-03-15

Projekto vykdytojas:
LIETUVOS AUTOMOBILIŲ KELIŲ DIREKCIJA

Finansuojama iš Sanglaudos fondo
www.esinvesticijos.lt

Kuriame Lietuvos ateitį
2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programa

Nuolatinio vertikalios informacinio stendo pavyzdys

KELIO KAUNAS–ZARASAI–DAUGPILIS REKONSTRUKCIJA

Rekonstruotas kelio Kaunas–Zarasai–Daugpilis 28–46 km. ruožas, padidintas jo pralaidumas ir saugumas.

Projekto vykdytojas:  LIETUVOS AUTOMOBILIŲ KELIŲ DIREKCIJA

Finansuojama iš Sanglaudos fondo
www.esinvesticijos.lt

Kuriame Lietuvos ateitį
2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programa

Laikino vertikalios informacinio stendo pavyzdys

KELIO KAUNAS–ZARASAI–DAUGPILIS REKONSTRUKCIJA

Projekto tikslas: rekonstruoti kelio Kaunas–Zarasai–Daugpilis 28–46 km. ruožą, padidinti jo pralaidumą ir saugumą.

Rangovas: AB „Panevėžio keliai“
Statybos techninė priežiūra: AB „Problematika“
Darbų pradžia: 2015-06-16
Darbų pabaiga: 2016-03-15

Projekto vykdytojas:  LIETUVOS AUTOMOBILIŲ KELIŲ DIREKCIJA

Finansuojama iš Sanglaudos fondo
www.esinvesticijos.lt

Kuriame Lietuvos ateitį
2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programa

Laikino informacinio stendo pavyzdys

Vandentiekio ir nuotekų tinklų plėtra

Projekto tikslas: užtikrinti kokybišką geriamojo vandens tiekimą ir nuotekų tvarkymą Baltupių mikrorajono gyventojams.

Rangovas: AB „Panevėžio statybos trestas“
 Statybos techninė priežiūra: AB „Problematika“
 Darbų pradžia: 2015-06-16
 Darbų pabaiga: 2016-03-15

Projekto vykdytojas:



Finansuojama iš Sanglaudos fondo
www.esinvesticijos.lt



Kuriame Lietuvos ateitį
 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programa


Plakato pavyzdys

VYRESNIŲ KAIP 45 METAI ŽMONIŲ KOMPIUTERINIO RAŠTINGUMO UGDYMAS


Projekto tikslas – suteikti kompiuterinio raštingumo žinių bei paskatinti naudotis elektroninėmis valdžios ir verslo paslaugomis 16 tūkstančių vyresnio amžiaus Lietuvos gyventojų.

Finansuojama iš Europos socialinio fondo

Projekto vykdytojas:
Lietuvos pensininkų sąjunga „Bočiai“



www.esinvesticijos.lt



Kuriame Lietuvos ateitį
 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programa

Svarbu

Plakatas, laikina ir nuolatinė informacinė lentelė arba stendas turi būti tinkamo dydžio – t. y., kad būtų aiškiai matomi ir įskaitomi. Šias komunikacijos priemones būtina įrengti gerai matomoje vietoje (pvz., prie įėjimo į pastatą).

Plakate nurodomi projekto pavadinimas ir tikslas turi būti aiškūs ir lengvai suprantami. Nėra būtina nurodyti būtent tokių pat formuluočių, kaip paraiškoje. Pagrindinis informacinio plakato tikslas – aiškiai pranešti, kokio pobūdžio projektas vykdomas ir ko juo siekiama.

Projekto pavadinimo nurodymo pavyzdžiai

Netinkamas pavadinimas stende	Tinkamas pavadinimas stende
Ukmergės „Dainorėlių“ muzikos mokyklos patalpų Smuiko g. 46, Ukmergės m., Ukmergės sav. modernizavimas.	Ukmergės Dainorėlių muzikos mokyklos modernizavimas
Šilalės miesto vietos veiklos grupės „Šilo balsai“ vietos plėtros strategijos parengimas.	Šilalės miesto vietos plėtros strategijos parengimas
Magistralinio kelio A8 Panevėžys–Araslava–Sitkūnai ruožo nuo 8,32 km iki 23,36 km rekonstravimas.	Magistralinio kelio Panevėžys–Araslava–Sitkūnai rekonstravimas

Informacija interneto svetainėje

Jei vykdytojas turi interneto svetainę, jis turi paskelbti informaciją apie įgyvendinamą projektą, jo tikslus, rezultatus ir informuoti apie finansavimą iš atitinkamo ES struktūrinio fondo.

The screenshot shows the 'gera praktika' website interface. At the top, there is a navigation menu with items: PRAKTIKOS SKELBIMAI, PRAKTIKOS PLANAI, ĮMONĖS, AUKŠTOSIOS MOKYKLOS, APIE PROJEKTĄ, SERTIFIKAVIMAS, KONKURSAI. The main content area is titled 'Apie projektą' and contains text about the project's goals, partners, and implementation. On the right side, there are several widgets: 'Paieška' (Search) with a search bar and 'IEŠKOTI' button; 'Sistemą naudoja' (System users) with a 'Statistika' (Statistics) section showing 10297 registered students, 7074 from universities, 3223 from colleges, and 1592 registered companies; 'Įmonės' (Companies) with logos for THUS and P M; and 'Naujausi pasiūlymai FB' (Latest FB offers) with a 'Gera praktika' Facebook post. At the bottom, there is a 'Parsisiųskite' (Download) section with icons for documents and a circular diagram.

Informacija dokumentuose

Dokumentai, skirti visuomenei ar projekto dalyviams, – tai kvietimai, renginio programa, pažymėjimai, dalyvavimo renginiuose patvirtinimo dokumentai ir t. t. Šie dokumentai naudojami mokymų ir panašių renginių metu.

Ant tokių dokumentų turi būti naudojamas ES 2014–2020 metų struktūrinių fondų ženklas, ir dalyviai informuojami apie finansavimą iš ES struktūrinio fondo.

Svarbu

„Jaunimo užimtumo iniciatyva“

Jei projektas finansuojamas iš ESF specialių asignavimų, skirtų „Jaunimo užimtumo iniciatyvai“, projekto dokumentuose reikia tai nurodyti.

Privalomos informavimo apie projektą priemonės

15 paraiškos priedas

INFORMAVIMAS APIE PROJEKTĄ

Pareiškėjas privalo pasirinkti įgyvendinti informavimo priemones, kaip nustatyta Projektų administravimo ir finansavimo taisyklėse ir projektų finansavimo sąlygų apraše. Visuotinių dotacijų priemonėms netaikomi 15.3 ir 15.4 papunkčiai.

Informavimo priemonė (-ės)	Taikoma	Aprašymas
15.1. Interneto svetainėje paskelbti informaciją apie įgyvendinamą projektą, apibūdinti jo tikslus, rezultatus ir informuoti apie finansavimą iš atitinkamo (-ų) ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų).	<input type="checkbox"/>	Žymima „Taikoma“, jei projekto vykdytojas turi interneto svetainę. Pasirinkus „Taikoma“ nurodomas interneto svetainės adresas ir, jeigu aktualu, trumpas informavimo priemonės aprašymas. Galimas simbolių skaičius – 300. Nurodyti privaloma, jei pažymėta „Taikoma“.
15.2. Projekto įgyvendinimo pradžioje visuomenei gerai matomoje vietoje (pavyzdžiui, prie įėjimo į pastatą) pakabinti bent vieną plakatą (ne mažesnę kaip A3 formato), kuriame pateikiama informacija apie įgyvendinamą projektą ir finansavimą iš atitinkamo (-ų) ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų).	<input type="checkbox"/>	Nežymima, jei pasirenkamos šios lentelės 15.3 ar 15.4 papunktyje nurodytos informavimo priemonės, kitu atveju žymima „Taikoma“. Jei teikiama iš Europos socialinio fondo lėšų bendrai finansuojamo projekto paraiška, turi būti pažymima „Taikoma“, išskyrus atvejus, kai pagal jungtinę priemonę pasirenkamos šios lentelės 15.3 ar 15.4 papunktyje nurodytos informavimo priemonės. Pateikiamas trumpas informavimo priemonės aprašymas. Galimas simbolių skaičius – 300. Nurodyti privaloma, jei pažymėta „Taikoma“.
15.3. Projekto įgyvendinimo pradžioje visuomenei gerai matomoje vietoje pakabinti laikiną informacinę lentelę ar pastatyti laikiną informacinį stendą.	<input type="checkbox"/>	Privaloma pažymėti „Taikoma“, jeigu įgyvendinamas iš Europos regioninės plėtros fondo ar Sanglaudos fondo bendrai finansuojamas infrastruktūros ar statybos projektas, kuriam skiriama bendra viešųjų (t. y. ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) ir nacionalinių viešųjų) lėšų suma viršija 500 000 eurų (penkis šimtus tūkstančių eurų). Netaikoma iš Europos socialinio fondo lėšų bendrai finansuojamiems projektams. Pateikiamas trumpas informavimo priemonės aprašymas. Galimas simbolių skaičius – 300. Nurodyti privaloma, jei pažymėta „Taikoma“.
15.4. Iki galutinio mokėjimo prašymo pateikimo dienos visuomenei gerai matomoje vietoje pakabinti nuolatinę informacinę lentelę ar pastatyti nuolatinį informacinį stendą.	<input type="checkbox"/>	Privaloma pažymėti „Taikoma“, jeigu įgyvendinamas iš Europos regioninės plėtros fondo ar Sanglaudos fondo bendrai finansuojamas infrastruktūros ar statybos projektas, kuriam skiriama bendra viešųjų (t. y. ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) ir nacionalinių viešųjų) lėšų suma viršija 500 000 eurų (penkis šimtus tūkstančių eurų). Netaikoma iš Europos socialinio fondo lėšų bendrai finansuojamiems projektams. Pateikiamas trumpas informavimo priemonės aprašymas. Galimas simbolių skaičius – 300. Nurodyti privaloma, jei pažymėta „Taikoma“.
15.5. Projektą vykdančioms asmenims, projekto tikslinėms grupėms, projekto rezultatais besinaudojančioms asmenims pranešti apie projekto finansavimą iš tam tikro (-ų) ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) ir (ar) Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto lėšų – šią informaciją pateikti dalyvavimą patvirtinančiuose pažymėjimuose ar kituose dokumentuose.	<input type="checkbox"/>	Privaloma pažymėti „Taikoma“, kai įgyvendinamas iš Europos socialinio fondo lėšų bendrai finansuojamas projektas ir kai organizuojami mokymai ar vykdomos kitos panašios iš Europos regioninės plėtros fondo arba Sanglaudos fondo bendrai finansuojamo projekto veiklos. Pateikiamas trumpas informavimo priemonės aprašymas. Galimas simbolių skaičius – 300. Nurodyti privaloma, jei pažymėta „Taikoma“.
15.6. Prireikus nurodomos kitos projekto vykdytojo pasirinktos vykdyti papildomos informavimo apie projektą veiklos, numatytos projektų finansavimo sąlygų apraše. Gali būti sukurtos papildomos eilutės, jeigu numatoma daugiau nei viena informavimo apie projektą veikla. Galimas simbolių skaičius – 300.	<input type="checkbox"/>	Pateikiamas trumpas informavimo priemonės aprašymas. Galimas simbolių skaičius – 300. Nurodyti privaloma, jei pažymėta „Taikoma“.

ES 2014–2020 metų struktūrinių fondų ženklas – privalomas ES investicijų informavimo apie projektą elementas, tad jis turi būti naudojamas visose informavimo apie projektą priemonėse, įgyvendinamose iš projekto lėšų.

Jei projekto vykdytojų parengtą pranešimą spaudai įsideda naujienų portalas ar kita žiniasklaidos priemonė, žurnalistai gali nedėti ženklo, tačiau jis privalo būti ant žurnalistams išsiųsto pranešimo spaudai. Jei žurnalistus sudomina projekto tema ir jie parengia apie tai straipsnį savarankiškai, ES fondų ženklas nėra būtinas.

Kartu su ES fondų ženklu, ten kur įmanoma, turi būti pateikiama ir nuoroda į ES ir ES struktūrinį fondą, kurio lėšomis finansuojamas projektas .

2014–2020 m. ES fondų investicijų ženkle vaizduojamas Lietuvos žemėlapis kontūras ir jį apgaubianti ES vėliava. Šis logotipas atspindi investicijų programų esmę – kartu kuriamą ateitį Lietuvoje.

ES fondų logotipas negali būti keičiamas ir jį naudojant būtina laikytis nustatytų taisyklių. Egzistuoja kelios logotipo versijos, kad ženklą būtų patogiau naudoti esant skirtingiems fonams.

Verta žinoti

Visas ES fondų ženklo versijas galima parsisiųsti [šiuo adresu](#).

Informacijos ir ES fondų ženklo naudojimo pavyzdžių stenduose, leidiniuose ir t. t. galima rasti ES fondų investicijų ženklo naudojimo vadove internete, [šiuo adresu](#).

» Informacinė spauda (elektroniniai leidiniai, plakatai, lankstinukai ir kt.)

» Informavimas internete

» Pranešimai žiniasklaidai

» Spaudos konferencija

» Informaciniai renginiai, seminarai, diskusijos.

» Projekto reklama (spauda, televizija, radijas ir kt.)

» Suvenyrai (USB raktai, rašikliai, užrašų knygtės ir kt.)

Išankstinės konsultacijos su tiksline auditorija

Planuojamą projektą, jo veiklas ir rezultatus vykdytojai turėtų iš anksto aptarti su **tiksline auditorija** arba jos atstovais. Priklausomai nuo projekto pobūdžio ir masto – su vietos bendruomene arba visuomenės atstovais.

Informaciją apie planuojamas veiklas svarbu pateikti kuo aiškiau – toks supažindinimas su projektu padės išvengti nesusipratimų ir užtikrins, kad suinteresuoti žmonės žinos, kokių tikslų ir kokiomis priemonėmis projektas siekia.

Efektyvioms konsultacijoms rekomenduojama pasitelkti specialius renginius, kurių metu įvyktų projekto pristatymas ir diskusija su **tiksline auditorija** apie projekto naudą ir įtaką.

Sužinoti **tikslinės auditorijos** nuomonę taip pat galima su pristatymą apie projektą surengus ten, kur ji lankosi – pvz., kitų organizacijų renginiuose, mokyklose, universitetuose, tam tikras profesijas vienijančiose asociacijose ir t. t.

Išankstinės konsultacijos su tais, kuriems projektas turės didžiausios įtakos, svarbios, nes leidžia sužinoti realius tikslinės grupės poreikius ir lūkesčius dėl planuojamų veiklų, investicijų, rezultatų. Nemažiau svarbu pelnyti tikslinės grupės palaikymą projektui, nes tai palengvins projekto įgyvendinimą, informacijos apie jį sklaidą ir sutaupys laiko.

Verta žinoti

Kaip organizuoti išankstines konsultacijas?

Planuojat konsultaciją su **tiksline auditorija**, svarbu atsižvelgti į keletą svarbiausių dalykų.

Auditorija

Pagalvokite, ką norėtumėte pakviesti į savo renginį, kokioms interesų grupėms būtų įdomu dalyvauti? Kas įdomu jūsų projekto tikslinei grupei? Kas potencialiai galėtų dalyvauti projekte, prisidėti prie jo įgyvendinimo ir informavimo? Kas galėtų pateikti konstruktyvius pasiūlymus, susijusius su projektu? Sudarinėdami galimų renginio dalyvių sąrašą įtraukite ir įtakingus su projekto tema susijusius žmones. Išsiųsdami jiems kvietimą nieko neprarasite, o jie, galbūt, susidomės renginiu.

Renginio pavadinimas

Renginio sėkmei itin svarbus patrauklus pavadinimas. Būtent pavadinimas padės žmonėms apsispręsti, ar skirti laiko renginiui. Svarbiausia, kad pavadinimas būtų trumpas, aiškus ir suprantamas.

Moderatorius

Konstruktyviai diskusijai itin svarbus geras moderatorius. Pagalvokite apie tai, kas galėtų moderuoti konsultaciją, būtų įdomus ir kalbėtų tikslinei grupei suprantama kalba.

Turinys

Pristatydami savo projektą, stenkitės pateikti kuo daugiau pavyzdžių, gyvai iliustruokite problemą, kurią projektas sprendžia. Nepamirškite skirti laiko klausimams iš auditorijos.

Pranešimas žiniasklaidai

Pranešimas žiniasklaidai – tai raštu pateikiama informacija apie projektą, kuri siunčiama žurnalistams elektroniniu paštu.

Pranešimą žiniasklaidai galima vadinti projekto vykdytojo „bilietu“ į viešumą, nes sudominus žurnalistus projektu, pasakojimas apie jį atsiras straipsnyje, laidoje ir t. t. Kai kuriais atvejais pranešimas žiniasklaidai tiesiog gali būti patalpintas naujienų portale.

Vis dėlto projekto vykdytojai turi gerai apsvarstyti, ar jų projekto komunikacijai iš tikrųjų būtini pranešimai spaudai: reikėtų pagalvoti, ar žinia tikrai aktuali žurnalistams, o pats projektas – pakankamai reikšmingas, kad patrauktų dėmesį. Kai kurias atvejais verta pamastyti apie kitas [komunikacijos priemones](#) ir pranešimo spaudai atsisakyti. Nuspręsti, ar pranešimas spaudai tikrai reikalingas, padės siekiami projekto rezultatai ir poveikis, kurio siekiama.

Sudominti žurnalistus nėra paprasta. Per dieną jie gauna dešimtis pranešimų ir išsirenka tik pačius aktualesnius ir įdomiausius. Tai viena priežasčių, kodėl pranešimai žiniasklaidai rašomi taip, kad juos galima būtų perskaityti per trumpą laiką ir gretai panaudoti reikalingą informaciją.

Verta žinoti

Kaip gerai parašyti pranešimą spaudai?

Gerai parašytas pranešimas turi atsakyti į 5 pagrindinius klausimus:

Apie ką? – pradžioje trumpai ir aiškiai pristatoma, apie ką bus tekstas.

Kodėl? – kodėl verta kalbėti apie projektą? Kokią įtaką jis turės visuomenei? Kodėl buvo nuspręsta įgyvendinti tokį projektą?

Kas? – kokia organizacija ar žmonės vykdo projektą?

Kur? – kokiam mieste ar vietovėje įgyvendinamas projektas? Ar jis turės įtakos visam regionui ar šaliai?

Kada? – kada projektas buvo ar bus pradėtas įgyvendinti?

Kiekvienam klausimui atsakyti skirkite po keletą sakinių.

Svarbiausi gero teksto elementai

Patrauklus pavadinimas – pavadinimas turi iškart patraukti dėmesį ir atskleisti pranešimo žinias-klaidai esmę.

Pirmoji pastraipa – čia rekomenduojama pateikti pačius įdomiausius su projektu susijusius faktus ir skaičius. Jei, perskaitęs pavadinimą ir pirmuosius 2 sakinius, žurnalistas arba skaitytojas nesupras pateikiamos informacijos arba palaikys ją nereikšminga, greičiausiai teksto toliau neskaitys.

Įrodymai – stenkitės savo išsakytus teiginius pagrįsti konkrečiais skaičiais ir faktais. Naudokite tik naujausią statistiką ir duomenis.

Citatos – citatos padeda pabrėžti žinią, kurią norite perteikti. Jos padeda paversti abstrakčias idėjas konkrečiomis, asmeniškoms ir susieti projekto tikslus su realaus gyvenimo problemomis. Verta atsiminti, kad citatų naudojimas efektyvus tik tuo atveju, jei jos nenaudojamos perteikti „sausai“ faktinei informacijai, o yra gyvybingos, perteikiančios nuotaiką ir emociją. Nereikėtų teksto perkrauti citatomis arba cituoti daug skirtingų žmonių. Pranešime žiniasklaidoje paprastai naudojamas 1–3 citatos.

Pabaiga – teksto pabaigoje pateikite detalią informaciją apie projektą, jo vykdytoją ir projekto kontekstą.

Neutralus stilius – rašydami pranešimą, stenkitės išlaikyti neutralų toną. Venkite perdėto formalumo, nevartokite vertinamųjų būdvardžių: „puikus“, „nuostabus“, „gražus“ ir t. t., profesinio ar kito specifinio žargono, plačiai nepaplitusių sutrumpinimų, ar ilgų ir tikslų skaičių cento tikslumu.

Verta žinoti

Pasistenkite, kad visas tekstas tilptų į vieną A4 formato puslapį – jei žinia žurnalistą sudomins, jis su jumis susisieks pats ir paprašys daugiau informacijos dominančia tema.

Kaip išplatinti pranešimą?

Pranešimas dažniausiai siunčiamas žurnalistams elektroniniu paštu. Jei organizuojamas informacinis renginys ar spaudos konferencija, pranešimas gali būti įteikiamas asmeniškai. Pageidautina pranešimus siųsti tik tomis temomis rašantiems žurnalistams, nesant galimybės – bendrais redakcijos kontaktais.

Išplatinus pranešimą, papildomai galima paskambinti žurnalistams, kuriems jis buvo išplatintas, ir pasiteirauti, ar pranešimas gautas, sudomino ir t. t.

Žiniasklaidos stebėjimo paslaugą galima užsisakyti iš šioje srityje besispecializuojančių bendrovių. Jei projekte informavimui lėšų numatyta nedaug, informaciją žiniasklaidoje galima stebėti savarankiškai. Tam reikės pasinaudoti paieškos sistemomis internete. Papildomai galima peržiūrėti spausdintus leidinius. Svarbu nepamiršti surinkti sklaidą įrodančią medžiagą!

Svarbu

Informacinėje medžiagoje žurnalistams nurodykite, kad projektas yra finansuojamas iš ES struktūrinių fondų bei konkretaus fondo pavadinimą.

Patarimas

Kaip patraukti žiniasklaidos dėmesį?

Atsiminkite, kad žmonėms, nedalyvaujantiems projekte, nėra įdomus procesas, detalės. Juos domina projekto esmė ir rezultatai. Paprastai naujienos yra susijusios su žmonėmis, o ne su reiškiniiais, su konkrečiais įvykiais, o ne su abstrakčiomis idėjomis.

Radio ir TV medžiaga

Kuriant radio ar TV reklamas arba laidas, kuriomis informuojama apie projektą, jų pradžioje arba pabaigoje turi nuskambėti teiginys apie ES struktūrinių fondų finansavimą. Tokių teiginių pavyzdžiai: „projektas finansuojamas Europos socialinio fondo lėšomis“, „veiklos finansuojamos ES struktūrinių fondų lėšomis“ ir pan. TV reklamose ir laidose taip pat turi būti parodytas ES fondų ženklas.

Renginiai žurnalistams

Spaudos konferencija

Spaudos konferencija – renginys žurnalistams, kurio metu pristatoma svarbi informacija apie projektą. Rengti spaudos konferenciją rekomenduojama tik turint itin įdomią ir svarbią informaciją, pvz., apžvelgiant su projektu susijusio tyrimo, galimybių studijos, apklausos rezultatus. Į šį renginį taip pat galima įtraukti nepriklausomus ekspertus, partnerius, tikslinės grupės atstovus, kurie pakomentuotų projektą ir padėtų plačiau pristatyti norimą temą.

Spaudos konferencija – tinkamas būdas išsamiai papasakoti apie projektą, jo sukuriamą naudą ir įgyvendinimo detales. Tačiau ši priemonė reikalauja atidaus planavimo ir vadybinių įgūdžių. Reikėtų atsiminti, kad dalyvavimui spaudos konferencijoje žurnalistai turės paskirti dalį savo laiko, o tai jie padarys tik tuo atveju, jei tema bus itin aktuali ir įdomi, o renginio metu bus pateikta įvairiapusė informacija.

Kaip surengti spaudos konferenciją?

- ☑ Suformuluokite aktualią ir įdomią renginio temą.
- ☑ Pakvieskite nepriklausomus ekspertus, partnerius, tikslinės grupės atstovus.
- ☑ Išsiųskite žurnalistams kvietimus elektroniniu paštu, pakvieskite juos ir telefonu.
- ☑ Parenkite informacinę medžiagą, pvz., pranešimą žiniasklaidai ar kitą naudingą medžiagą. Rekomenduojama parengti prezentaciją, kuria remdamiesi pristatytumėte susirinkusiems žurnalistams savo naujieną.
- ☑ Planuokite ne ilgesnę kaip 1 val. trukmės spaudos konferenciją. Pranešimų pristatymui planuokite skirti ne ilgiau kaip 20–30 min., kitą laiką skirkite klausimams-atsakymams ir diskusijoms.

Šių patarimų galima laikytis organizuojant ir kitokio formato renginius žiniasklaidai. Svarbiausia tokių renginių ašis turėtų būti aiškiai suformuluota tema bei svarbi naujiena, kuri sudomintų žurnalistus. Prieš planuojant tokius renginius būtina objektyviai įvertinti turimos informacijos reikšmę, bei tai, kiek dėmesio ji gali sulaukti.

Formuluojant spaudos konferencijos ir kitų renginių žiniasklaidai temą reikia atsižvelgti tiek į aktualijas, tiek į žurnalistų poreikius. Tai galima padaryti peržvelgus žiniasklaidą ir paanalizavus, kas šiuo metu ta tema yra rašoma ar kalbama. Kai kuriais atvejais galima pasiteirauti ir pačių žurnalistų, ką jie norėtų šia tema sužinoti.

Patarimas

Žurnalistams apie renginį reikėtų pranešti bent prieš 3–4 dienas, o planuojant renginio laiką, atsižvelgti ir į kitus tuo metu vyksiančius žiniasklaidai skirtus renginius.

Pusryčiai su žurnalistais

Pusryčiai su žurnalistais – mažesnis renginys žiniasklaidai, kurio metu neformalioje aplinkoje diskutuojama apie projektą, jo sprendžiamą problemą ir t. t.

Išvyka į projekto vietą

Žurnalistus pakviesti į ekskursiją projekto vietoje rekomenduojama, kai yra galimybė apžiūrėti įdomius projekto rezultatus, pvz., unikalią įrangą, naują pastatą, kaip veikia projekto metu sukurta nauja paslauga ir t. t. Prieš kviečiant žurnalistus į tokią išvyką, svarbu objektyviai įvertinti, ar tai, ką pristatysite, tikrai unikalumu ir įspūdinga.

Informaciniai leidiniai

Informaciniai leidiniai – priemonė, kurioje rašytine ir vaizdine medžiaga (nuotraukomis, grafikais, lentelėmis ir pan.) pristatoma projekto reikšmė, rezultatai ir nauda. Jei projekto metu sukurta nauja paslauga, leidinyje reikėtų paskatinti tikslinę grupę ja naudotis.

Patarimas

Spausdinti informacinius leidinius brangu, todėl verta apsvarstyti galimybę kurti elektroninę informacinio leidinio versiją, kuri būtų prieinama internete.

Kur platinti informacinį leidinį?

Leidinį galima dalyti projektą pristatančiuose renginiuose, seminaruose, jį įteikti projekto partneriams ir dalyviams. Taip pat platinti per daug narių turinčias organizacijas (asociacijas, susivienijimus ir pan.) kartu su regioniniu ar nacionaliniu laikraščiu. Platinimo būdas priklauso nuo tikslinės grupės, kuriai skirtas leidinys.

Patarimas

Kaip pristatyti informaciją leidinyje?

Informacija apie projektą leidinyje turėtų būti išdėstyta aiškiai ir patraukliai, vengiant formalumo. Daugiausiai dėmesio reikėtų skirti tai informacijai ir faktams, kurie aktualiausi tikslinei grupei. Rengiant leidinį rekomenduojama gerai apgalvoti jo dizainą, naudoti daug vaizdinės medžiagos, nuotraukų, o tekstą skaidyti į atskiras mažesnes dalis bei citatas. Į tekstą taip pat galima įtraukti projekto dalyvių ir tikslinės grupės atsiliepimus ir įspūdžius.

Renginiai tikslinei auditorijai ir visuomenei

Tikslinėms grupėms projektą ir jo rezultatus galima pristatyti per informacinius renginius – seminarą, diskusiją ir pan. Renginio formato pasirinkimas priklauso nuo to, kokiai tikslinei grupei ir kokią informaciją planuojama pranešti.

Renginys didelei auditorijai su kviestiniais svečiais iš valdžios ar verslo institucijų organizuojamas, jei projekto rezultatu naudosis plati grupė gyventojų, o projektas yra svarbus regioniniu ar net nacionaliniu mastu. Tokius renginius galima organizuoti tiek projekto pradžioje, tiek pabaigoje. Svarbiausia, kad projektas būtų ištis didelis ir svarbus, pvz., statant stadioną ar areną, galima įmūryti kapsulę darbų pradžioje ir pan.

Panašų renginį gali organizuoti ir mažesnių projektų vykdytojai. Tačiau auditorija turėtų būti mažesnė – pvz., naują gamybos liniją atidaranti įmonė gali suorganizuoti renginį partneriams, darbuotojams ir pan.

Organizuojant renginius tikslinėms grupėms svarbiausia, kad renginio mastas atitiktų projekto apimtį ir pobūdį.

Seminaras ar apskritojo stalo diskusija

Tai yra bene efektyviausia informavimo priemonė, kai projekto **tikslinė auditorija** – specialistai ar tam tikrų požymių vienijama auditorija (pvz., miestelio X bedarbiai). Tam, kad tokio pobūdžio renginys būtų įdomus, nerekomenduojama apsiriboti tik savo projektu – į projektu sprendžiamą problemą reikėtų pažvelgti plačiau ir įtraukti įvairesnius aspektus.

Patarimas

Į visus organizuojamus renginius rekomenduojama kviešti ir žiniasklaidos atstovus – taip bus užtikrinama platesnė informacijos sklaida.

Reklama internete

Reklamuoti projektą internete galima įvairias būdais. Tarp galimų pasirinkimų – reklama interneto paieškos sistemoje „Google“, kai skelbimas apie projektą patalpinamas „Google“ paieškoje, o užsakovas moka už paspaudimus ant skelbimo. Taip pat santykinai nedaug kainuoja reklama socialiniuose tinkluose, pvz., „Facebook“.

Naujienlaiškis ir el. laišakai

Informuoti tikslinę grupę ir partnerius apie projekto naujienas, pateikti susijusius straipsnius ir kitą aktualų turinį, patogu per naujienlaiškį arba el. laiškais. Šis būdas taip pat padeda išsamiai informuoti apie numatomus renginius.

Priklausomai nuo projekto masto, naujienlaiškis gali būti siunčiamas reguliariai (kas mėnesį, kas ketvirtį arba kas pusmetį) arba kelis kartus, siejant su svarbiausiais projekto etapais (pradžioje ir pabaigoje).

Socialinė medija

Socialinio tinklo „Facebook“ paskyra

Vienas didžiausių „Facebook“ privalumų – interaktyvumas. Paskyra „Facebook“ leidžia sukurti ir pakviesti norimus žmones į savo renginius, be to, vartotojai gali komentuoti informaciją, kurią pateikiate, užduoti rūpimus klausimus ir t. t., o tai reiškia, kad efektyviai valdoma „Facebook“ paskyra gali atstoti forumą ir leidžia su vartotojais bendrauti tiesiogiai, realiu laiku.

Be to, ši platforma naudinga, kai siekiama pritraukti plačiąją visuomenę į projekto veiklas, renginius.

Svarbu

Prieš kuriant „Facebook“ paskyrą svarbu įvertinti šiuos aspektus:

- ☑ Nors iš pirmo žvilgsnio ši priemonė atrodo paprasta ir nemokama, aktualaus turinio kūrimas, atsakymai į komentarus, bendravimas su auditorija reikalauja nemažai laiko. Įvertinkite, ar turėsite tam reikiamų išteklių.
- ☑ Kokio dydžio auditorijai aktualus projektas? Jei potencialių lankytojų yra mažai, apsvarstykite kitas [komunikacijos priemones](#).
- ☑ Ar jūsų tikslinė auditorija naudoja „Facebook“ kaip informacijos šaltinį?
- ☑ Kaip pasieksite ir pritrauksite auditoriją? „Facebook“ tinkle yra milijonai puslapių. Pagalvokite, ar jūsų projekto puslapis gali būti išskirtinis ir ką unikalūs vartotojai ten galės rasti.
- ☑ Neretai pradiniam lankytojų srautui užtikrinti tenka pasitelkti „Facebook“ reklamą – įvertinkite kaštus.

Patarimas

Kaip valdyti projekto „Facebook“ paskyrą?

- ✓ Sukurkite savo projektui skirtą „Facebook“ paskyrą ir trumpai joje aprašykite savo projektą, nurodykite adresą ir atsakingo asmens kontaktus.
- ✓ Pakvieskite žmones „pamėgti“ projekto puslapį
- ✓ Galvodami apie tai, ką rašyti „Facebook“, būkite lankstūs – kasdien peržvelkite aktualiausias naujienas ir jei jos susijusios su projekto tema – pavišinkite su savo komentaru arba klausimu. Tokiu būdu kasdienis naujienų portalų srautas „gamins“ naujienas ir jūsų projektui.
- ✓ Jeigu sulaukiate vartotojų komentarų ar klausimų, būtina i juos atsakykite kuo operatyviau – ne vėliau nei per 24 val.

Svarbu

Nepamirškite informavimo apie projektą medžiagoje nurodyti savo kontaktų ar interneto svetainės adresu, kur galima rasti daugiau informacijos apie projektą.

Ką apie projektą pasakoti skirtingais etapais?

Paprastai išskiriami 4 projekto etapai. Kiekvienas jų gali tapti puikia proga projekto vykdytojui skleisti informaciją apie įgyvendinamą projektą. Planuojant, kokią informaciją ir kokiame projekto etape pateikti, svarbiausia atsižvelgti į projekto mastą ir vertę bei nepamiršti, kad kuo didesnis projektas, tuo intensyvesnė turi būti informacijos sklaida apie jį.

Planuojant projekto veiklas rekomenduojama konsultuotis dėl jų su [tiksline auditorija](#). Tokie aptarimai suteikia projekto vykdytojui daugiau žinių apie realius [tikslinės auditorijos](#) poreikius ir lūkesčius, o [tikslinė auditorija](#) iš anksto gauna informaciją apie planuojamo projekto naudą ir (ar) galimybes dalyvauti projekte.

Projekto pradžioje įprasta pateikti konkrečią informaciją apie projekto tikslus, trukmę, numatomus rezultatus. Tai reiškia, kad projekto vykdytojas turi paskelbti apie projekto pradžią, kiek lėšų bus investuota, kokia planuojama įgyvendinto projekto nauda [tikslinei auditorijai](#) ir visuomenei.

Įgyvendinant projekto veiklas galima informuoti apie projekto pažangą ir tarpinius rezultatus. Rekomenduojama pateikti įdomius ir išskirtinius projekto aspektus, atskleisti konkrečius faktus, skaičius, duomenis, tyrimų, studijų rezultatus ir pan.

Projekto pabaigoje verta pristatyti pasiektus rezultatus, papasakoti apie apčiuopiamą projekto naudą per konkretų pavyzdį.