

Viešinimo taisyklės projektų vykdytojams

Apie Jūsų vykdomus projektus turėtų žinoti visuomenė. Tam, kad tai įvyktų, bus reikalinga Jūsų vykdomų veiklų komunikacija. Mūsų parengti reikalavimai ir rekomendacijos padės tai atlikti sklandžiai.

Kiekvienam projektų vykdytojui reikės:

1. Parengti komunikacijos planą savo projektui.
2. Visose savo komunikacijos priemonėse naudoti EEE finansinio mechanizmo logotipą.



Parsisiųsti

čia:

https://eeagrants.org/resources?title=logo+package&field_resource_type_target_id=All

3. Suplanuoti mažiausiai dvi informacines veiklas (pvz. spaudos konferencija, seminaras, info renginys, projekto atidarymas, uždarymas ir pan.) apie projekto eigą, pasiekimus ir rezultatus. Projektams, kuriems skiriama mažiau kaip **50 000 EUR**, pakanka vienos mažesnio masto informavimo veiklos.
4. Sukurti dvikalbę projekto svetainę, jei projektui skiriama suma nuo **150 000 EUR**.
5. Turimoje svetainėje skelbti visą informaciją apie vykdomus finansuojamus projektus.
6. Dalintis ir derinti šiuos dalykus su Aktyvių piliečių fondo komunikacijos vadove Agne Žemaityte (agne.zemaityte@olf.lt):
 - Svetainės / tinklalapio adresas
 - Nuorodos į jūsų socialinės medijos kanalus
 - Sukurta reklaminė medžiaga, pvz. leidiniai ir vaizdo įrašai
 - Projekto veiklos nuotraukos su rašytiniu leidimu naudoti jas leidiniuose
 - Suplanuoti įvykiai ir tvarkaraščiai
 - Bet kokia kita įdomi informacija, kuri, jūsų manymu, galėtų būti naudinga naudoti nacionaliniu ar Europos lygmeniu.

Paiškinimai, patarimai ir rekomendacijos:

Komunikacijos planas

Komunikacijos planas padės apsibrėžti Aktyvių piliečių fondo tikslus, įgyvendinimą, rezultatus ir paramos poveikį. Taip pat jame turėtų atsispindėti ką, kaip ir kada informuosite apie EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų egzistavimą ir (jei toks bus) dvišalį bendradarbiavimą su organizacijomis Islandijoje, Lichtenšteine ir Norvegijoje.

Komunikacijos plane turi būti:

- › Projekto tikslai ir jo tikslinės grupės, įskaitant suinteresuotas šalis nacionaliniu, regioniniu ir (arba) vietos lygiu ir plačiąją visuomenę.
- › Komunikacijos priemonių strategija ir turinys, įskaitant veiklą, komunikacijos priemones ir terminus.
- › Suplanuotos mažiausiai dvi informacinės veiklos apie projekto eigą, pasiekimus ir rezultatus. Pvz: seminaras ar konferencija su suinteresuotomis šalimis, spaudos konferencija ar informacinis renginys, įskaitant projekto atidarymą ir/ar uždarymą.
- › Numatomos priemonės projekto svetainei (**jei projektui skiriama mažiausiai 150 000 EUR parama**) arba specialaus tinklalapio, skirto projektui, esamoje organizacijos svetainėje, kūrimui. Projekto informacija turės būti reguliariai atnaujinama anglų kalba.
- › Informacija apie organizacijos padalinį arba žmogų, atsakingą už ryšius su visuomene ir komunikacijos priemonių įgyvendinimą.
- › Paaškinimas, kaip bus įvertintos komunikacijos priemonės, atsižvelgiant į projekto matomumą, pasiektus tikslus, poveikį bei rėmėjus.

Logotipas

- › EEE finansinio mechanizmo logotipas turi turėti pirmumo teisę visoje Jūsų komunikacinėje medžiagoje.
- › Jei logotipas naudojamas kartu su kitu logotipu (-ais), jis turėtų būti dedamas kairėje arba viršuje.

- › Komunikuodami turite naudoti EEE finansinio mechanizmo pavadinimą, pvz. svetainėje, socialinėse medijose, vaizdo įrašuose, brošiūrose, konferencijose, spaudoje ir kt.
- › Jei dalyvavote praėjusio finansavimo laikotarpio NVO programoje, neturėtumėte naudoti EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų senesnio (-ių) logotipo (-ų) jokioje naujoje medžiagoje.
- › Naudokite tik juodos arba baltos spalvos EEE finansinio mechanizmo logotipą.
- › Logotipų elementai yra neatsiejami. Logotipo negalima kurti naujai, pakeisti ar modifikuoti jokių būdu ir jokiais aplinkybėmis.
- › Į valstybinę kalbą išversti logotipų variantai taip pat nenaudojami.

Interneto svetainė

- › Specialiai sukurtoje svetainėje arba prie Jūsų svetainės pridėtame tinklapyje turės būti visa informacija apie projektą, pasiekimus, rezultatus, bendradarbiavimą su partneriais Islandijoje, Lichtenšteine ir Norvegijoje, svarbios nuotraukos, kontaktinė informacija ir aiški nuoroda į programą bei EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų svetainę.

Rekomendacijos svetainės tekstų rašymui:

- › Pirmiausia tekste pateikite svarbią informaciją, pasistenkite ją pateikti kuo paprasčiau.
- › Puslapiai internete turi būti ne ilgesni nei pusė popieriaus lapo.
- › Glausta informacija: skaidykite tekstą naudodami pastraipas, paantraštes, pastraipas palikite trumpas.
- › Tam, kad paieškoje būtų lengviau jus surasti, naudokite stiprius raktinius žodžius pavadinimuose, pridėkite temines žymas.
- › Tekstas ir nuotrauka visada turėtų atitikti vienas kitą ir palikti vieningą įspūdį.
- › Įsitinkite, kad visada turite gerą nuotrauką, papildančią antraštę.
- › Nuvedanti nuoroda: įsitinkite, kad jūsų nuorodos veikia ir nukreipia į aktyvias svetaines.
- › Būkite kūrybingi: užuot rašę „Daugiau skaitykite čia“, pabandykite, pavyzdžiui, „Jūs domina Lietuva? Čia yra pasakojimas apie tai, kaip nedidelė komanda labai stengėsi pakeisti stereotipinį požiūrį į moteris“.

- › Visada pridėkite nuorodą: vargu, ar skaitytojas ieškos teksto per pagrindinį puslapį.
- › Visada pateikite nuorodas į kitus susijusius straipsnius ar įrašus.
- › Būkite patikimi: išlaikykite objektyvų turinį.
- › Aktyvus balsas: naudokite veikiamąsias nuosakas, o ne pasyvią kalbą.
- › Laikai: jei įmanoma, rašykite esamuoju laiku, kad sumažintumėte atnaujinimo poreikį.
- › Šriftai ir formatai: venkite pernelyg nevienalyčio formatavimo: spalvų, didžiųjų raidžių, pabraukimo ar kursyvo.
- › Būkite empatiški: pamėginkite mąstyti taip, kaip jūsų skaitytojai, ir pagalvokite, ko jiems reikia.
- › Būkite tikslūs: visada patikrinkite, ar tekste nėra klaidų, nepasikliaukite programinės įrangos rašybos tikrinimo funkcija. Skaitykite vienas kito tekstus.
- › Auditorija: atsiminkite, kas yra jūsų auditorija ir tikslinės grupės. Ar rašote plačiajai visuomenei ar savo srities ekspertams? Venkite žargono.
- › Išanalizuokite, kaip veikia jūsų svetainė, nustatydami „Google Analytics“ ar panašų įrankį savo puslapiui (jis yra nemokamas). Tai suteikia jums vertingos informacijos apie jūsų vartotojus. Galite pamatyti kas apsilankė jūsų svetainėje, kiek laiko jie liko atskiruose puslapiuose, ar jūsų turinys patrauklus, kokia nuoroda sekė, kad jus pasiektų ir t.t Tokiu būdu galite įvertinti savo veiklą.
- › Jei esamoje svetainėje sukūrėte tinklalapius apie savo projektą, įsitikinkite, kad pagrindiniame svetainės puslapyje įdėjote matomą ir lengvai prieinamą nuorodą ar reklamjuostę, kad žmonės rastų jūsų projekto informaciją.
- › Įsitikinkite, kad pridėjote nuorodą į EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų svetainę: www.eeagrants.org / www.norwaygrants.org
- › Nepamirškite apie savo svetainę ar tinklalapio adresą pranešti kitoms organizacijoms, susijusioms su finansuojamų projektų įgyvendinimu.
- › Patikrinkite, ar jūsų svetainės domeno vardas (URL adresas) dar nepaimtas. Jis turėtų būti unikalus, kad paieškos sistemos galėtų jį atskirti, o taip pat būtų lengva įvesti ir atsiminti.
- › Nepergrūskite svetainės nuotraukomis. Suteikite tekstui erdvės atsiskleisti.
- › Žmonės prisimena 80 procentų to, ką mato ir tik 20 procentų to, ką skaito. Vaizdiniai elementai yra svarbūs, internete yra daugybė nemokamų nuotraukų archyvų, tačiau stenkitės naudoti originalų turinį. Jei jums reikia nuotraukų, apsilankykite EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų medijos bibliotekoje www.eeagrants.org.
- › Ar yra kitų elementų, kuriuos galite įtraukti? Ar kažkas komentavo projektą socialiniuose tinkluose? Įdėkite tai į savo straipsnį. Svarbius elementus

paryškinkite ir ištraukite geras citatas. Tai pabrėžia, kas yra svarbu ir padeda jūsų skaitytojui. Tą patį galima padaryti su vaizdo įrašais.

- › Visada įvertinkite! Kas patraukia skaitytojų dėmesį? Ar yra tema, kuri pritraukia daugiau skaitytojų nei kiti? Ką galima patobulinti? Ar tai buvo tinkamas laikas paskelbti šią istoriją?

Socialinės medijos

- › Nusistatykite aiškų tikslą: apibrėžkite ko norite pasiekti, naudodamiesi socialine medija.
- › Raskite savo auditoriją: nustatykite, kas ji turėtų būti. Ar tai yra tam tikros šalies visuomenė, politikai, žiniasklaida, konkrečios srities profesionalai ar jaunimas?
- › Pagalvokite apie turinį: ne visi socialinės medijos kanalai veikia vienodai. Pažvelkite, koks turinys yra mėgstamas jūsų pasirinktuose kanaluose (nuotraukos, vaizdo įrašai, tiesioginiai vaizdo įrašai, infografika, straipsniai ir kt.) ir nustatykite kiekvieno kanalo turinį ir paskelbimo strategijas. Strategijose nusimatykite, ką turėtumėte skelbti, kaip tai turite padaryti, ir paskirkite kiekvienam komandos nariui aiškią užduotį.
- › Apibrėžkite savo laikyseną ir bendravimo toną: socialinės medijos kanalai leidžia bendrauti su savo auditorija neformaliau, nei tradicinė žiniasklaida.
- › Būkite draugiški ir paslaugūs: siekite bendrauti su savo auditorija. Skatinkite juos dalyvauti diskusijose ir draugiškai atsakyti į klausimus bei komentarus.
- › Nemaitinkite trolių: jei gaunate neigiamų komentarų, ramiai pateikite faktinius atsakymus. Pvz., Jei kas nors įtaria netinkamą lėšų panaudojimą, nukreipkite jį į svetainę, kur jie gali pranešti apie tai. Atminkite, kad niekada neturėtų būti toleruojami įžeidžiantys, rasistiniai ir neapykantos kupini komentarai - nedvejodami blokuokite ir praneškite apie tokius vartotojus.
- › Iškelkite tikslus ir įvertinkite: pažiūrėkite į lankomumo bei pasiekiamumo statistiką ir įvertinkite savo darbą. Ar siekiate savo tikslų (pvz., Pasiekiate norimą auditoriją, pritraukiate srautą į savo svetainę ir pan.)?
- › Nebijokite išbandyti: būkite atviri ir išbandykite naujas idėjas. Socialinės medijos nuolat keičiasi, todėl kai kurie dalykai, kurie vakar neveikė, gali gerai veikti šiandien.

Nuotraukos

- › Projekto vykdymo metu padarytos nuotraukos turėtų būti įtrauktos į Jūsų interneto svetainę ir socialines medijas.
- › Projekto metu darykite daug nuotraukų, tai padės jums lengviau pristatyti rezultatus. Atminkite, kad statiškų susitikimų nuotraukos nėra geriausias pasirinkimas norint sudominti žmones jūsų projektu. Geriau sutelkite dėmesį į veiksmo nuotraukas, kuriose vaizduojami žmonės ir vietos, kurie tiesiogiai buvo įtraukti į projektus. Tai gali būti žmonės, kuriems teikiama nauja paslauga, lankytojai kultūriniame pasirodyme, ar naujos įrangos foto. "Prieš ir po" nuotraukos taip pat gali būti geras būdas iliustruoti jūsų darbo rezultatus.
- › Kai kuriuos projektus sunkiau fotografuoti, nei kitus. Tai gali būti dėl jautrios temos ar techninio pobūdžio. Būkite kūrybingi ir atitinkamai pritaikykite nuotraukas, pavyzdžiui, nerodydami pažeidžiamų žmonių veidų.
- › Fotografuodami žmones visada prašykite sutikimo. Parodykite jiems, kur galite naudoti nuotraukas (internete, publikacijose, ataskaitose, žiniasklaidoje ir kt.). **Fotografuojant vaikus ir pažeidžiamus žmones, reikia raštiško sutikimo.**
- › Žemos raiškos nuotraukos gali būti tinkamos internetui, tačiau norint profesionaliai atspausdinti gaminius, pvz., brošiūras, reikia aukštos kokybės nuotraukų (300 dpi). Galite nustatyti raišką perkelinėdami nuotraukas iš fotoaparato į kompiuterį.
- › Naršykite EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų medijos bibliotekoje www.eeagrants.org. Kai kurios nuotraukos iliustruoja dotacijų naudą šalyse - paramos gavėjose, o kitos yra bendro pobūdžio. Visi paramos gavėjai gali gauti vartotojo abonementą, kuris leis nemokamai atsisiųsti nuotraukas. Norėdami paprašyti paskyros, nusiųskite el. laišką adresu info-fmo@efta.int.
- › Naudodamiesi kitų žmonių / institucijų nuotraukomis įsitikinkite, kad turite teisingą leidimą ir tinkamai įvardysite fotografą ir (arba) įstaigą, kuriai priklauso nuotraukos teisės.

Vaizdo įrašai

- › Vaizdo įrašai yra geras įrankis skleisti informaciją apie jūsų programą ar projektą. Skirtingoms platformoms gali reikėti skirtingo dydžio formatų.

- › Prieš kurdami vaizdo įrašą, svarbu turėti planą, kur bus naudojamas vaizdo įrašas (svetainė / socialinės medijos/ pristatymai / TV).
- › Padarykite savo vaizdo įrašus patrauklius: trumpi ir iš karto kalbantys apie esmę (mažiau nei 60 sekundžių) klipai turi didesnį poveikį, nei ilgesni vaizdo įrašai. Apsvarstykite galimybę ilgesnius filmus suskaidyti į mažesnius, lengviau peržiūrimus klipus, skirtus naudoti socialinėse medijose.
- › Eikite tiesiai prie esmės: per pirmąsias sekundes atkreipkite žiūrovo dėmesį, nes kitaip jis pasitrauks. Protingai išnaudokite pirmąsias įrašo sekundes - nešvaistykite jų pernelyg ilgoms įžangoms.
- › Naudokite subtitrus: dauguma vaizdo įrašų, leidžiamų socialinėse medijose, žiūrimi be garso.
- › Atraskite galimybę visą svarbią informaciją patalpinti ekrane esančiame tekste ar subtitruose.

Leidiniai, brošiūros

- › Nepamirškite į savo spausdintus leidinius įtraukti EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų logotipą ir informacijos apie finansinę paramą.
- › Kaip ir bet kurios kitos komunikacijos medžiagos atveju, pirmiausia turite užduoti sau klausimą, ką norite pasiekti, kokią žinią iškomunikuoti ir kokiai auditorijai. Kai jūsų auditorija ir žinia bus aiški, atidžiai apsvarstykite, kokia spausdintos medžiagos rūšis geriausiai atitinka jūsų poreikius.
- › Renkite leidinius, kad pasidalytumėte žinia ir turėtumėte planą, kaip jie bus naudojami. Tai apima ne tik aiškiai apibrėžtą auditoriją ir tikslinę grupę, bet ir platinimo planą bei viziją, kaip leidinys veiks kartu su kita jūsų komunikacijos veikla.
- › Trumpi lankstinukai ir informaciniai lapeliai gali būti geras pasirinkimas, kai norite greitai pristatyti savo projektą ar programą arba EEE ir Norvegijos finansinių mechanizmų dotacijas savo šalyje.
- › Apsvarstykite galimybę leidinį gaminti sulankstomo kišenės dydžio formato, kurį galima atspausdinti biure. Tai gali sumažinti gamybos sąnaudas, o ir žmonės labiau linkę pasiimti nedidelio formato leidinį.
- › Didesnės publikacijos yra tinkamesnės, kai norite išsamiai papasakoti apie savo darbus. Tai gali būti katalogas arba knyga, kurioje apibendrinama jūsų programa / projektas.

- › Nepamirškite pasidaryti internete pasiekiamą skaitmeninę leidinių versiją (pvz., PDF).

Renginiai

- › Ant visos renginy naudotos vizualinės medžiagos turėtų būti EEE finansinio mechanizmo logotipas.
- › Pirmas žingsnis organizuojant renginį yra suprasti, su kuo norite susisiekti ir kokią žinutę norite perduoti. Nustatę reikiamą auditoriją ir apibrėžę, su kuo norėtumėte komunikuoti, lengviau rasite tinkamą formatą jūsų renginiui.
- › Organizuokite renginius, kuriuose jūsų tikslinei auditorijai ir (arba) žiniasklaidai bus įdomu dalyvauti, ir pateikite aktualią ir įsimenamą programą. Skirkite laiko apgalvojimui apie savo tikslinę grupę (-es): kaip ją (-as) pasiekti ir ką norite jai pasakyti.
- › Renginio formatas gali varijuoti nuo jūsų programos ar projekto pradžios ar uždarymo renginio iki konferencijos, dirbtuvių, seminaro, spaudos konferencijos ar viešo arba žiniasklaidos vizito į projektų vietas, kad būtų galima pamatyti ką veikia projekto vykdytojai ir kaip jie dirba praktikoje.
- › Būtinai pakvieskite žiniasklaidos atstovus ir kitus asmenis, kurie yra įsitraukę, domisi projekto tema ar kuriems svarbios jūsų temos ir veiklos.
- › Jei rengiate viešą renginį - atsižvelgiant į pranešimą ir formatą - gali būti svarbu pakviesti žiniasklaidą. Jei tai darysite, atidžiai apsvarstykite, kurią žiniasklaidos priemonę tai domintų labiausiai. Įsitikinkite, kad suteikiate žurnalistams pakankamai informacijos padėdami jiems susisiekti su atitinkamais žmonėmis, su kuriais būtų galima parengti interviu.
- › Kitas būdas sudominti žmones yra organizuoti konkursą, pavyzdžiui, esė konkursą mokiniams ar studentams, viktoriną socialinės medijos kanaluose, nuotraukų ar piešinių konkursą arba paprašyti trumpų vaizdo įrašų, vaizduojančių jūsų veiklą ar atitinkamą problemą. Laimėjusius darbus galima eksponuoti internete jūsų svetainėje, socialinės žiniasklaidos kanaluose ar net demonstruoti jūsų biuruose bei kitoje tinkamoje vietoje.
- › Svarbu, kad žurnalistai galėtų nufotografuoti veikiančius, o ne sėdinčius prie darbo stalų žmones.
- › Pabandykite įsivaizduoti save žurnalistų vietoje ir pasiūlykite tai, kas jiems galėtų būti įdomu. Ar yra koks nors asmuo, dalyvavęs projekte arba patyręs pokytį, turintis gerą istoriją, kuri galėtų būti įdomi žurnalistui ir iliustruotų projekto poveikį? Jei įmanoma, įsitikinkite, kad tie žmonės, su kuriais žurnalistas kalbės, būtų iš anksto informuoti.

Spaudos konferencijos

- › Spaudos konferencijos surengimas gali būti geras būdas pranešti savo žinutę plačiajai auditorijai. Spaudos konferenciją turėtumėte surengti tik tada, kai turite plačiosios visuomenės dėmesio vertų žinių. Nepamirškite gerai paruošti pranešimų. Naudodamiesi vizualiais pasakojimo elementais, savo pranešimą galite paversti lengviau suprantamu.
- › Pasirinkite kalbėtoją, kuris yra patyręs ir po to galės dalyvauti tolesniuose pokalbiuose. Žurnalistai gali atvykti į jūsų spaudos konferenciją, jei pranešėjas nėra paprastai prieinamas spaudai. Paruoškite pranešėją galimiems klausimams, kurie gali būti užduoti. Įsitinkinkite, kad skiriate laiko tiek pristatymui, tiek spaudos klausimams. Gera idėja yra turėti moderatorių.
- › Pakvieskite žurnalistus, kurie, jūsų manymu, galėtų domėtis jūsų pristatoma tema. Kartais jūsų istoriją aprašys ne pagrindiniai nacionaliniai portalai, o specializuoti leidiniai ar regioninės / vietinės žiniasklaidos priemonės. Pasirinkite tinkamą laiką ir vietą konferencijai, kad žurnalistai turėtų laiko pasižymėti datą (savaitės ir dienos pradžioje) ir galėtų lengvai patekti į vietą. Arba organizuokite spaudos konferenciją įdomioje vietoje, kuri paprastai nėra atvira visuomenei.
- › Galbūt norėsite paruošti papildomos informacijos, įskaitant pareiškimus, pranešimą spaudai, papildomą vaizdinę medžiagą ir kt. Tai gali būti naudinga žurnalistams. Įsitinkinkite, kad spaudos konferencijos vietoje yra veikianti techninė įranga, reikalinga žiniasklaidos priemonėms.

Naujiųjų rengimas

- › Pats projekto egzistavimas nėra naujiena. Geriausias jūsų turtas yra geras turinys. Taigi būkite kūrybingi ir sukurkite bent du priėjimo prie temos kampus, kad „parduotumėte“ savo istoriją žurnalistams.
- › Visada užduokite sau klausimą: kodėl kas nors norėtų paskaityti apie mūsų projektą ar programą arba pažiūrėti apie tai per televiziją? Aiškiai suformuluokite žinutę.
- › Nėra garantijos, kad projekto tema bus padengta žiniasklaidoje. Žiniasklaidos susidomėjimas įprastai būna mažas, kai komunikacijos veikla yra sutelkta į procesą, biurokratiją ir projekto detales. Tai yra svarbūs bet kokio projekto veiksniai, tačiau žurnalistams nuobodūs, todėl jums reikia kūrybingesnių priemonių.

Rekomendacija: žurnalistų kontaktų sąrašas

- › Pirmiausia paskambinkite į pasirinktą žiniasklaidos priemonę – taip sužinosite, kas gali domėtis projektu, gausite tinkamo žmogaus kontaktą.
- › Stiprinkite santykius: laikui bėgant žmonės, turintys asmeninį kontaktą su jumis bus labiau linkę nurodyti asmenis, galinčius parengti publikacijas Jūsų norima tema.
- › Pasiruoškite interviu: paruoškite galimus atsakymus į numatomus klausimus (iš anksto paklauskite, ar galėtumėte jų turėti).
- › Nuoseklus požiūris: atsiminkite, ką norite pasakyti, todėl sukurkite vidinius „klausimų ir atsakymų“ lapus, kuriuos išplatinsite kolegoms, kurie gali būti interviuojami.
- › Jokio žargono: pabandykite sugalvoti paprasčiausią būdą iškomunikuoti žurnalistams tai, ką norite pasakyti spausdinta forma arba telefonu.
- › Visada komentuokite: niekada nesakykite žurnalistams „be komentarų“, nes tai skamba taip, lyg ką nors slėptumėte. Jei nesijaučiate kvalifikuotas atsakyti šia tema, sakykite, kad panagrinėsite šį klausimą arba pasirūpinsite, kad žurnalistas kalbėtų su reikiamu asmeniu, galinčiu pakomentuoti.
- › Prašykite atsiųsti straipsnį prieš publikuojant: tai yra praktika, kai jūs galite paprašyti žurnalistą suteikti galimybę perskaityti, kaip pateikiamos citatos - tiesioginės citatos yra jūsų žodžiai kabutėse „kaip šiose“. Netiesioginės citatos perfrazuoja tai, ką pasakėte. Patikrinkite faktus (žurnalistai nemėgsta didelių perrašymų ar stiliaus pokyčių).
- › Pasiūlykite žurnalistui peržiūrėti visą sudėtingą medžiagą ar klausimus prieš susitikimą - kaip ir jūs, žurnalistai nori išsiaiškinti faktus teisingai. Taip pat pasitarkite su žurnalistu, jei atsiras naujos informacijos, pakeičiančios tai, ką jūs jau sakėte ar bendravote praeityje.
- › Pakvieskite savo žiniasklaidos atstovus į savo socialinės medijos platformas.
- › Norint užmegzti gerus santykius su žiniasklaida, svarbiausia yra prieinamumas, bendradarbiavimas ir patikimumas. Jei pateiksime žiniasklaidai naudingos ir tikslios informacijos, tenkinančios jų poreikius, įgysite jų pasitikėjimą.

Pranešimai spaudai

- › Pranešime spaudai turėtų būti teisinga informacija, kuri padėtų žurnalistams greitai suprasti jūsų naujienas ir organizaciją. Bet kuriame pranešime spaudai būtinai reikia nurodyti Islandijos, Lichtenšteino ir Norvegijos paramą per EEE finansinį mechanizmą ir paramos vertę.

- › Reikėtų apvarstyti galimybę sudaryti paminėjimų žiniaskaidoje rinkinį, kuriame būtų surinkta visa informacija apie Jūsų projektą, kuri pasirodė viešoje erdvėje.

Daugiau informacijos: <https://eeagrants.org/resources/2014-2021-communication-and-design-manual>

