



ČIA PRASIDEDA
JŪSŲ ISTORIJA

TURINYS



05 Įžanga

06 Pasakokite istoriją

08 Kaip pasakoti istoriją

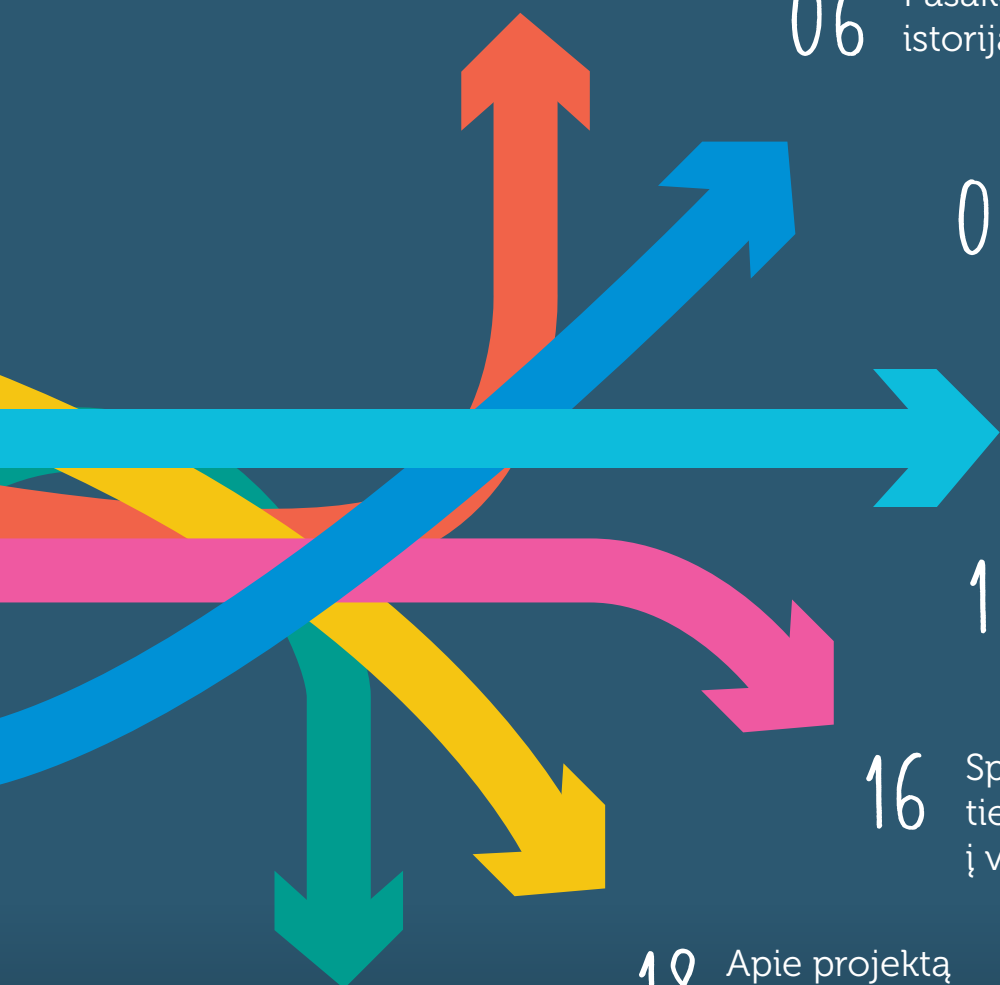
09 Spauldoje

13 Pranešimas spaudai

16 Spauldos konferencija –
tiesiausias kelias
į viešumą

18 Apie projektą
gyvai

19 Viešinimas
internete





Europos socialinio fondo agentūra

Gynėjų g. 16, Vilnius 01109

Tel. 8 5 264 9340

Faks. 8 5 260 8281

info@esf.lt

www.esf.lt

IŽANGA

Gerą projektų pristatymą ir viešinimą puikiai iliustruoja ši trumpa alegorinė istorija: „Keliaujantis maldininkas pakeliui į šventą vietą sutiko tris akmentašius, statančius bažnyčią. Maldininkas jų paklausė, kuo jie užsiima. Pirmas pasiskundė: „Nieko, tiesiog akmenis skaldau“, antras atsakė: „ Aš skaldau akmenis tam, kad pragyvenčiau“, trečias pažvelgė nušvitusiomis akimis ir tarė: „Aš statau Bažnyčią“.

Taigi, kalbėdami apie savo atliekamus darbus turėtume parinkti tinkamus žodžius, kalbėti aiškiai ir įtaigiai, kad aplinkiniai suprastų to darbo mastą ir naudą.

Šiame leidinyje didelį dėmesį skirsime istorijos pasakojimui, nes būtent istorijos apie projektų dalyvius, jų pasiekimus bei pasikeitimus jų gyvenimuose yra geriausias būdas pristatyti projektą ir jo naudą. Leidinyje taip pat apžvelgsime pagrindinius projektų viešinimo būdus ir kanalus. Be abejo, tai tik maža dalis įrankių, kurie gali padėti žinią apie projektą skleisti Lietuvos žmonėms, tačiau tikimės kad šis leidinys padės rasti kelią į aiškų, suprantamą ir patrauklų projektų viešinimą.

MALONAUS SKAITYMO

PASAKOKITE ISTORIJA

ISTORIJOS PASAKOJIMAS – KAS TAI?

Istorijos spaudoje, reklamoje, istorijos socialiniuose tinkluose, istorijos, padedančios parduoti, motyvuojančios veikti – tai šimtai, o gal net tūkstančiai pasakojimų, kuriuos girdime kiekvieną dieną. Marketingo specialistai vieningai lenkia galvas – žmonės mėgsta istorijas ir jas įsimena kur kas geriau nei sausus faktus. Taip yra todėl, kad istorijose pateikiamos asmeninės žmonių patirtys, kurios priverčia klausytoją/skaitytoją/žiūrovą išgyventi vienokias ar kitokias emocijas, o dažnai ir pačiam susitapatinti su pagrindiniu herojumi.

KODĖL TAI TINKA JŪSŲ PROJEKTUI

ESF lėšomis finansuojamų projektų metu nestatomos ir nerenovuojamos mokyklos, netiesiami keliai, nekuriami parkai – tai projektai, kurių rezultatų dažnai neįmanoma pamatyti ar paliesti, tačiau juos galima išgirsti ir, jei apie juos papasakojama įtaigiai, suprasti naudą. Būtent šiuose projektuose gimsta įdomiausios sėkmės istorijos, keičiančios žmonių gyvenimus. Nuo narkotinių medžiagų buvęs priklausomas jaunuolis, kuris sugebėjo atsikratyti žalingo įpročio ir sėkmingai studijuoja universitete. Daugiavaikė mama, kuri šiuo metu turi darbą ir gali išlaikyti šeimą. Jaunas gabus vaikinai, kuriam projekto metu suteikta galimybė mokytis iš geriausių. TAI ESF PROJEKTŲ SĖKMĖS ISTORIJOS IR JŲ HEROJAI. Tai geriausia, ką viešindami projektus galite papasakoti savo skaitytojui, klausytojui, žiūrovui.

ATSIMINKITE

GERAI PAPASAKOTOS ISTORIJOS PAKEIČIA:

- tai, ką mes jaučiame (istorijos, susijusios su emocijomis);
- tai, ką mes galvojame (istorijos, kurios yra įdomios ir įtaigios);
- tai, ką mes darome (istorijos, kuriose užkoduotas raginimas veikti).

GERIAUSIOS ISTORIJOS VISADA BUS TOS, KURIOSE UŽKODUOTAS RAGINIMAS VEIKTI!



1

PLANUOKITE

PRIŠ KURIANT SĖKMĖS ISTORIJA SVARBU ATSAKYTI Į KLAUSIMUS:

- kokia tai bus sėkmės istorija, kuo ši istorija svarbi, kas joje labiausiai jaudina, įkvepia;
- koks yra jūsų istorijos herojus. Kokie jo charakterio bruožai, kokia aplinka jį supa, koks jo tikslas;
- kokia yra auditorija, skaitysianti/matysianti šią sėkmės istoriją;
- koks formatas bus naudojamas, koks formatas tinkamas pasirinktai auditorijai;
- kaip bus surinkta informacija, reikalinga šiai sėkmės istorijai paruošti.

NEPAMIRŠKITE

3

- Pažinkite savo istorijos herojus. Prieš pradėdami kurti istoriją susipažinkite su projekto dalyviais, kalbėkite su jais, išgirskite jų pasakojimus. Jokia istorija nebus papasakota tinkamai, jei pasakosite ją nepažindami pagrindinio herojaus.
- Naudokite tik tikras projekte dalyvavusių žmonių nuotraukas, pasakojimus, atsiliepimus – istoriją turi pasakoti žmogus žmogui.
- Klausytojas ne visada atsimins faktus, datas, pagrindinių veikėjų vardus, tačiau jis niekuomet nepamirš, kokias emocijas jam sukėlė skaityta istorija.
- Atminkite, emocijos, kurias turėtų sukelti pasakojama istorija, – tai ne tik gailestis.
- Gera istorija motyvuoja veikti.
- Sėkmės istorija – tai nebūtinai tik vieno projekto dalyvio istorija – tai gali būti daugybė tarpusavyje susijusių istorijų, pasakojančių apie pokyčius projektų dalyvių gyvenimuose.

2

PASAKOKITE

SĖKMĖS ISTORIJS STRUKTŪRA:

- Priežastis. Problema, kurią sprendžia projektas (herojaus, visuomenės situacija).
- Pasekmė. Kokios būtų pasekmės, jei problema nebūtų sprendžiama. Kas nutiktų herojui, visuomenei?
- Kaip? Veiksmai, kurie padėjo išspręsti problemą (kaip projekto veiklos padėjo herojui susidoroti su iššūkiu).
- Iššūkiai. Kokius iššūkius įveikė herojus, kokius ledus pralaužė?
- Rezultatas. Nauda herojui, visuomenei, tęstinumas (kaip herojus jaučiasi dabar, kokia aplinka jį supa, kas jo laukia ateityje).



KAIP PASAKOTI ISTORIJĄ

Būdy, kuriuos galite pasitelkti pasakodami savo istoriją, yra įvairiausių. Nuo tų, kurie pasiekia tūkstančius ar net šimtus tūkstančių Lietuvos gyventojų, iki tų, kuriuos naudojant Jūsų istoriją pastebės gal tik šimtas, tačiau tų, kuriuos ir norėjote pasiekti. Vieni iš jų pareikalaus nemenko biudžeto, tuo tarpu kiti yra visiškai nemokami.

RADIJO ĮRAŠAI

STRAIPSNIAI

PRANEŠIMAI SPAUDAI

TV REPORTAŽAI

SOCIALINIAI TINKLAI

INTERNETO PUSLAPIAI

KŪRYBINĖ KOMUNIKACIJA

VAIZDO ĮRAŠAI

SPAUDOS KONFERENCIJOS

PLAKATAI

LANKSTINUKAI

TINKLARAŠČIAI

KONFERENCIJOS

SEMINARAI

DISKUSIJOS

LEIDINIAI

SPAUDOJE

Publikacijos spaudoje – viena iš populiariausių viešinimo priemonių, deja, kartu ir ta, kurioje daroma daugiausiai klaidų. Publikacijos spaudoje gali būti dviejų tipų: inicijuoti straipsniai (žiniasklaidos atstovai susidomi informacija apie projektą ir parengia straipsnį) ir užsakomieji straipsniai (parengiami projekto vykdytojo). Būtent užsakomieji straipsniai dažniausiai išsiskiria iš kitų leidinyje publikuojamų straipsnių savo stiliumi. Ilgi sudėtingi pavadinimai, monotoniškas vientisas tekstas, techninės kalbos gausa, vaizdinės medžiagos nenaudojimas – tai dažniausiai sutinkamos klaidos, kurių išvengti visai paprasta.

PRIEŠ PRADEDANT

Prieš pradėdami rašyti straipsnį, įsivaizduokite savo potencialų skaitytoją, pabandykite apibūdinti jį trimis žodžiais, pagalvokite, kokie klausimai apie projektą jam galėtų kilti, kas galėtų dominti, kokia informacija jam būtų suprantama, o kokia ne. Dauguma žiniasklaidos kanalų puikiai pažįsta savo tikslinę auditoriją, tad prieš pasirinkdami leidinius, kuriuose publikuosite straipsnį, visuomet pasidomėkite jo skaitytojais. Ši informacija leis ne tik pasirinkti tinkamiausius žiniasklaidos kanalus, bet ir parengti straipsnį taip, kad jis būtų įdomus ir aktualus daugumai skaitytojų.

PRISIMINKITE

Jūsų straipsnis – tai viena iš šimto tos dienos publikacijų, todėl skaitytojui turite suteikti priežastį jį perskaityti. Nuo to, ar skaitytojas nuspręs savo dėmesį ir laiką skirti jūsų straipsniui, priklausys projekto viešinimo sėkmė.

ANTRAŠTĖ YRA VISKAS

Blogas straipsnio pavadinimas gali niekais paversti visą darbą, kurį atlikote rašydami straipsnį. Statistika negailestinga – net 8 iš 10 žmonių perskaito straipsnio antraštę ir tik du iš dešimties likusią teksto dalį. Skaitant projektus viešinančius straipsnius dažnai pastebima – į pavadinimą norima sudėti viską – straipsnio pavadinimą, anonsuoti temą, datas ir kitą informaciją. Toliau pateikiame keletą žiniasklaidos naudojamų antraštės formulavimo taisyklių. Be abejo, jų laikytis nėra privaloma. Kurdami antraštę, galite pasitarti su leidinio, kuriame publikuosite straipsnį, žurnalistas.



KAIP SUKURTI GERĄ ANTRAŠTĘ?

KAŲ NUTYLI MŪBILIOJO RYŠIO OPERATORIAI?

Autorius: DMN inf.

Apie projektą „Pilietiškumo skatinimas per atsakingą vartojimą“

KLAUSKITE.

Tinkamai suformuluotas klausimas sužadins skaitytojo smalsumą. Tik nepamirškite, kad tokią antraštę perskaitęs žmogus publikacijoje tikėsis rasti išsamų atsakymą į antraštėje pateiktą klausimą.

PABANDYK PALIESTI KALBĄ

Autorius: Gintarė Teisutis

Apie projektą „Kūrybingumo plėtra Lietuvos bendrojo lavinimo mokyklose pritaikant ir įdiegiant kūrybinių partnerysčių modelį“

SUASMENINKITE ANTRAŠTES, KREIPKITĖS Į SKAITYTOJĄ TIESIOGIAI.

Tokios antraštės priverčia skaitytoją jaustis taip, tarsi straipsnis skirtas tiesiogiai jam.

ELEKTRŪNIŠKIAI MALŠINA ŽINIŲ ALKĮ

Autorius: Ineta Bricaitė

Apie projektą „Suaugusiųjų švietimo sistemos plėtra suteikiant besimokantiesiems asmenims bendrąsias kompetencijas“

VARTOKITE BŪDVARŽIUS, METAFORAS,

tačiau siūlome vengti tokių žodžių, kaip „geras“, „gražus“, „puikus“. Stenkitės rinktis objektyvius apibūdinimus.

JEI JUMS PAVYKO PARAŠYTI GERĄ ANTRAŠTĘ, JŪS JAU ATLIKOTE PUSĘ DARBO!

PROJEKTAS „PASITIKĖK SAVIMI“ – SĖKMINGO ŽMOGAUS VARIKLIS

Autorius: Dovilė Galdikaitė
Apie projektą „Pasitikėk savimi“

PAŽADINKITE SKAITYTOJO EMOCIJAS,
NORUS, TIKSLUS.

KAULAI ATSKLEIDŽIA, AR VIDURAMŽIŲ LIETUVIAI MUŠĖ SAVO ŽMŪNAS

Autorius: 15min.lt
Apie projektą „Žinių apie mokslą ir technologijas gilinimas
ir sklaida tarp mokinių ir jaunimo bei lyčių lygybės moksle skatinimas“

SUKELKITE SMALSUMĄ.

NEMOKAMI KOMPIUTERINIO RAŠTINGUMO KURSAI

Autorius: Nenurodyta
Apie projektą „Kompiuterinio raštingumo įgūdžių ugdymas
Pietryčių, Vidurio ir Šiaurės rytų Lietuvos regionuose“

RINKITĖS STIPRIUS ŽODŽIUS.

Ne visi žodžiai yra lygiaverčiai – kai kurie sukelia stipresnę skaitytojų atsaką („nemokamai“, „lengvai“, „stop“ ir pan.). Vis dėlto, net ir stiprius žodžius reikėtų naudoti apdairiai bei saikingai, nes ilgainiui jie gali sukelti ir neigiamą reakciją.

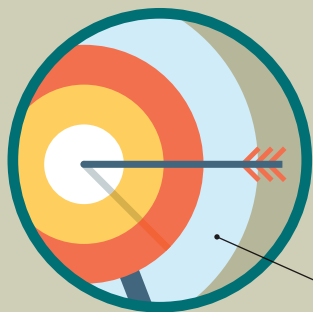
Į KĄ SVARBU ATKREIPTI DĖMESĮ RENKANTIS MAIŠTĄ?

Autorius: DMN inf.
Apie projektą „Žinių apie mokslą ir technologijas gilinimas ir sklaida
tarp mokinių ir jaunimo bei lyčių lygybės moksle skatinimas“

ANTRAŠTĖJE SUKURKITE ĮSPŪDĮ,

kad straipsnyje paaiškinsite,
kaip atlikti tam tikrus veiksmus

AUKSINĖS TAISYKLĖS



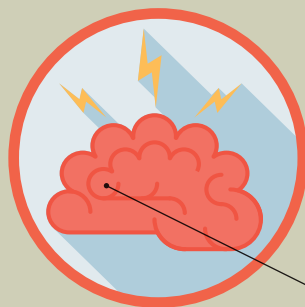
1 • Mažiau lygu geriau. Publikacija spaudoje neturėtų būti ilga, todėl planuodami viešinio veiklas, įvertinkite, ar tikrai planuojamos apimties straipsnyje sugebėsite išlaikyti skaitytojo dėmesį.



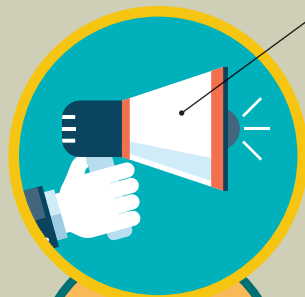
2 • Rašykite paprastai. Venkite techninės kalbos, specifinių žodžių, sudėtingų sąvokų, profesinio žodyno.



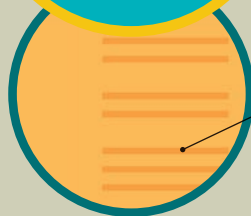
3 • Kalbėkite vaizdu. Naudo-
kite nuotraukas, grafinius
elementus ir t.t.



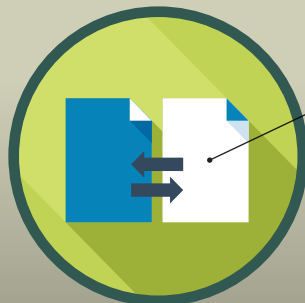
4 • Apgalvokite pavadinimą.



5 • Pasakokite istoriją.



6 • Tekstą dalinkite pastraipomis.



7 • Naudokite citatas.



8 • Kuo mažiau formalios informacijos. Viešinimo straipsniuose dažnai pateikiama itin daug formalios informacijos apie projektą: projekto pradžia, pabaiga, tiksli lėšų suma ir pan. Ši informacija blaško skaitytojo dėmesį, todėl rašydami didesnę dėmesį skirkite projekto veikloms, rezultatams bei naudai.



9 • Publikuokite laiku. Jei straipsnyje pasakojate apie projekto veiklas, vykčius renginius ir pan., darykite tą laiku – skaitytojui nebus įdomu, jei apie renginį rašote praėjus mėnesiui ar keliems.



10 • Pasirinkite leidinius. Straipsnį publikuokite tuose leidiniuose, kuriuose rašoma panašiomis temomis.



11 • Rašykite asmeniškai. Jūsų straipsnio skaitytojas užduos klausimą „O kas man iš to?“, todėl rašydami straipsnį pasistenkite į šį klausimą atsakyti.

PRANEŠIMAS SPAUDAI

Pranešimas spaudai – pirmasis žingsnis į įvairius žiniasklaidos kanalus. Tai priemonė, kuri nieko nekainuoja – jei išsiųstu pranešimu spaudai susidomės žiniasklaidos atstovai, jie patys inicijuos straipsnį/laidą/reportažą apie Jūsų įgyvendinamą projektą.

Prisiminkite – pranešimas spaudai neturėtų būti rengiamas kaip projekto apžvalga – jame turėtumėte aprašyti įvykį, naujovę, pokytį.

KADA RAŠYTI

Projekto pradžia.

Kvietimas dalyvauti projekto veiklose.

Netikėtas įvykis.

Renginys/konferencija/spaudos konferencija.

Pasiekti rezultatai.

Projekto pabaiga.

ATSAKYKITE Į PENKIS
PAGRINDINIUS KLAUSIMUS:
KAS? KĄ? KADA? KODĖL? KUR?

ĮTRAUKITE TELEFONO NUMERĮ,
EL. PAŠTO ADRESĄ, NUORODĄ
Į INTERNETO PUSLAPĮ,
SOCIALINIUS TINKLUS

NURODYKITE KONTAKTINI
ASMENĮ – TĄ, KURIS APIE
PROJEKTĄ GALI PAPASAKOTI
DAUGIAUSIAI

NEPAMIRŠKITE
NAUDOTI CITATŲ

PRANEŠIMĄ RAŠYKITE
TREČIUOJU ASMENIU

VENKITE
ŽARGONO

KAIP PARENGTI GERĄ PRANEŠIMĄ SPAUDAI

PRANEŠIMĄ PLATINKITE IR KITAIŠ
KANALAIS: KELTIKIE Į SAVO
INTERNETO PUSLAPĮ, SOCIALINIUS
TINKLUS, DALYKITĖS SU PROJEKTO
DALYVIAIS IR PARTNERIAIS

PRANEŠIMO PAVADINIMAS –
TRUMPAS. GERAS PAVADINIMAS TAS,
KURĮ SUDARO 65–85 SPAUDOS
ŽENKLAI (BE TARPŲ)

PIRMIEJI 250 ŽODŽIŲ.
PIRMOJE PASTRAIPOJE PATEIKITE
PAGRINDINĘ PRANEŠIMO SPAUDAI
MINTĮ BEI RAKTINIUS ŽODŽIUS

VERTINIMUS PAGRĮSKITE
STATISTINIAIS DUOMENIMIS

SIŪSDAMI PRANEŠIMĄ PRIDĖKITE
NUOTRAUKŲ, AKTUALIŲ
VIDEO ĮRAŠŲ

NAUDOKITE RAKTINIUS
ŽODŽIUS

ATIDŽIAI PATIKRINKITE
PARENGTĄ TEKSTĄ

KLAIDOS, KURIŲ REIKĖTŲ VENGTI

TECHNINĖS, PAPERASTAM
SKAITYTOJUI NESUPRANTAMOS
KALBOS VARTOJIMAS

PRANEŠIMO SPAUDAI SIUNTIMAS
TIEMS ŽINIASKLAIDOS ATSTOVAMS
AR PRIEMONĖMS, KURIE NERAŠO/
NETRANSLIUOJA NAUJIENŲ
SUSIJUSIOMIS TEMOMIS

PRANEŠIMAS SPAUDAI PER ILGAS.
PRANEŠIMAS SPAUDAI, KURIS
ILGESNIS NEI 800 ŽODŽIŲ

TO PATIES PRANEŠIMO SPAUDAI
SIUNTIMAS KELETĄ KARTŲ AR
SIUNTIMAS NE AKTUALIU LAIKU

PRANEŠIME SPAUDAI PATEIKIAMA
DAUGIAU NEI VIENA PAGRINDINĖ
TEMA/ISTORIJA

KONKRETUMO
TRŪKUMAS

ŽODŽIŲ „AŠ, MES, TU“
VARTOJIMAS. ŠIUOS ŽODŽIUS
VARTOKITE TIK CITATOSE

SVARBU:

Citatos, kurias naudosite pranešime spaudai, turi būti aiškios, išsamios, pagrįstos faktais. Nepamirškite, kad citatos pranešime – tai vienintelis dalykas, kurio, rašydami straipsnį, žurnalistai negalės pakeisti.

Nurodydami kontaktinį asmenį nepamirškite įsitikinti, ar tą dieną žurnalistai galės jį pasiekti telefonu ir elektroniniu paštu, ar kontaktinis asmuo gebės išsamiai atsakyti į žurnalistų pateikiamus klausimus.

ILGAS VIENTISAS
TEKSTAS



SPAUDOS KONFERENCIJA – TIESIAUSIAS KELIAS Į VIEŠUMĄ

Spaudos konferencija – tai renginys, kurio metu žiniasklaidos atstovams galite pristatyti svarbiausią ir aktualiausią informaciją apie projektą. Svarbu pasirinkti tinkamą konferencijos laiką – ji organizuojama tik tuo atveju, jei projekto metu jau atlikti svarbūs darbai ir matomi jų rezultatai arba, atvirkščiai, projektas dar tik pradedamas ir siekiate anonsuoti būsimas veiklas bei pritraukti visuomenę jose dalyvauti.

Nepamirškite, kad tai interaktyvus renginys, tad, kitaip nei siunčiant pranešimą spaudai, žiniasklaidos atstovus pasieks ne tik ta informacija, kurią paruošite iš anksto, bet ir ta, kurią žurnalistai sieks sužinoti, užduodami įvairius klausimus.

KAIP SUORGANIZUOTI SPAUDOS KONFERENCIJĄ

PASIRUOŠKITE

Spaudos konferencijai kaip ir bet kuriai kitai viešai kalbai reikia pasiruošti iš anksto. Jei spaudos konferencijai tinkamai pasiruošite, ji suteiks galimybę apie savo projektą papasakoti plačiai auditorijai, kita vertus, jei nepasiruošite ir negebėsite atsakyti į žurnalistų klausimus, galite sulaukti neigiamų atsiliepimų spaudoje.

PASIRINKITE VIETĄ IR LAIKĄ

- Pasirinkite tinkamą laiką. Spaudos konferenciją organizuokite antradieniais – ketvirtadieniais, tinkamiausias laikas nuo 10.00 val. iki 13.00 val. Niekomet neorganizuokite konferencijos vėliau nei 15.00 val.
- Jūsų spaudos konferencija – ne vienintelis įvykis tą dieną, todėl visuomet pradėkite numatytu laiku, planuokite ją ne ilgesnę nei 45 minutės. Informacija turėtų būti pateikiama glaustai, negaištant laiko ilgiems „PowerPoint“ pristatymams, įžanginėms kalbos, ilgiems video reportažams.
- Spaudos konferencijos vieta turi būti lengvai pasiekiamą.
- Pasirinkdami spaudos konferencijos vietą, prisiminkite – atvykstantys žiniasklaidos atstovai norės fotografuoti ir/ar filmuoti, todėl salė turėtų būti pakankamai šviesi ir erdvi.
- Spaudos konferencija gali vykti projekto įgyvendinimo vietoje. Taip žurnalistams suteiksite galimybę projekto veiklas pamatyti savo akimis.
- Jei spaudos konferenciją organizuojate lauke, apgalvokite galimus trukdžius (lietus, vėjas) ir raskite būdą užtikrinti sklandžią spaudos konferencijos eigą.

SUFORMULUOKITE ŽINUTĘ

- Suformuluokite žinutę, kurią transliuosite, vadovaukitės istorijos pasakojimo metodu, tačiau informaciją pateikite aiškiais, glaustais sakiniais.
- Atminkite, visus, net ir pačius kebliausius klausimus galima numatyti iš anksto. Parenkite sąrašą galimų klausimų, pasiruoškite atsakymus.

LAUKITE PROVOKACIJŲ,
NEPATOGIŲ KLAUSIMŲ

PASIRINKITE GERIAUSIAI IŠMANANČIUS

- Paskirkite spaudos konferencijos moderatorių. Jo pagrindinė užduotis – pradėti spaudos konferenciją, pristatyti kalbančiuosius, valdyti diskusiją, neleisti diskusijai nukrypti nuo temos.
- Pasirinkite vieną ar keletą atstovų, kurie pristatys projekto veiklas ir atsakys į žurnalistų klausimus.
- Jei spaudos konferencijoje projektą pristato daugiau nei vienas žmogus, iš anksto susitarkite, į kokius klausimus kuris atsako.

PRIMINKITE

- Paruoškite dalijamąją medžiagą, kurioje būtų pateikta svarbiausia informacija, pateikite vizualią informaciją: trumpus vaizdo reportažus, nuotraukas, tyrimus, statistiką. Ši medžiaga palengvins darbą straipsnį ar reportažą rengiančiam žurnalistui.

KVIESKITE ŽINIASKLAIDOS ATSTOVUS

- Didelį dėmesį skirkite kvietimo dalyvauti spaudos konferencijoje parengimui. Nepamirškite, jei kvietimas žiniasklaidos atstovams pasirodys įdomus ir išskirtinis, jie tikrai nepraleis progos sudalyvauti renginyje.
- Kvietime nurodykite spaudos konferencijos temą, datą, laiką, vietą, konferencijos dalyvius ir kontaktus žmonių, į kuriuos galima kreiptis norint gauti papildomos informacijos.
- Pasirinkite žurnalistus bei žiniasklaidos kanalus, kurie rengia publikacijas ar reportažus susijusiomis temomis.

KALBĖKITE PAGRASAI IR AIŠKIAI,
VENKITE TECHNINĖS KALBOS.

IVEIKITE NUOBODULĮ. ORGANIZUOKITE SPAUDOS
KONFERENCIJĄ PROJEKTO VIETOJE,
PAKVIESKITE Į EKSKURSIJĄ, LEISKITE ŽURNALIS-
TAMS PATIEMS PAJUSTI, SUSITIKTI, PAMATYTI.

- Kvietimą išsiųskite elektroniniu paštu, likus ne mažiau nei savaitei iki konferencijos pradžios. Puiku, jei nuolat bendraujate su žiniasklaidos atstovais, tuomet kviesti galite ir asmeniškai, telefonu.
- Išsiuntę kvietimus galite paskambinti ir pasiteirauti, ar kvietimas juos pasiekė ir ar nereikėtų papildomos informacijos.

PASIRŪPINKITE DETALĖMIS

- Pasirūpinkite reikiama įranga: mikrofonais kalbėtojams bei žiniasklaidos atstovams, tinkama garso bei vaizdo įranga.
- Registruokite atvykusius svečius. Registracija svarbi ir tolimesnei informacijos sklaidai – žinosite atvykusių žurnalistų kontaktus ir galėsite bendradarbiauti ateityje.
- Dažniausiai registruojami tokie žurnalistų duomenys: vardas, pavardė, žiniasklaidos priemonė, pareigos, telefono numeris, elektroninio pašto adresas. Registracijos metu, žurnalistams išdalinami jau paruošti spaudos konferencijos informacijos paketai ir, jeigu numatyta, reklaminės dovanėlės (suvenyrai).
- Taip pat reikia nepamiršti papuošti patalpą įmonės ir/ar projekto simbolika. Tam tinka tentas su įmonės/projekto logotipu, kuris kabinamas už pranešėjų nugaros, vėliavėlės ant stalo ir t.t.
- Jeigu spaudos konferencijoje yra svečių iš užsienio, reikia pasirūpinti ir vertėju, kuris užtikrins sklandų bendravimą.

APIE PROJEKTĄ GYVAI

Apie projektą gyvai – tai unikalios galimybės pristatyti projekto veiklas ir papasakoti sėkmės istoriją įvairių renginių metu. Tai gali būti Jūsų pačių organizuojami renginiai arba tie, į kuriuos esate kviečiami pristatyti projekto. Renginiai suteikia galimybę pasidalyti ne tik savo patirtimi, bet ir pasisemti jos iš kitų projektų vykdytojų, išgirsti projekto dalyvių atsiliepimus, naudingus patarimus. Išnaudokite šias galimybes!

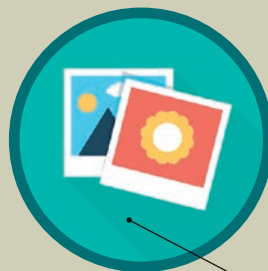
JŪSŲ ORGANIZUOJAMI RENGINIAI

Vienas iš dažniausiai ESF projektų vykdytojų organizuojamų renginių – baigiamoji projekto konferencija. Šiame renginyje paprastai jau galima pristatyti nuveiktus darbus, pasiektus rezultatus, pasidalyti jais tiek su plačiąja visuomene, tiek su žiniasklaidos atstovais. Be abejo, organizuojami ir kitokio pobūdžio renginiai: įvairios diskusijos, seminarai ir t. t. Šio tipo renginiai dažniausiai organizuojami tuomet, kai projekto tikslinė grupė – tam tikros srities specialistai.

AUKSINĖS TAISYKLĖS



- 1** • Kvieskite projekto dalyvius. Leiskite jiems papasakoti savo istoriją – tai patys geriausi pranešėjai, kokius Jūs galite pasirinkti.



- 2** • Pristatymų metu naudokite vizualią medžiagą – nuotraukas ir vaizdo reportažus, net jei jie mėgėjiški. Galite demonstruoti atliktus darbus, jų nuotraukas, organizuoti parodą renginio patalpose, iškabinti projekto dalyvių atsiliepimus, juos nufilmuoti.



- 3** • Praneškite apie renginį visuose kanaluose: interneto puslapyje, spaudoje, socialiniuose tinkluose. Kvieskite žiniasklaidos atstovus.



- 4** • Stebinkite renginio dalyvius. Pakvieskite sužaisti žaidimą, sudalyvauti viktorijoje ar pan.

VIEŠINIMAS INTERNETE

ESF lėšomis įgyvendinama gausybė projektų, skirtų jauniems žmonėms, kurie šiais laikais neįsivaizduojami be kompiuterio, interneto, socialinių tinklų. Facebook, Twitter, YouTube – tik maža dalis svetainių, kuriose žmonės gali ne tik rasti informaciją apie jūsų projektą, bet ir patys dalytis nuotraukomis, vaizdo reportažais, atsiliepimais apie projekto veiklas. Interneto tinklapiai ir socialiniai tinklai suteikia unikalią galimybę pasiekti žmones esamuoju laiku, palaikyti ryšį su projektų dalyviais.

Nepamirškite, kad interneto puslapiuose ir socialiniuose tinkluose žmonės lankosi naudodami mobiliuosius įrenginius pietų pertraukos ar kelionės metu ir net lūkuriuodami

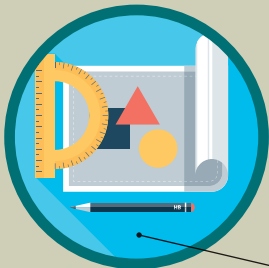
eilėje, todėl svarbu, kad ten skelbiamas turinys būtų glaustas, trumpas, patogus ir pritaikytas perskaityti naudojant mobiliąjį telefoną ar planšetinį kompiuterį.

VIEŠINIMO INTERNETE BŪDAI

- Projektui sukuriamas atskiras interneto puslapis, kuriame pateikiama informacija yra susijusi tik su projekto veiklomis.
- Organizacijos interneto puslapyje sukuriamas atskira skiltis ar rubrika, skirta informacijai apie projektą pateikti.
- Projekto viešinimas socialiniuose tinkluose.



- 5** • Palaikykite grįžtamąją ryšį su konferencijos dalyviais.



- 6** • Nepamirškite praktinės dalies. Renginio svečiams suteikite galimybę įsitraukti, papasakoti, praktiškai pažinti projekto veiklas. Pavyzdžiui, jei projekto metu buvo ugdomas kūrybiškumas, tuos pačius metodus galite pritaikyti organizuodami praktinę konferencijos dalį.

„KASDIEN PRIE FACEBOOK SOCIALINIO TINKLO PRISIJUNGIA NET 46 PROCENTAI VISŲ ŠALIES INTERNETO NAUDOTOJŲ. „YOUTUBE“ KANALĄ KASDIEN ĮSIJUNGIA 34 PROCENTAI INTERNETO NAUDOTOJŲ.“

AUKSINĖS TAISYKLĖS

LOGO



2.

Sukurkite ir naudokite logotipą, kuris leis lengviau atpažinti Jūsų projektą.

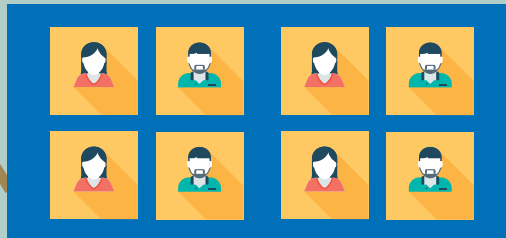


4.

Socialiniuose tinkluose publikuokite glaustą informaciją, tačiau pasirūpinkite, kad kiekviename socialiniame tinkle skaitytojas rastų nuorodą į pagrindinį puslapį (jūsų projekto ar organizacijos), kur galėtų perskaityti išsamesnę informaciją.

1.

Pasirinkite trumpą, greitai įsimenamą pavadinimą. Viso projekto pavadinimo, ypač jei jis ilgas ir sudėtingas, jūsų skaitytojai paprasčiausiai neatsimins.



5.

Naudokite realias projekto veiklų, renginių, dalyvių nuotraukas ir vaizdo reportažus.

3.

Kurdami interneto puslapio dizainą, didelę dėmesį skirkite vizualizacijai bei paprastumui.



6.

Jei informaciją skelbiate daugiau nei viename socialiniame tinkle bei interneto puslapyje, pasirūpinkite, kad jie būtų susieti tarpusavyje.

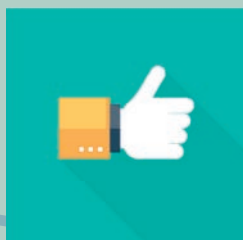


7.

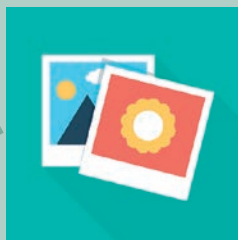
Būkite aktyvūs. Informaciją apie projekto veiklas skelbkite periodiškai.

**8.**

Pateikite informaciją apie projektą ir užtikrinkite, jog ši informacija būtų nuolatos atnaujinama.

**9.**

Nepamirškite pristatyti ir savo organizacijos.



13. Pasirinkite didžiuosius. Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Google+ bei Pinterest yra tie socialiniai tinklai, kuriuose lankosi daugiausiai žmonių.

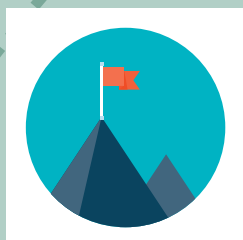
12. Pasirūpinkite, kad informaciją, kurią skelbiate, būtų paprasta peržiūrėti ne tik naudojant kompiuterį, bet ir kitus mobiliuosius įrenginius.

**10.**

Būkite pasiekiami. Atsakykite į skaitytojų žinutes ir komentarus laiku.

14.

Nepamirškite įvairovės. Žinutės, nuotraukos ar vaizdo įrašai, kuriuos skelbiate, turėtų būti susijusios su projekto tema, tačiau ne visada tai turėtų būti tik informacija apie projekto veiklas.

**11.**

Būkite pozityvūs.

**16.**

Parenkite atskirą skiltį žiniasklaidai, kurioje žiniasklaidos atstovai rastų aktualios informacijos apie projektą.

15.

Nepamirškite nurodyti kontaktinės informacijos.

PROJEKTO FACEBOOK PASKYRA

Projekto „Verslumo ugdymo modelio „JUNIOR ENTERPRISE“ įgyvendinimas Lietuvoje“ Facebook paskyra

NAUDOJAMOS REALIOS NUOTRAUKOS

SUKURTAS IR NAUDOJAMAS LOGOTIPAS

NAUDOJAMAS TRUMPAS, ĮSIMENAMAS PAVADINIMAS

PATEIKIAMA NUORODA Į PAGRINDINĮ PUSLAPĮ

PASKYRA SUSIETA SU KITAIŠ SOCIALINIAIS TINKLAIS



esfa

Europos socialinio fondo agentūra
Gynėjų g. 16, Vilnius 01109
Tel. 8 5 264 9340
Faks. 8 5 260 8281
info@esf.lt
www.esf.lt




MOKSLAS • EKONOMIKA • SANGLAUDA



EUROPOS SĄJUNGA
EUROPOS SOCIALINIS FONDAS

Kuriame Lietuvos ateitį



Leidyba finansuojama iš 2007–2013 m.
ES struktūrinės paramos techninės pagalbos lėšų