

Посібник з комунікацій та забезпечення наочності

**ПРОЕКТ “МІСЦЕВИЙ РОЗВИТОК,
ОРІЄНТОВАНИЙ НА ГРОМАДУ-III”**

Цей посібник з комунікацій та забезпечення наочності було розроблено в рамках Проекту «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ). Відповідальність за зміст посібника несуть винятково співробітники проекту МРГ, точка зору яких може не збігатися з позицією Європейського Союзу або ПРООН.

Проект «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ)

01601, Київ, вул. Еспланадна, 20, каб. 704-708

Тел.: +38 (044) 253 5975, Факс: +38 (044) 253 5973

www.cba.org.ua, www.cba.org.ua/three

Сторінка в Facebook: www.facebook.com/cbaproject

Підготовлено: Світлана Слабінська, спеціаліст МРГ з моніторингу та комунікацій.

Проект «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ). Основна мета Проекту - сприяти сталому соціально-економічному розвитку на місцевому рівні шляхом зміцнення спільного управління та заохочення громадських ініціатив по всій Україні. З 2008 року проект МРГ працює на всій території України. Третя фаза Проекту триватиме 42 місяці, починаючи з 1 квітня 2014 року. Під час третьої фази Проект МРГ надаватиме підтримку обласним та місцевим органам влади щодо поширення кращих практик та досвіду із спільного планування та подальшого поширення підходу, орієнтованого на громаду. Діяльність Проекту МРГ буде спрямовано на відновлення базової соціальної та комунальної інфраструктури в таких пріоритетних сферах діяльності громад, як енергоефективність, охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, водопостачання спільно з розвитком малого аграрного бізнесу. Проект надаватиме підтримку Уряду України у впровадженні реформ з децентралізації та поширенні інноваційних підходів щодо спільного планування та сприяння сталому соціально-економічному розвитку на місцевому рівні через центри управління знаннями та впровадження курсу в навчальні програми тридцяти університетів. Проект фінансується Європейським Союзом та співфінансується та впроваджується Програмою розвитку ООН.

Європейський Союз складається з 28 країн-членів, які вирішили поетапно об'єднати разом свої інновації, ресурси і долі. Спільно, протягом 50-річного періоду розширення, вони побудували зону стабільності, демократії і поступального розвитку, підтримуючи культурну різноманітність, толерантність та індивідуальні свободи.

Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) є глобальною мережею ООН в галузі розвитку, організацією, яка виступає за позитивні зміни та надає країнам доступ до джерел знань, досвіду та ресурсів задля допомоги людям в усьому світі будувати краще життя. ПРООН співпрацює з понад 170 країнами світу, допомагаючи їм знаходити власні шляхи розв'язання глобальних та національних проблем в галузі людського розвитку.

Зміст

1.	ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ	5
2.	ІСНУЮЧІ РАМКИ СПІВПРАЦІ	6
3.	ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	7
4.	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАОЧНОСТІ	8
4.1	КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ДОНОРІВ: ЛОГОТИПИ, ВИЗНАЧЕННЯ ТА ДИСКЛЕЙМЕР	8
4.2	ІНСТРУМЕНТИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПРОЕКТУ МРГ	12
4.3	ПРЕДСТАВНИЦЬКА ДОКУМЕНТАЦІЯ	12
4.4	ПРЕС-РЕЛІЗИ	13
4.5	МАСОВІ ЗАХОДИ	13
4.6	ЛИСТІВКИ, БРОШУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ВІСНИКИ	14
4.7	ТИМЧАСОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПАНЕЛІ ТА ПОСТІЙНІ ПАМ'ЯТНІ ДОШКИ ..	14
4.8	ПУБЛІКАЦІЇ	19
4.9	ТРАНСПОРТ, МАТЕРІАЛИ ТА ОБЛАДНАННЯ	19
4.10	ПРОМОЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ	20
4.11	АУДІОВІЗУАЛЬНА ПРОДУКЦІЯ	20
5.	КОМУНІКАЦІЯ	22
5.1	ПРЕС-РЕЛІЗИ	22
5.2	СПІВПРАЦЯ З ОБЛАСНИМИ/РАЙОННИМИ/МІСЦЕВИМИ ЗМІ	23
5.3	МОНІТОРИНГ ВИКОНАННЯ	24
5.4	ІНТЕРВ'Ю	24
5.5	ФОТОГРАФІЇ ТА ВІДБІР ЗОБРАЖЕНЬ	25
5.6	ВІЗИТИ ПРЕДСТАВНИКІВ ЗМІ/ ПРЕС-ТУРИ	25
5.7	ЛИСТІВКИ, БРОШУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ВІСНИКИ	26
5.8	ДОКУМЕНТАЦІЯ ДОСВІДУ ПРОЕКТІВ МРГ	28
5.9	РОБОТА ІЗ СОЦІАЛЬНИМИ МЕДІА	30

ДОДАТКИ	34
Додаток 1. ВИКОРИСТАННЯ ЛОГОТИПІВ ЄС ТА ПРООН	34
Додаток 2. ШАБЛОН ЛИСТА МРГ ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФІСУ ПРОЕКТУ (УКРАЇНСЬКА ВЕРСІЯ)	38
Додаток 3. ШАБЛОН ЛИСТА МРГ ДЛЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФІСУ ПРОЕКТУ (АНГЛІЙСЬКА ВЕРСІЯ)	39
Додаток 4. ШАБЛОН ЛИСТА МРГ ДЛЯ ОПВ (УКРАЇНСЬКА ВЕРСІЯ)	40
Додаток 5. ШАБЛОН ПРЕС-РЕЛІЗУ	41
Додаток 6. ПРИКЛАД ІНФОРМАЦІЙНОГО ВІСНИКА МРГ	43
Додаток 7. ПРИКЛАД ОБКЛАДИНКИ ПУБЛІКАЦІЇ МРГ.....	44
Додаток 8. ВІДЕОДОКУМЕНТУВАННЯ	44
Додаток 9. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА	46

1. Загальні відомості



Ці керівні принципи були розроблені для того, щоб усі комунікаційні та візуальні матеріали, підготовлені співробітниками проекту МРГ, відповідали рекомендаціям МРГ-III з комунікацій та забезпечення наочності. Керівні принципи розроблено на основі попередніх комплексних інструкцій МРГ- I та МРГ- II.

Призначення цих керівних принципів – упевнитись, що кожен вид діяльності в рамках проекту має свою комунікаційну та інформаційну складову, яка б підвищувала обізнаність цільової або загальної аудиторії в регіонах, а також реальний вплив співпраці ЄС та ПРООН на життя визначеної групи населення.

Дані керівні принципи охоплюють візуальну і текстову символіку залучених сторін і застосовуються до друкованих, електронних або будь-яких інших типів матеріалів, презентацій, банерів, запрошень та інших носіїв інформації проекту МРГ. Керівні принципи мають надати співробітникам центрального офісу Проекту МРГ і регіональним підрозділам впровадження можливість належним чином відзначати підтримку та внесок залучених до процесу сторін.

2. Існуючі рамки співпраці

Керівні принципи Проекту МРГ з комунікацій та забезпечення наочності передбачають використання специфічних аспектів норм комунікацій та наочності, встановлених в рамках співпраці між ООН та ЄС, що можуть застосовуватися в контексті МРГ.

Характер цих відносин та його вплив на основні цілі та порядок, в рамках якого проводиться дана діяльність з комунікацій та наочності, відображається у таких стратегічних документах:

- Спільні керівні принципи із забезпечення наочності для проектів Європейського Союзу та ООН (прийняті в квітні 2008 р.);
- Спільний план дій із забезпечення наочності ЄС та ООН (підписаний Комісаром ЄС Бенітою Ферреро-Вальднер та заступником Генерального Секретаря ООН Марком Маллох Брауном у вересні 2006 року);
- Стандарти комунікаційної діяльності ПРООН;
- Стаття 11 Рамкової угоди з фінансових і адміністративних питань між ЄК та ООН (від 29 квітня 2003 року) – встановлення зобов'язань ООН щодо наочності;
- Стаття 6 Загальних умов, що застосовуються до угод ЄС та міжнародних організацій щодо добровільних внесків (2011), присвячених забезпеченню наочності та прозорості;
- Комунікація Європейських Співтовариств про побудову ефективного партнерства з ООН (Брюссель, 2001);
- Комунікація Європейських Співтовариств – Європейський Союз та ООН: вибір мультилатералізму (Брюссель, 2003).

У зазначених документах також наголошується на спільному зобов'язанні передавати результати партнерства ООН-ЄС донорським структурам та зовнішнім зацікавленим сторонам як в інтересах прозорості використання державних коштів, так і в якості засобу зміцнення глобальної солідарності.

Згідно зі Статтею 11 Рамкової угоди з фінансових і адміністративних питань, агенції ООН, а також інші партнери повинні вживати всіх необхідних заходів для поширення інформації про те, що їхня діяльність фінансується Європейським Союзом. В інформації, що надається пресі, донорським структурам у всіх відповідних інформаційних матеріалах, офіційних повідомленнях, звітах та публікаціях потрібно вказувати, що дана діяльність проводиться за «фінансування Європейського Союзу» та належним чином розміщувати логотип Європейського Союзу (12 жовтих зірок на синьому фоні).

3. Загальні положення

Усі матеріали та публікації, призначені для широкого розповсюдження, мають погоджуватись із спеціалістом Проекту МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю, аби пересвідчитися в їхній відповідності всім вимогам.

Спеціаліст Проекту МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю, в свою чергу, здійснює всю діяльність з комунікацій та наочності в тісній взаємодії з Керівником прес-служби Програми розвитку ООН та Менеджером з комунікацій Представництва ЄС в Україні.

Подібним чином здійснюється вся комунікаційна діяльність в рамках Проекту, особливий акцент робиться на ролі ПРООН та ЄС у реалізації Проекту МРГ, досягненнях та позитивному впливі партнерства.

Основна мета проведення заходів з комунікації та наочності полягає у поширенні інформації про результати партнерства. Ці заходи мають зосереджуватися не тільки на ресурсах, а ще й на результатах діяльності та їхньому впливі.

Плануючи діяльність з наочності, необхідно брати до уваги характер залучених учасників і те, яким чином висвітлюється партнерство з ЄС при укладенні угод з декількома донорами.

Співробітники Проекту МРГ мають вживати всіх належних заходів для забезпечення дотримання усіх вимог щодо наочності і своїх функцій.

Результати звітів з наочності обговорюються під час щорічних зустрічей групи Ради проекту за участі представників ЄС та ПРООН. У разі необхідності в ході зустрічі можуть прийматися конкретні рекомендації щодо більш ефективної реалізації цих вимог.

Коли є достатньо ресурсів і це є доречним, співробітники Проекту МРГ можуть доповнювати базові елементи наочності та інформаційної і комунікаційної діяльності новими динамічними способами висвітлення підтримки ЄС та ПРООН і власне ефектів від своєї діяльності.

На додаток до різноманітних комунікаційних заходів та акцій, які проводяться співробітниками Проекту МРГ, варто зазначити, що комунікація та наочність мусять бути стратегічними і вибудовувати ширший спектр діяльності із фокусом на заходи, спрямовані на досягнення більшого впливу.

Вся діяльність з комунікації та наочності має проводитися у тісній співпраці між співробітниками центрального офісу Проекту МРГ і з Представництвом Європейського Союзу та ПРООН. В рамках Проекту МРГ ця діяльність проводитиметься у співпраці між Відділом моніторингу та зв'язків із громадськістю Проекту МРГ та обласними підрозділами з впровадження (ОПВ), громадськими організаціями й органами місцевого самоврядування та на рівні громад.

4. Забезпечення наочності

4.1. КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ДОНОРІВ: ЛОГОТИПИ, ВИЗНАЧЕННЯ ТА ДИСКЛЕЙМЕР

Логотипи

У рамках Проекту МРГ прапор ЄС та логотип ПРООН при розміщенні мають бути однакового розміру. Зміна розміру логотипів має робитися пропорційно. У друкованих матеріалах для широкого розповсюдження та їх електронних копіях (прес-релізи, різноманітні дослідження, листівки, брошури, доповіді, банери тощо) обидва логотипи повинні розміщуватися у верхніх кутах головної сторінки. Українська символіка (прапор, тризубець) має бути розміщеною в центрі (як показано на зразку нижче):



Проект фінансується
Європейським Союзом



Проект співфінансується
та впроваджується
ПРООН

Під логотипом ЄС має розміщуватися наступний підпис:
Проект фінансується Європейським Союзом

Під логотипом ПРООН має розміщуватися наступний підпис:
Проект співфінансується та впроваджується ПРООН

Оновлений варіант логотипу ПРООН має також супроводжуватися словом «Україна» (англійською – «Ukraine»), як на зразку нижче:



Проект фінансується
Європейським Союзом



Проект співфінансується
та впроваджується
ПРООН

Установи та партнери мають знати, що при відтворенні логотипів ЄС та ПРООН в графічних презентаціях вони повинні бути розміщені в заданому форматі без внесення змін чи доповнень.

Якщо комунікація стосується діяльності Проекту МРГ, фінансові установи-партнери Проекту мають розміщувати свій звичайний логотип на фірмових бланках та інших матеріалах між символікою ЄС та ПРООН, а також підписи «Проект фінансується ЄС» та «Проект співфінансується та впроваджується ПРООН». Графічна символіка ЄС та ПРООН має відтворюватися в однакових розмірах та відповідних місцях; це також стосується символіки фінансової установи-партнера.

Після затвердження регіональних/районних партнерів герб області чи району, а також логотипи сільських, міських рад, громадських організацій також можуть використовуватися в наочних матеріалах, підготовлених Проектом МРГ. У таких випадках логотипи ЄС, України та ПРООН мають розміщуватися згори сторінки (українська символіка – посередині). Що стосується інших логотипів, гербів областей (районів тощо, їх можна розміщувати згори сторінки праворуч чи ліворуч від української символіки.

Деталі використання логотипів наведені в Додатку 1 на стор. 34.

Якщо потрібно розмістити більше логотипів (сільської ради/міської ради/ГО тощо), їх можна розташувати в нижній частині сторінки, аби не перевантажувати простір згори сторінки:



Проект фінансується
Європейським Союзом

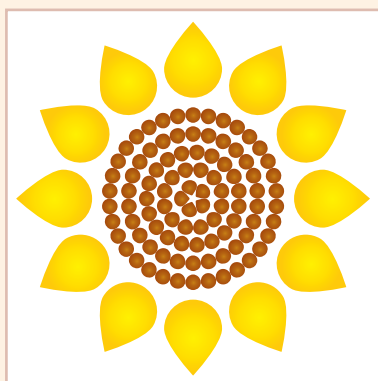


Логотип області/
району



Проект співфінансується
та впроваджується
ПРООН

[Місце для розташування логотипів інших партнерів (за потреби)]



Партнери та громади, для яких логотип Проекту МРГ «соняшник» став складовою ідентичності, можуть продовжувати використовувати його в місцевих інформаційних матеріалах, а також під час адвокаційних кампаній, які стосуються проектів місцевого розвитку, орієнтованого на громаду. Тим не менше, «соняшник» як логотип МРГ не може використовуватися у формальній комунікації, офіційних публікаціях або інших друкованих матеріалах Проекту МРГ.

Визначення та дисклеймер

Для донесення інформації про фінансування з боку Європейського Союзу, а також співфінансування і впровадження Проекту з боку ПРООН всі супутні матеріали - прес-релізи, листівки, брошури, інформаційні вісники, стенди, пам'ятні дошки, банери, промоційна продукція, фірмові бланки – мають супроводжуватися фразою: **«Проект фінансується Європейським Союзом та співфінансується і впроваджується ПРООН».**

Аби підкреслити партнерство, всі інформаційні вісники та інші матеріали мають містити стандартні визначення щодо ЄС та ПРООН.

Визначення ЄС та ПРООН

Стандартне визначення щодо ЄС:

Європейський Союз складається з 28 країн-членів, які вирішили поетапно об'єднати разом свої інновації, ресурси і долі. Спільно, протягом 50-річного періоду розширення, вони побудували зону стабільності, демократії і поступального розвитку, підтримуючи культурну різноманітність, толерантність та індивідуальні свободи.

Стандартне визначення щодо ПРООН:

Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) є глобальною мережею ООН в галузі розвитку, організацією, яка виступає за позитивні зміни та надає країнам доступ до джерел знань, досвіду та ресурсів задля допомоги людям в усьому світі будувати краще життя. ПРООН співпрацює з понад 170 країнами світу, допомагаючи їм знаходити власні шляхи розв'язання глобальних та національних проблем в галузі людського розвитку.

У письмовій комунікації, зокрема в прес-релізах, буклетах, публікаціях або електронних матеріалах потрібно розміщувати відповідні стандартні визначення щодо ЄС та ПРООН.

Наведений текст дисклеймера потрібно включати в усі публічні матеріали:

«Дана публікація була розроблена/підготовлена в рамках Проекту «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ). Відповідальність за зміст цієї публікації несуть винятково співробітники (імена партнерів авторів/втілювачів) Проекту МРГ, точка зору яких не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу або ПРООН».

4.2. ІНСТРУМЕНТИ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПРОЕКТУ МРГ

Обласні підрозділи з впровадження/ресурсні центри громад, а також співробітники центрального офісу Проекту МРГ повинні мати в розпорядженні:

- Прапори ЄС, ООН та України: 1 великого формату та 2 малого формату;
- Вивіску з логотипами ЄС, та ПРООН, розміщену на вході;
- Інформаційний стенд для розміщення друкованих матеріалів та публікацій;
- Інформаційну дошку для розміщення фотографій, анонсів тощо;
- Банери Проекту МРГ-III (1 вертикальний і 1 горизонтальний), що мають слугувати фоном під час особливих подій на кшталт церемоній відкриття, конференцій, тренінгів та семінарів; на банері обов'язково мають бути розташовані логотипи ЄС та ПРООН та, якщо доречно, повне речення: «Проект фінансується Європейським Союзом», «Проект співфінансується та впроваджується ПРООН».

Громадські організації або будь-які інші партнери, які займаються втіленням мікропроектів в рамках грантів Проекту МРГ, повинні забезпечити такі інструменти візуальної ідентичності:

- Тимчасову візуальну присутність в місцях здійснення проекту;
- Постійну візуальну присутність в місцях здійснення проекту – пам'ятні дошки (див. пояснення в Розділі 4.7.)

4.3. ПРЕДСТАВНИЦЬКА ДОКУМЕНТАЦІЯ

Фірмові бланки або шапки листів для факсів, що використовуються центральним офісом Проекту та обласними підрозділами з впровадження, мають супроводжуватися як логотипом ЄС з фразою «Проект фінансується ЄС», так і логотипом ПРООН з текстом «Проект співфінансується та впроваджується ПРООН». Офіційний шрифт Проекту МРГ – *Myriad Pro, кегль 11*.

На бланках, якими користується центральний офіс Проекту, також має розміщуватися логотип України (посередині між логотипами ЄС та ПРООН) (див. Додатки 2-3 на стор. 38-39).

На бланках, що ними користуються обласні підрозділи з впровадження для комунікації всередині регіону, можна також розміщувати логотипи окремих областей (див. Додаток 4 на стор. 40).

	COMMUNITY BASED APPROACH TO LOCAL DEVELOPMENT	
Project is financed by European Union	Oleksandr Baskov Energy and Environment Specialist	Project is implemented by UN Development Programme
Tel.: +380 (44) 584-3467 Fax: +380 (44) 584-3468 Mob.: +380 (50) 417-7371 oleksandr.baskov@undp.org.ua		20 Esplanadna Str., 7th floor, apt. 707 Kyiv, 01601, Ukraine http://cba.org.ua

	МІСЦЕВИЙ РОЗВИТОК, ОРІЄНТОВАНИЙ НА ГРОМАДУ	
Проект фінансується Європейським Союзом	Олександр Баськов Спеціаліст з енергоефективності	Проект впроваджується Програмою розвитку ООН
Tel.: +380 (44) 584-3467 Факс: +380 (44) 584-3468 Моб.: +380 (50) 417-7371 oleksandr.baskov@undp.org.ua		вул. Еспланадна, 20 7 пов., кімн. 707 Київ, 01601, Україна http://cba.org.ua

Візитна картка англійською
та українською мовами

4.4. ПРЕС-РЕЛІЗИ

Прес-релізи є надзвичайно важливим внеском у комунікаційну діяльність в рамках Проекту МРГ. Це одна з найважливіших форм письмової інформації, яку потрібно розсилати через ЗМІ.

Прес-релізи повинні супроводжуватися логотипами ЄС та ПРООН, згадкою про те, що фінансування надається ЄС, а співфінансування та впровадження забезпечується ПРООН. У прес-релізі також потрібно зазначити розмір фінансування ЄС у євро. Прес-релізи та повідомлення Проекту МРГ для ЗМІ також мають супроводжуватися стандартними заявами про ЄС та ПРООН (*детальніше див. Розділ 5 на стор. 22 та Додаток 5 на стор. 41*).

4.5. МАСОВІ ЗАХОДИ

Матеріали, що супроводжують масові та медіа-заходи - запрошення, інформаційні матеріали, порядок денний семінарів, що розповсюджуються під час подій тощо, – мають містити логотипи ЄС та ПРООН однакового розміру та яскравості.

Залежно від обставин варто скористатися можливістю і під час масових заходів розмістити наступні інформаційні матеріали:

- Банери з логотипами ЄС та ПРООН в конференц-залах, а також український логотип;
- Прапори ЄС, ООН та національний прапор України.

Організація медіа-візитів та потужних масових заходів має відбуватися в співпраці зі спеціалістом Проекту МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю. Менеджер з комунікацій Представництва ЄС в Україні та Керівник прес-служби ПРООН мають бути поінформовані, та, якщо потрібно, запрошені до участі у масових заходах та медіа-заходах Проекту МРГ через центральний офіс Проекту.



4.6. ЛИСТІВКИ, БРОШУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ВІСНИКИ

Такі публікації, як листівки, брошури та інформаційні вісники, можуть бути корисними у процесі інформування визначеної аудиторії про результати діяльності.

Всі листівки та брошури мають містити базові елементи візуальної ідентичності ЄС та ПРООН, тобто прапор ЄС та логотип ПРООН, а також логотип України, текст, деталі проекту, перелік контактних осіб, адресу, телефон, факс та електронну адресу.

Також, аби підкреслити аспект партнерства, всі інформаційні вісники Проекту МРГ та всі інші інформаційні матеріали (листівки, брошури) мають супроводжуватися стандартними визначеннями про ЄС та ПРООН (див. *Визначення ЄС та ПРООН на стор. 11*). Для більш детальної інформації ознайомтеся із Розділом 5 про комунікації.

4.7. ТИМЧАСОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПАНЕЛІ ТА ПОСТІЙНІ ПАМ'ЯТНІ ДОШКИ

Ці інструменти наочності можна віднести власне до комунікаційної діяльності, адже існує чіткий зв'язок між змістом діяльності та наочними змінами на краще у втіленні проектів. Комунікаційна діяльність також може бути направлена на роз'яснення *впливу діяльності в рамках Проекту МРГ* на покращення повсякденного життя людей: безпечний транспорт, тепліші домівки, краще викладання у школах, чистіша вода тощо. До тих сфер, де вплив діяльності особливо відчутний, варто привертати увагу ЗМІ, які могли б зробити фоторепортажі, статті і т.д.

Дії, пов'язані з інфраструктурою, які фінансуються ЄС/ПРООН, можна відзначати таким чином:

- Тимчасовими інформаційними стендами, що описують проект та діяльність в його рамках;
- Постійними пам'ятними дошками.

Тимчасові інформаційні дошки (паспорти об'єкту)

Тимчасові інформаційні дошки повинні легко читатися, аби перехожі мали змогу дізнатися про діяльність Проекту МРГ. Такі інформаційні дошки потрібно встановлювати поруч з під'їздними дорогами до місць, де відбувається діяльність, або кріпитися до стін будинків із зовнішнього боку або парканів і залишатися там від початку проекту і до 6 місяців після його завершення.

Для тих регіонів України, які знаходяться в зонах конфліктів, виключенням може бути встановлення та розміщення дощок всередині самих будівель з метою забезпечення безпеки об'єкту та збереження дошки.

Форма, розмір і масштаби дощок залежать від обсягу інформації, яку необхідно викласти, та від того, чи ця дошка є портативною, чи розташованою на постійній основі. В рамках Проекту МРГ є наступні вимоги щодо наочності:

Матеріал: банерна тканина або дошка. Перш ніж замовляти модель, потрібно визначитися з типом монтажу.

Розмір: Висота – не менше 1,5 м, ширина – не менше 1 м (відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 466 від 13 квітня 2011 р. щодо розміщення інформації про об'єкт, що будується).

Базовий дизайн тимчасової інформаційної дошки

Ключові елементи:

- **Логотипи ЄС та ПРООН** однакового розміру та яскравості. Українська символіка має розташовуватися посередині між логотипами ЄС та ПРООН. Якщо це погоджено з місцевими органами влади, у верхній центральній частині між логотипами донорів також можна розмістити місцевий/регіональний герб. Інші логотипи фінансових партнерів (сільська/міська рада/громадська організація/приватна компанія тощо) можуть розміщуватися знизу за потреби, аби не переважували простір;
- **Назва мікропроєкту** (як вона сформульована у відповідній документації) та опис роботи, яка проводитиметься;
- **Фраза:** Мікропроєкт впроваджується в рамках Проєкту МРГ, фінансується Європейським Союзом та співфінансується ПРООН, частка бюджету, надана міською радою, складає..., районними органами влади..., ГО «НАЗВА»;
- **Загальна вартість мікропроєкту та сума внесків співфінансування;**
- **Часові рамки впровадження мікропроєкту**



Проект фінансується
Європейським Союзом



Логотип області/
району



Проект співфінансується
та впроваджується
ПРООН

ПРОЕКТ ГРОМАДИ

**«Інноваційні енергоефективні заходи з вуличного освітлення.
Встановлення автономного вуличного освітлення з використанням
сонячних фотоелектричних модулів в с. Вербки Павлоградського району»**

Виконується в рамках Енергоефективного компоненту Проєкту «Місцевий розвиток,
орієнтований на громаду - III»
фінансується Європейським Союзом та співфінансується Програмою розвитку ООН, а також
громадською організацією ВСБО «Горизонти майбутнього» Павлоградського району
Дніпропетровської області

Загальна вартість проєкту – 218.510 грн.
Внески сторін: ЄС / ПРООН - 194.392 грн., Вербківська сільська благодійна організація «Горизонти
майбутнього» Павлоградського району Дніпропетровської області – 24.118 грн.

Термін виконання проєкту: 30.05.2014 року – 15.08.2014 року

[Місце для розташування логотипів інших партнерів (за потреби)]

Розміщення тимчасової інформаційної дошки

Тимчасова інформаційна дошка може розміщуватися в місці втілення проекту або в безпосередній близькості до нього таким чином, щоб її було добре видно перехожим. Ця дошка залишається там до завершення проекту.

У випадку реалізації проектом громади таких мережевих об'єктів, як мережі водопостачання, паспорт об'єкту потрібно встановлювати на великих та помітних спорудах мережі, які розміщені найближче до густонаселених частин населеного пункту. У випадку ж, коли такі споруди (водонапірні башти, насосні станції тощо) розміщені за селом, дошку необхідно встановлювати поблизу будівлі сільської ради. Так само тимчасові інформаційні панелі встановлюються на спорудах вуличного освітлення (такими спорудами можуть бути, зокрема, трансформаторні підстанції). Також для забезпечення збереження наочності іноді дозволяється розміщувати дошку на достатній висоті (наприклад, на водонапірних баштах).



За необхідності тимчасова інформаційна панель може містити такі написи: «*Проект фінансується Європейським Союзом*» разом із розташованим над ним логотипом ЄС та напис «*Проект співфінансується та впроваджується ПРООН*» з логотипом ПРООН над ним у стандартному форматі, який наводиться у *Розділі 4.1*.

Постійні пам'ятні дошки

Постійні пам'ятні дошки є ефективним засобом відзначення участі ЄС та ПРООН у зведенні або реконструкції капітальних споруд. Під час церемонії відзначення завершення будівельних робіт, які виконані в рамках діяльності Проекту МРГ, постійну пам'ятну дошку потрібно розмістити у тій частині будівлі ззовні, яка найкраще оглядається (наприклад, біля головного входу або навпроти будівлі). Логотип ПРООН

Для тих регіонів України, які знаходяться в зонах конфліктів, виключенням може бути встановлення та розміщення дощок всередині самих будівель з метою забезпечення безпеки об'єкту та збереження дошки.

потрібно розміщувати в правому верхньому кутку дошки. Український логотип має розташовуватися всередині між логотипами ЄС та ПРООН.

За необхідності постійні пам'ятні дошки мають містити такі написи: «Проект фінансується Європейським Союзом» разом із розташованим над ним логотипом ЄС та напис «Проект співфінансується та впроваджується ПРООН» з логотипом ПРООН над ним.

Розміщення постійної пам'ятної дошки

На мережевих об'єктах (наприклад, системах водопостачання) потрібно вжити заходів щодо забезпечення постійної візуальної присутності на відповідних спорудах, таких як водонапірні башти, водорозбірні вузли, насосні станції тощо. Окрім цього, елементи постійної візуальної присутності (наприклад, у формі спеціальних наліпок або невеликих табличок) мають розміщуватися на водних колонках та іншому специфічному обладнанні, що перебувають у загальному доступі.

Матеріал: пластикова або металева табличка. Перш ніж замовляти модель, потрібно визначитися з типом монтажу.

Розмір: А3 (297×420см).

Базовий дизайн постійної пам'ятної дошки

Ключові елементи:

- Логотипи ЄС та ПРООН однакового розміру та яскравості. Українська символіка має розташовуватися посередині між логотипами ЄС та ПРООН. Якщо це погоджено з місцевими органами влади, у верхній центральній частині між логотипами донорів також можна розмістити місцевий/регіональний герб. Інші логотипи фінансових партнерів (сільська/міська рада/громадська організація/приватна компанія тощо) можуть розміщуватися знизу за потреби, аби не переважували простір;
- Фраза «Мікропроект «НАЗВА» здійснено за фінансування Європейського Союзу, Програми Розвитку ООН, а також внесків з бюджету... району та ГО «НАЗВА»;
- Рік завершення мікропроекту.



Проект фінансується
Європейським Союзом



Логотип області/
району



Проект співфінансується
та впроваджується
ПРООН

ПРОЕКТ ГРОМАДИ
«Інноваційні енергоефективні заходи вуличного освітлення
с. Первомайське Глухівського району Сумської області.
Модернізація з використанням ВДЕ (енергія сонця)»

було здійснено
за кошти Європейського Союзу та Програми розвитку ООН в Україні,
Первомайської сільської ради, Громадської організації «Есмань»

село Первомайське, 2014 рік

[Місце для розташування логотипів інших партнерів (за потреби)]

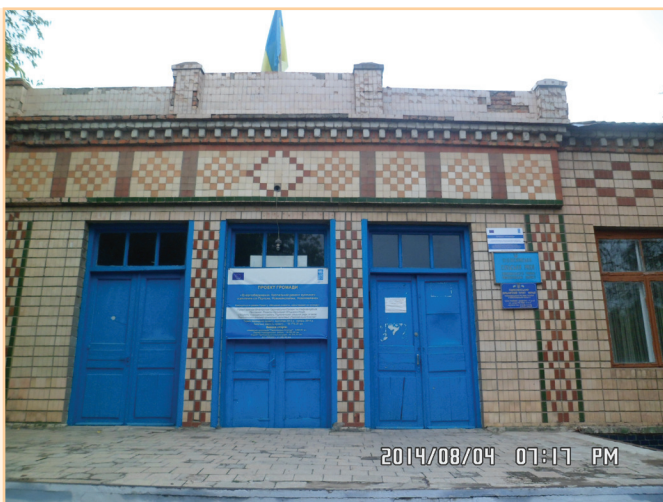
Приклад розміщення постійної пам'ятної дошки:



Правила підбору фотографій

Деякі правила підбору фотографій для звітів з наочності по траншах для обласних підрозділів впровадження (ОПВ):

- Одне зображення має демонструвати загальний план будівлі. Фотографія має демонструвати вивіску капітальної споруди (міської ради/школи/дитячого садку тощо) поруч з інформаційною дошкою Проекту.
- Друга фотографія має демонструвати детальне та чітке зображення інформаційної дошки Проекту;
- На фотографії також мають бути присутні чіткі зображення логотипів ЄС та ПРООН.



4.8. ПУБЛІКАЦІЇ

Ані Європейський Союз, ані його Представництво в Україні не несуть відповідальність за зміст будь-якого письмового матеріалу, підготовленого ПРООН та її партнерами з впровадження. Таким чином, має бути включений такий текст дисклеймера:

«Ця публікація була розроблена в рамках Проекту «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду», який фінансується Європейським Союзом та впроваджується ПРООН. Відповідальність за зміст публікації несуть винятково співробітники (імена партнерів авторів/втілювачів) Проекту МРГ, точка зору яких може не збігатися з позицією Європейського Союзу або ПРООН».

Дизайн усіх публікацій має погоджуватися із спеціалістом МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю, Відділом преси та інформації Представництва ЄС в Україні та Відділом комунікацій ПРООН.

4.9. ТРАНСПОРТ, МАТЕРІАЛИ ТА ОБЛАДНАННЯ

Будь-які транспортні засоби, що використовуються в рамках діяльності, профінансованої ЄС/ ПРООН, мають чітко вирізнятися візуальними наліпками з логотипами ЄС та ПРООН (однакового розміру та яскравості), а також фразою «Надано Європейським Союзом та Програмою розвитку ООН».

Всі предмети меблів та обладнання, придбані для центрального офісу Проекту або обласних підрозділів з впровадження, мають містити наліпки з логотипами ЄС та ПРООН та фразою «Надано Європейським Союзом та Програмою розвитку ООН» на видному місці.

У випадку забезпечення наочності на транспортному засобі чи на сільськогосподарському транспорті мають бути дотримані такі основні умови:

- не суперечити правилам дорожнього руху (не обмежувати огляд водія та не закривати державний номерний знак);
- розміщення в такому місці на транспорті, що найменше підпадає руйнуванню;
- назовні кабіни, а не всередині;
- найкраще місце для розміщення – бокові двері (у випадку причепів – на бортах). Текст має бути видимим, легко читатися та займати не більше 1/3 або 1/4 усієї площі фасадів / бокових дверей.

4.10. ПРОМОЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ

Промоційні матеріали мають вироблятися та розповсюджуватися відповідно до того, як це зазначено в плані комунікаційної діяльності МРГ. Також вони можуть вироблятися в якості допоміжних матеріалів для інформаційних та комунікаційних заходів у рамках діяльності Проекту.

Промоційні матеріали мають бути позначені логотипами ЄС та ПРООН та містити ключові фрази: «Проект фінансується Європейським Союзом», «Проект співфінансується та впроваджується ПРООН».

На тих промоційних матеріалах, де не є можливим розмістити ключові фрази, мають бути присутні як мінімум логотипи ЄС та ПРООН.

4.11. АУДІОВІЗУАЛЬНА ПРОДУКЦІЯ

Аудіовізуальні матеріали можуть бути доречними, але в той же час і дорогими у виконанні, тож варто займатися їх виробництвом тільки тоді, коли є реальний шанс поширення цих матеріалів у ЗМІ або в громадських місцях. Тим не менше, невеликі відеокліпи для демонстрації на веб-сайтах або в промоційних матеріалах виробляються доволі просто.

Що стосується таких матеріалів, підтримка ЄС та ПРООН має відзначатися через зображення логотипів ЄС та ПРООН, а також прапора України. Секція, присвячена такому відзначенню та подяці, має розташовуватися на початку або наприкінці відеоматеріалу. Обласні підрозділи з впровадження також мають упевнитися, що остаточний формат відеоматеріалу перед його подальшим поширенням узгоджено зі спеціалістом Проекту з моніторингу та зв'язків із громадськістю.

Підготовка презентації в PowerPoint

Під час підготовки ефективної презентації в *PowerPoint* для показу на масових заходах з метою висвітлення головних досягнень і методології МРГ, співробітники Проекту МРГ, його головного офісу та обласних підрозділів з впровадження можуть використовувати такі поради щодо того, як зробити презентацію професійною та привабливою для широкої аудиторії будь-якого рівня:

- Підготуйте сценарій презентації, зробіть невеликий план. Упевніться, що ваш сценарій відповідає законам хорошого оповідання: виокремте початок, середину і кінець;
- Мінімізуйте кількість слайдів. Потрібно доносити чіткий меседж;
- Ключові тези можуть розкриватися в міру наближення до них.

Використовуйте також графіки та діаграми для демонстрації вагомих досягнень Проекту МРГ. Графіка в поєднанні з даними має допомогти розповісти історію Проекту МРГ аудиторії найкращим чином;

- Аби зробити акцент на діяльності Проекту в регіоні, використовуйте найцікавіші дані;
- Розповідайте реальні випадки з діяльності Проекту МРГ у вашій презентації;
- Дотримуйтесь простоти тексту, використовуючи короткі речення. Спробуйте уникати параграфів. Деякі проєктори обрізають кути слайдів, тож довгі речення можуть обрізатися;
- Звертайте увагу на дизайн. Уникайте бажання оздобити ваші сторінки цікавими ефектами та фокусами, замість простих основ дизайну. Обирайте прості шаблони, які не ріжуть око;
- Обирайте такий стиль шрифту, аби текст було видно з найвіддаленішої точки аудиторії;
- Пишіть чорним по білому, це найлегший спосіб прочитати написане. Використовуйте яскравий контраст між фоновим кольором та кольором тексту;
- Вирівняйте текст по лівому чи правому боку – відцентрований текст важко читати;
- Уникайте безладу і перевантаженості вашої презентації. Просто напишіть заголовок, окресліть кілька ключових моментів та оздобіть декількома сильними фотографіями;
- Наприкінці презентації висвітліть очікувані результати/вплив. Варто підкреслювати тісну співпрацю між місцевими громадами та органами місцевої влади у повномасштабному впровадженні підходу, орієнтованого на громаду.

Презентація PPT має містити логотипи ЄС, ПРООН, а також прапор України всередині між ними. Логотипи мають розташовуватися у верхній частині заголовку кожного слайду. У презентації в разі потреби також можна розміщувати логотип області чи району між логотипами донорів.

Останній слайд має містити контактну інформацію координаторів Проекту МРГ у регіоні, адресу веб-сайту Проекту, а також сторінку на Facebook.

Якщо презентація, підготовлена обласним підрозділом з впровадження, демонструватиметься на масових заходах національного рівня за участі ЗМІ, вона попередньо має бути узгоджена зі спеціалістом Проекту з моніторингу та зв'язків із громадськістю.

5. Комунікація

Обласні підрозділи Проекту МРГ з впровадження мають використовувати різноманітні інструменти комунікацій для досягнення цілей Проекту. Внутрішня і зовнішня комунікація є надзвичайно важливими для досягнення результатів місцевого розвитку. Розумна комунікація розширює масштаб впливу нової політики, допомагає вкоріненню реформ управління, приваблює нових партнерів і закріплює існуючі партнерські відносини. Переконає людей переймати позитивні поведінкові зміни, які сприяють людському розвитку. Ефективна комунікація також потужно впливає на мобілізацію ресурсів та реалізацію проекту.

5.1. ПРЕС-РЕЛІЗИ

Прес-реліз має бути датований у верхній частині, де також має бути вказівка щодо того, коли інформацію можна поширювати. Прес-реліз Проекту МРГ повинен містити: заголовок, вступну частину – лід-параграф, ключові важливі факти, основну частину, та, як мінімум, 2 цитати.

Прес-реліз або інформація для ЗМІ Проекту МРГ повинні також містити:

- Загальну інформацію про Проект МРГ-III;
- Інформацію про впровадження Проекту МРГ в регіоні;
- Адреси веб-сайтів Проекту (основного та регіонального);
- Стандартні визначення щодо ЄС та ПРООН.

Наприкінці прес-релізу мають зазначатися дані про регіональних представників МРГ (адреса офісу, імена та прізвища, контактні телефони, емейли), а також інформацію про контактну особу з центрального офісу Проекту МРГ (спеціаліст Проекту МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю).

Прес-релізи, що розповсюджуються на регіональному рівні, мають узгоджуватися зі спеціалістом Проекту МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю. Прес-реліз потрібно надсилати спеціалісту Проекту МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю щонайменше за 5 днів до заходу.

Якщо планується прес-конференція за участі співробітника Представництва ЄС в Україні, його/її ім'я має згадуватися у прес-релізі.

Відділ преси та інформації Представництва ЄС в Україні та Відділ комунікацій ПРООН мають бути поінформовані, коли центральний офіс Проекту МРГ випускає прес-реліз на національному рівні.

Погоджений шаблон (Додаток 5, стор. 41) потрібно використовувати завжди, як випускається прес-реліз або інформація для ЗМІ.

5.2. СПІВПРАЦЯ З ОБЛАСНИМИ/РАЙОННИМИ/МІСЦЕВИМИ ЗМІ

Координатори на місцях мають продовжувати розвивати подальше партнерство зі ЗМІ на місцевому рівні в рамках Проекту МРГ-III, використовуючи такі способи:

- Розширення регіонального медійного покриття;
- Оновлення медіа-бази обласних / районних ЗМІ;
- Забезпечення регулярного моніторингу регіональних ЗМІ;
- Підтримка контактів з періодичними виданнями та телекомпаніями в регіонах;
- Спільна робота зі ЗМІ над висвітленням впливу діяльності МРГ.

З цією метою обласні підрозділи з впровадження мають продовжувати розвивати тісну співпрацю з контактними особами в обласних державних адміністраціях та обласних радах, а також співпрацювати з прес-службами та інформаційними відділами обласної/районної влади.

Координатори Проекту МРГ також можуть співпрацювати з обласними/районними державними органами, використовуючи їхні бази контактів ЗМІ. Таким чином обласні підрозділи з впровадження матимуть можливість ознайомитися з цими медіа-базами та обрати представників тих ЗМІ, які найбільш цікаві для висвітлення Проекту МРГ. Такі ЗМІ повинні мати безпосередній доступ до цільової аудиторії МРГ та розкривати підхід і методологію МРГ для більшості людей, поширюючи інформацію про результати діяльності МРГ у регіонах.

Обласні підрозділи з впровадження можуть також самостійно створювати і наповнювати бази контактів регіональних/місцевих ЗМІ. В цьому випадку такі бази повинні містити таку інформацію:

- Назви ЗМІ, в яких працюють журналісти;
- Види ЗМІ: друковані медіа (газети), онлайн ресурси, електронні ЗМІ (радіо, ТБ);
- Типи ЗМІ: соціальні, політичні, бізнесові, спеціалізовані тощо;
- Адресу, телефони та факс офісів видавців, веб-сайти, емейли;
- Імена журналістів, які спеціалізуються на темі, їхні робочі та мобільні телефони, факси, емейли.

Обласні підрозділи з впровадження можуть розвивати/оновлювати їхні бази даних ключових регіональних ЗМІ, які можуть бути важливими для Проекту МРГ. Координатори Проекту можуть обирати ті ЗМІ, які є найбільш ефективними в поширенні інформації про найважливіші досягнення Проекту МРГ та результати впровадження Проекту в регіонах. Ці ЗМІ повинні мати безпосередній доступ до цільової аудиторії МРГ та розкривати підхід і методологію МРГ більшості людей.

5.3. МОНІТОРИНГ ВИКОНАННЯ

Моніторинг виконання з боку обласних підрозділів впровадження включає:

- Медіа-моніторинг масових/медійних подій в регіоні;
- Збирання матеріалів у пресі та посилань на електронні видання для підготовки медіа-звітів;
- За можливості, запис відеоматеріалів з ТБ, що покривають заходи;
- Аналіз підсумків та обговорення результатів з Відділом моніторингу та комунікацій Проекту МРГ.

Координатори Проекту в регіонах мають готувати відповідний моніторинг регіональних медіа та, як мінімум, раз на місяць надсилати його у Відділ моніторингу та зв'язків із громадськістю Проекту МРГ для забезпечення ефективної циркуляції інформації на регулярній основі.

5.4. ІНТЕРВ'Ю

Існують такі обмеження в процесі спілкування зі ЗМІ:

- Говорити тільки в межах власної компетентності та відповідальності;
- Наводити факти з діяльності Проекту МРГ, а не власні думки або коментарі;
- Уникати делікатних питань.

Загалом представникам обласних центрів впровадження та співробітникам центрального офісу Проекту рекомендується спілкуватися зі ЗМІ тільки після консультації з Відділом моніторингу та зв'язків із громадськістю Проекту МРГ, яка має відбуватися заздалегідь.

Представники обласних підрозділів з впровадження можуть давати інтерв'ю на рівні області чи району щодо проведення діяльності МРГ в їх регіонах. Усі координатори Проекту МРГ можуть говорити тільки

Під час підготовки будь-яких публікацій в пресі або Інтернет-виданнях координатори Проекту МРГ в регіонах мають переконатися, що в матеріалах однаково відображено підтримку як з боку Європейського Союзу, так і з боку Програми розвитку ООН, а також правильно вказано назву самого Проекту:

Спільний Проект ЄС/ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ)

на теми, пов'язані з діяльністю Проекту МРГ, наводячи фактичну інформацію та статистику про свої регіони, але не висловлювати думок та оцінок. Співробітники ОПВ не можуть говорити на теми, що вважаються делікатними, на національному рівні, коментувати політичну ситуацію тощо. Якщо ви маєте будь-які питання або сумніви з цього приводу, проконсультуйтеся з Відділом моніторингу та зв'язків із громадськістю Проекту МРГ.

Співробітники центрального офісу Проекту через інтерв'ю мають представляти погляди і позицію ПРООН. Тільки менеджмент головного офісу МРГ у Києві може давати інтерв'ю на національному рівні.

5.5. ФОТОГРАФІЇ ТА ВІДБІР ЗОБРАЖЕНЬ

Потрібно робити фотографії, що зображують всі прояви діяльності, адже вони документують прогрес діяльності та дотичні заходи; ці фотографії в подальшому можуть бути використані в інформаційних та комунікаційних матеріалах. Зображення також мають ілюструвати розвиток діяльності в рамках Проекту.

Варто обирати ті фотографії, що найкраще відображають вплив діяльності Проекту МРГ, її контекст, в той же час, вони мають логічно супроводжувати будь-яку письмову інформацію про цю діяльність. Як і в письмових матеріалах, люди, залучені до діяльності, мають бути в центрі уваги на фотографіях.

5.6. ВІЗИТИ ПРЕДСТАВНИКІВ ЗМІ

Журналісти будуть раді відвідати місця здійснення проекту, адже для них це можливість зробити реалістичні сюжети, що викликають інтерес у аудиторії. Можливо, вони захочуть зобразити цілісний вплив МРГ в регіоні. МРГ такі відвідування приносять короткострокові вигоди у вигляді інформаційного покриття. Довгострокові вигоди прийдуть через зміцнення зв'язків з журналістами та їхню більшу обізнаність з роботою МРГ.

Візити груп журналістів можуть бути джерелом додаткових зв'язків та можливостей візуальної присутності. Регіональні представники МРГ можуть організовувати медіа-візити та прес-тури для демонстрації впливу діяльності Проекту МРГ у відповідних громадах. Але подібні візити мають бути своєчасними та зосередженими на реальних досягненнях.

Координатори МРГ мають відвідати місце здійснення проекту до приїзду журналістів та перевірити все, що стосується наочності: логотипи ЄС та ПРООН, інформаційні стенди тощо. Потрібно представити ЗМІ чіткий меседж про впровадження МРГ в регіоні, а також надати основні факти та цифри. Деякі поради для цього:

- Затвердити чіткий маршрут;
- Звернути увагу на особисті історії журналістів та їхню професійну репутацію щодо відповідальності та етичності;
- Підготувати детальний порядок денний і прес-кіт зі зведеними даними про роботу МРГ в області;
- Подбати про логістику: транспорт, поселення тощо;
- Починати візит з брифінгу про МРГ.

План візиту ЗМІ має бути погоджений заздалегідь зі спеціалістом МРГ з моніторингу та зв'язків із громадськістю. Відділ преси та інформації Представництва ЄС в Україні та Відділ комунікацій ПРООН мають бути повідомлені, якщо планується візит національного рівня.

В процесі організації візиту ЗМІ може бути підготовлений спеціальний прес-кіт для ЗМІ. До нього мають входити:

- Детальний порядок денний;
- Коротка інформація по темі візиту ЗМІ.

5.7. ЛИСТІВКИ, БРОШУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ВІСНИКИ

Дані типи публікацій завжди потрібно адаптувати до бажаної аудиторії, головний фокус має бути зроблений на запланованих результатах діяльності. Тексти повинні бути короткими та простими, фотографії можуть використовуватися там, де потрібна ілюстрація діяльності та її контексту. За можливості на фотографіях мають передусім бути зображені люди, залучені до діяльності, а не фотографії засідань із семінарів, круглих столів тощо. Загалом усі друковані матеріали повинні також мати електронну версію, яку можна пересилати електронною поштою та розміщувати на веб-сайті.

Листівки повинні надавати основну інформацію та адресу (наприклад, поштову або веб-сайт), де можна знайти більш детальну інформацію.

Листівки також можуть містити короткі описи реалізації проекту МРГ в регіоні з переліком ключових фактів на початку.

Загальна структура листівки може містити:

- Основну інформацію про МРГ в регіоні;
- Короткий опис впровадження МРГ в регіоні;
- Ключові факти та цифри;
- Історію впровадження Проекту МРГ в регіоні, ключові цілі та завдання;
- Результати попередньої роботи;
- Контактну інформацію та адреси в області.

Брошури відрізняються від листівок більшою докладністю; вони підкреслюють загальний контекст, можуть містити інтерв'ю із зацікавленими сторонами, грантоотримувачами тощо. Зазвичай, листівки та брошури друкуються командою центрального офісу Проекту.

Інформаційні вісники мають регулярний характер та можуть готуватися задля інформування про власне процес діяльності. Це корисний метод поширення інформації про проекти, тренінги тощо, про те, де результати можуть стати відчутні тільки з плином часу.

В залежності від спроможності ОПВ та центрального офісу Проекту, а також наявності бюджетного ресурсу, інформаційні вісники можуть поширюватися через відповідні списки розсилки, та/або можуть надсилатися в електронному вигляді за електронним списком розсилок; також вони можуть розміщуватися на веб-сайті. Для друкованих матеріалів варто передбачити можливості поширення їх поштою (через списки поштових розсилок).

ОПВ створюють інформаційні вісники у відповідному усталеному форматі. Інформаційний вісник має містити такі елементи:

- Рік видання;
- Номер випуску на початку;
- Зміст;
- Контактну інформацію наприкінці.

Якщо координатори проекту МРГ мають бажання підготувати видання листівки/брошури, макет має затверджуватись з Відділом моніторингу та зв'язків із громадськістю до публікації.

Шаблон інформаційного вісника див. у Додатку 6 на стор. 43.

5.8. ДОКУМЕНТУВАННЯ ДОСВІДУ ПРОЕКТУ МРГ

Документування досвіду, отриманого в процесі здійснення Проекту МРГ в області, є дуже корисним, адже може використовуватися в майбутньому. В цьому контексті важливо ввести практику документування досвіду в кожному регіоні через друковані публікації про впровадження ініціатив на рівні громади, а також через відеодокументацію.

Загальна структура документування регіонального досвіду може бути такою:

- Резюме проекту;
- Передумови та вступ;
- Завдання;
- Огляд досвіду в регіоні;
- Оцінка перспектив;
- Посилення потенціалу управління із широким залученням громадян;
- Результати/вплив;
- Критична оцінка;
- Список таблиць;
- Додатки.

Публікації регіонального досвіду

Є декілька варіантів, яким чином можна представити документування регіонального досвіду Проекту МРГ в публікаціях, використовуючи загальний огляд діяльності, а також тематичні випадки. Досвідну документацію можна представити, використовуючи такі інструменти:

- Представлення окремих тематичних випадків;
- Зведена доповідь;
- Дослідницький звіт;
- Коротке дослідження.

Основна мета таких публікацій – документування процесу впровадження МРГ в регіоні, підвищення рівня обізнаності серед зацікавлених сторін щодо підходів МРГ, а також визначення напрямків впливу співпраці між місцевими громадами та органами місцевої влади в рамках МРГ.

Подібний вид звіту має бути самостійним результатом роботи окремого регіону, який би демонстрував індивідуальний регіональний досвід.

Над матеріалом має працювати спеціально створена команда фахівців. Координатори МРГ мають бути модераторами цього процесу.

Публікація має складатися з 20-25 сторінок (Times New Roman, 12), включно зі змістом, передмовою, історіями/таблицями, графіками, фотографіями.

Публікація має містити лише логотип області на обкладинці. Логотипи ЄС та ПРООН мають розміщуватися на іншій сторінці разом із текстом дисклеймера:

«Ця публікація була розроблена в рамках Проекту «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ). Відповідальність за зміст публікації несуть винятково її автори, точка зору яких не обов'язково є відображенням позиції Європейського Союзу або ПРООН».

Така публікація має містити контактну інформацію обласних/районних органів державної влади, а також адреси веб-сайтів Проекту МРГ.

Запропонована структура публікації (може змінюватися або оновлюватися кожною областю окремо, враховуючи індивідуальні особливості впровадження Проекту МРГ):

- Звернення від керівництва області, висловлення думки керівництва щодо втілення громадських ініціатив у регіоні;
- Передумова – головна мета проекту;
- Втілення МРГ у регіоні – основні напрямки діяльності МРГ. Демонстрація самоорганізації громад та їхньої мобілізації.
- Спільне прийняття рішень. Найважливіші практики партнерства.
- Розвиток громад. Організація громад для колективної дії.
- Спільне планування знизу-догори із широким залученням сторін – як застосовувати;
- Впровадження мікропроектів;
- Історії успіху – розповіді про людей, які в результаті впровадження проекту змінили своє життя на краще;
- Структуровані інтерв'ю – з людьми, якість життя яких покращилася внаслідок втілення проекту (показати реальні історії, від першої особи);
- Моніторинг ЗМІ – успішні результати;
- Засвоєні уроки.

Відеодокументування

Відео – потужний інструмент для привернення уваги цільової аудиторії до теми у найкоротший термін. Таким чином, мета створення відео полягає у підвищенні обізнаності серед регіональних зацікавлених сторін стосовно методології МРГ, а також у документуванні процесу впровадження МРГ в регіоні аудіовізуальними комунікаційними засобами. Відео має демонструвати головні досягнення МРГ та його завдання; результат/вплив впровадження МРГ, а також містити майбутній огляд засвоєних уроків.

Відео може містити одну загальну тему МРГ, або включати різноманітну тематику, яка б демонструвала обсяг роботи. Зробити документальний фільм – це професійний виклик, тому що через нього потрібно успішно передати певній аудиторії великий обсяг інформації в найкоротший термін. Все частіше Проект МРГ використовує відео для ілюстрації впливу проекту на проблеми і життя людей. Поширення онлайн відеоресурсів на кшталт YouTube надало МРГ чудову можливість охопити нову аудиторію та поширювати інформацію про історії успіху Проекту та власне процес діяльності. Крім цього, такі відео набагато простіше і дешевше знімати. Загалом подальші кроки здійснюються командою, відповідальною за зйомку документального фільму. Тим не менше, про них необхідно знати МРГ (*про детальні кроки підготовки та зйомки документального фільму – див. у Додатку 8 на стор. 44*).

Перед остаточним затвердженням і опублікуванням відео, підготованого ОПВ, потрібно попередньо його узгодити з Відділом моніторингу та зв'язків із громадськістю Проекту МРГ.

5.9. РОБОТА ІЗ СОЦІАЛЬНИМИ МЕДІА

(Підготовлено: Тетяна Шебуренкова, асистент Проекту МРГ з комунікацій)

Мета роботи у соціальних медіа – підвищити обізнаність про мету та діяльність Проекту МРГ та його партнерів. Використовуючи соціальні медіа, варто надавати своїй аудиторії інтерактивні історії в реальному часі.

Facebook

Facebook наразі є найсильнішою соціальною платформою ПРООН з точки зору як аудиторії, так і її залучення. Зважаючи на високий рівень утримування сторінки на 97% та глобальне охоплення, на Facebook первинні редакторські матеріали мають розміщуватися в першу чергу. Пости Facebook мають також містити прямі посилання на сайт Проекту з ґрунтовнішою інформацією про Проект МРГ. Facebook дозволяє прикріплювати фотографії та відео до постів і робити їх більш інтерактивними.

Поради щодо користування Facebook див. у Додатку 9 на стор. 46.



Координатори Проекту МРГ мають право публікувати на сторінці МРГ у Facebook те, що безпосередньо стосується діяльності Проекту. Не можна публікувати контр-продуктивні матеріали на сенситивні теми, які стосуються політичних новин в країні тощо.

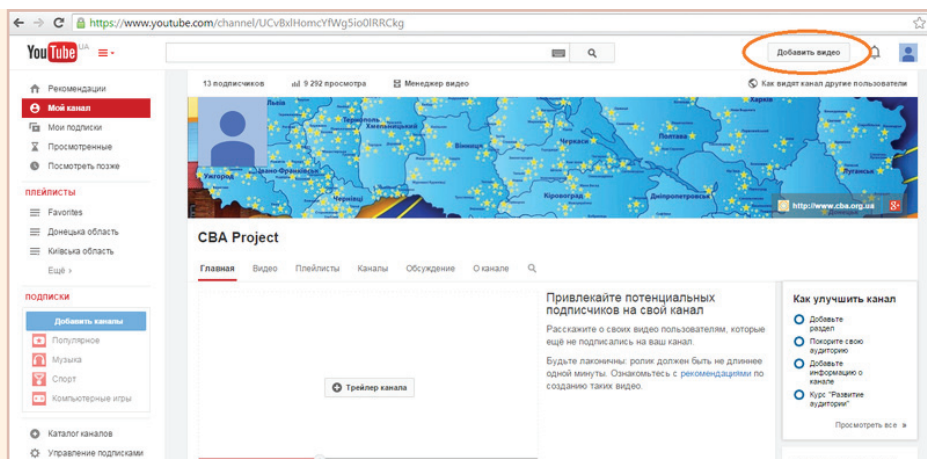
У разі необхідності рекомендації із написання постів у Facebook зв'яжіться з командою відділу МРГ з моніторингу та комунікацій.

YouTube

YouTube - це друга пошукова система в Інтернеті, ефективний канал для представлення в медіа просторі, перетворення абстрактних тем у зрозумілий візуальний контент. Ця гуманізація контенту створює більш привабливі зв'язки та заохочує повторні візити користувачів. Відео YouTube легко прикріплюються до блогів та можуть поширюватися у соціальних мережах, заохочуючи передачу контенту.

Канал YouTube Проекту МРГ: <http://www.youtube.com/cbaorgua>

Поради щодо того, як користуватися YouTube, див. у Додатку 9, стор. 47.

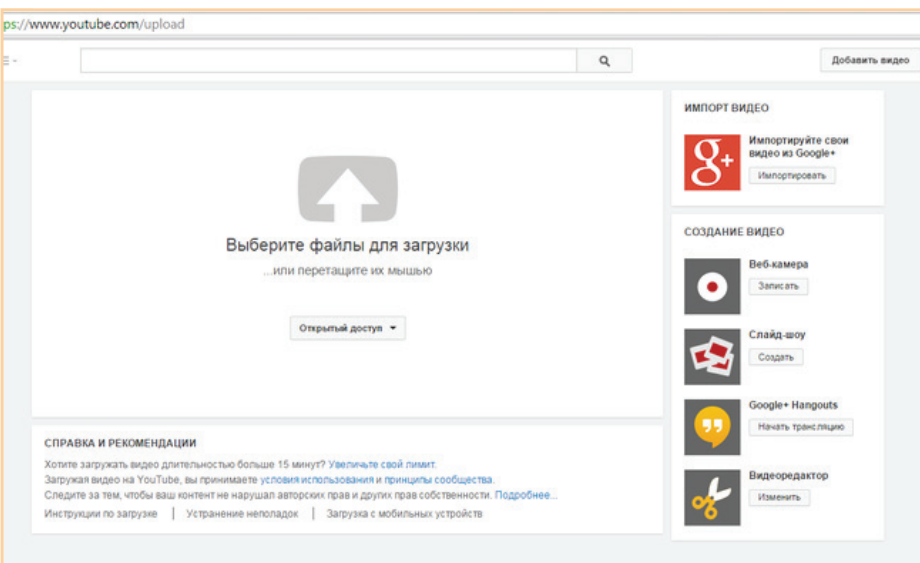


Як завантажувати відео:

- Зареєструйте акаунт Проекту МРГ на YouTube. Логін: sbaorgua@gmail.com; пароль: esplanadna
- Натисніть кнопку «Додати відео» для завантаження ваших матеріалів.
- Поки відео завантажується, ви можете редагувати його назву та написати короткий опис.
- Щойно відео завантажиться, натисніть кнопку «Опублікувати».

Координатори Проекту МРГ мають право опубліковувати на каналі МРГ в YouTube лише ті відео, які стосуються діяльності Проекту МРГ. Не дозволяється публікувати контрпродуктивні відео на сенситивні теми, які стосуються політичних новин в країні тощо.

У разі необхідності рекомендації із завантаження відео на YouTube зв'яжіться з командою відділу МРГ з моніторингу та комунікацій.

**Загальні рекомендації з використання соціальних медіа****Будьте гарним послом**

Завжди пам'ятайте, що ваша поведінка та висловлені думки відображаються на іміджі Проекту.

Будьте достойними довіри

Будьте точними, справедливими, ретельними і прозорими. Заохочуйте конструктивну критику та обговорення. Не коментуйте чутки. Якщо ви

не маєте впевненості у фактах, відмовляйтесь від коментарів. Не ризикуйте поширювати дезінформацію. Тонкі натяки або неявні заперечення також вважаються коментарями.

Додавайте значимості

Не соромтеся ділитися або обговорювати ваш професійний досвід. Послугуйте здоровим глуздом щодо внутрішньої або конфіденційної інформації. Пишіть про те, що вам відомо, за умови, що ваші висловлювання не шкодять іміджу ПРООН.

Поширюйте існуючі матеріали про ООН та діліться ними в Інтернеті

Почувайтесь вільно у поширенні посилань на онлайн - інформацію про діяльність ПРООН, відео на каналі ООН в Youtube та сайті веб-трансляцій ООН, на новини та радіопроекти ООН, на Інтернет-сторінки про роботу організацій системи ООН тощо.

Соціальні медіа – це розмова

Розмовляйте зі своїми читачами так, як би ви розмовляли із реальними людьми в професійних ситуаціях. Іншими словами, використовуйте просту мову. Не бійтеся привнести вашу особистість у написані тексти. Заохочуйте коментарі та дискусії.

Поважайте внутрішні правила

Це стосується законодавства про товарні знаки та авторські права, а також інших правил. Якщо ви цитуєте чи прямо посилаєтесь на чийсь роботу, наведіть ваші ресурси та вкажіть авторство. Уникайте більш як одного цитування роботи, яка написана не вами. Звинувачення в плагіаті є серйозною справою, і в даному випадку краще проявити надмірну обережність та не залишити жодного простору для критики. Це правило також стосується зображень та відео.

Будьте особливо обережними у кризові часи

У той час, коли певна світова або національна подія набуває обертів і привертає до себе зростаючу увагу ООН, варто працювати із соціальними медіа із надзвичайною обережністю. Намагайтесь стримувати вашу емоційність, коли це найбільш важко зробити.

Додатки

Додаток 1. Логотипи ЄС та ПРООН

Логотип ЄС

Згідно із статтею 11 Рамкової угоди з фінансових і адміністративних питань між ЄК та ООН, «розмір і значимість відзнаки та логотипу Європейського Союзу мають виглядати таким чином, аби не створювати плутанини стосовно розпізнання Діяльності як діяльності ООН, права власності на обладнання та витратних матеріалів ООН, та застосування привілеїв та імунітетів щодо Діяльності ООН».

Незалежно від розміру, мети діяльності, логотип ЄС в рамках Проекту МРГ має розташовуватися на видному місці, як вказано у цьому посібнику щодо всіх матеріалів, що їх виробляє підрядник або виконавець.



Електронний шаблон можна завантажити за наступним посиланням:

http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download_en.htm

Логотип ЄС є найважливішим елементом європейської візуальної ідентичності. З цієї причини були розроблені конкретні вказівки, щоби забезпечити точне використання і відтворення.

Опис символу

На тлі блакитного неба дванадцять золотих зірок утворюють коло, що представляє собою союз народів Європи. Кількість зірок фіксується, адже число дванадцять є символом досконалості і єдності.

Геральдичний опис

На лазуровому полі - коло з дванадцяти п'ятикутних зірок, їх кути не торкаються один одного.

Геометричний опис

Прапор ЄС має форму синього прямокутного прапора, довжина котрого у півтори рази перевищує ширину. 12 зірок, розташованих на рівній одна від одної відстані, створюють не окреслене коло, центр якого є точкою перетину діагоналей прямокутника. Радіус кола дорівнює одній третині ширини прапора. Кожна із зірок має п'ять кутів, які своїми кутами утворюють невизначене коло, радіус котрого рівний одній вісімнадцятій висоти підняття прапора. Всі зірки знаходяться у вертикальному положенні, тобто, з одним кутом по вертикалі, спрямованим вгору, та двома кутами на прямій лінії під прямим кутом щодо щогли.

Коло розташоване таким чином, що зірки знаходяться в положенні годин на годиннику. Їх кількість є незмінною.

Кольори

Прапор ЄС має наступні офіційні кольори: PANTONE REFLEX BLUE - для поверхні прямокутника. PANTONE PROCESS YELLOW - для зірок.

Співробітники МРГ повинні, до подальшого повідомлення, використовувати кольори PANTONE REFLEX BLUE та PANTONE PROCESS YELLOW.

Логотип має використовуватися у наступних кольорах:

- PANTONE REFLEX BLUE - для поверхні прямокутника;
- PANTONE YELLOW – для зірок.

Кольори PANTONE є широко розповсюдженими і доступними навіть для непрофесіоналів.

Чотирьохкольоровий процес

Якщо використовується чотирьохкольоровий процес, неможливо використовувати два стандартні кольори. А, отже, потрібно їх відтворити за допомогою чотирьох кольорів. Колір PANTONE YELLOW досягається використанням 100% PROCESS YELLOW. Змішуючи 100% PROCESS CYAN із 80% PROCESS MAGENTA, можна отримати колір, максимально подібний до PANTONE REFLEX BLUE.

Інтернет

PANTONE REFLEX BLUE відповідає в інтернет-палітрі RGB:0/51/153 (шістнадцятковий: 003399), а PANTONE YELLOW відповідає в інтернет-палітрі кольору RGB:255/204/0 (шістнадцятковий: FFCC00).

Фони

Прапор ЄС варто друкувати на білому фоні. Потрібно уникати різнокольорових фонів, особливо з використанням кольору, який конфліктує з синім. Якщо різнокольорового фону неможливо уникнути, потрібно використовувати білий контур товщиною, рівною 1/25-й висоти прямокутника.

Монохромний процес відтворення

Якщо доступний тільки чорний колір, зафарбуйте прямокутник чорним і роздрукуйте зірки у чорно-білому варіанті.

Якщо доступний тільки синій колір (звичайно, це має бути колір Reflex Blue), використовуйте 100% його із зірками, відтвореними у негативному білому кольорі на 100% синьому полі.



Логотип ПРООН



Україна

Логотип ПРООН має розташовуватися у верхньому правому куті обкладинок всіх друкованих публікацій: інформаційних розсилок, доповідей, книг, брошур, плакатів, листівок, флайерів та інформаційних панелей. Логотип складений з «блоків», це не є «оформлений хрест». «Блоки», які вибудовують літери абрєвіатури, разом із добре відомою емблемою ООН, підказують, які різні частини ПРООН формують одну всесвітню організацію, що підтримує цінності ООН.

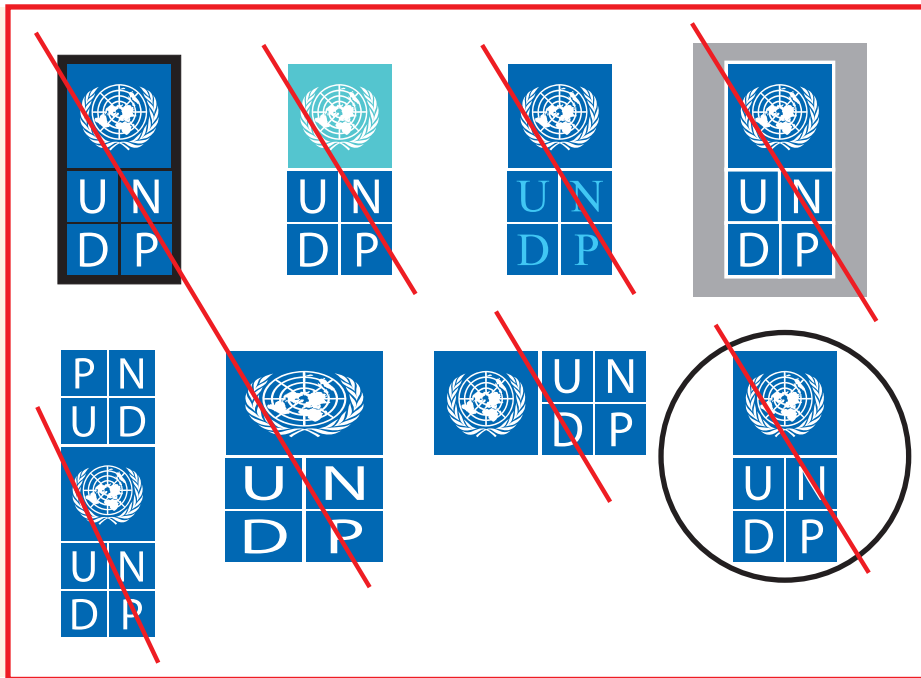
Оновлений варіант логотипу ПРООН мусить також містити знизу слово «Україна».

Логотип не можна ніяким чином змінювати. Будь ласка, користуйтеся оригінальною копією. Якщо вам потрібний офіційний логотип, ви можете звернутися до спеціалісту Проекту МРГ з моніторингу та оцінки. Будь ласка, зверніть увагу на те, що блакитний на

логотипі ПРООН – це колір Pantone PMS (Pantone Matching System) 293. Для процесу друкування це колір C100 M57 Y0 K2.

Приклади неправильного відтворення логотипів

Не використовуйте чорний контур; не змінюйте колір; не намагайтеся перемальовувати логотип та використовувати інший кегль; не використовуйте білий (або будь-якого іншого кольору) контур. Не використовуйте одночасно обидва скорочення; не розтягуйте зображення; не змінюйте розташування логотипу у просторі; не вставляйте логотипу коло або будь-яку іншу фігуру.



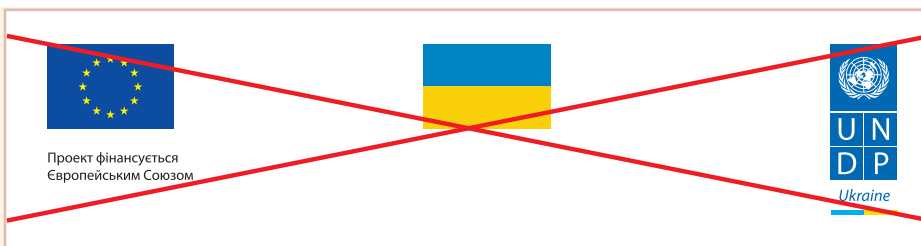
Нанесення логотипу також вимагає особливого контролю. Існують спеціальні правила нанесення, вписані в Графічний стандартх ПРООН щодо нанесення зображень на канцелярські товари, конверти, книжкові обкладинки, банери тощо. Щоби уникнути неправильного нанесення, ці вказівки мають бути передані графічним дизайнерам, які працюють із Проектом МРГ.

Розташування логотипів ЄС та ПРООН на тимчасових інформаційних стендах і постійних пам'ятних дошках

За необхідності тимчасові інформаційні стенди та постійні пам'ятні дошки можуть супроводжуватися підписом «Проект фінансується Європейським Союзом» разом із логотипом ЄС, розташованим над підписом, а також «Проект співфінансується та впроваджується ПРООН», із логотипом, розташованим над підписом.

Якщо ми використовуємо супроводжувальний підпис під логотипом, цей підпис має бути розміщений під двома логотипами, ЄС і ПРООН! Некоректним є розміщувати підпис тільки під логотипом ЄС.

У цьому прикладі підписом супроводжується тільки логотип ЄС. В подібних випадках логотип ПРООН також має супроводжуватися підписом.



Додаток 2. Шаблон листа МРГ для центрального офісу Проекту (українська версія)



Проект фінансується
Європейським Союзом

«Місцевий розвиток, орієнтований на громаду-III»



Проект співфінансується та
впроваджується ПРООН

СВА/CDU1/2014

(Дата листа)

Шановний!

[Тема]

Перемістіть курсор над кожною секцією і натисніть для введення тексту або натисніть на стрілку випадаючого меню.

Даний зразок листа є рекомендованим форматом ділового листування.

Тіло листа починається на один рядок нижче вітання, використовуються стандартні інтервали між рядками з одинарним інтервалом після абзацу. Кожний абзац починається з відступу.

Для тексту використовується шрифт Mugiad, розмір - 11. Максимальна довжина рядка не повинна перевищувати виділений простір у зразку.

Двохстрочний інтервал має відокремлювати тіло листа від ввічливого прощання, та три інтервали - від імені відправника та посади.

Увага! Якщо розмір листа перевищує одну сторінку, блок адресата має бути на першій сторінці та текст листа продовжується на другій сторінці.

Блок " - / 2" позначає продовження листа.

З повагою,

Міжнародний Менеджер
Проекту

Додаток: (кількість сторінок)

Додаток 3. Шаблон листа МРГ для центрального офісу Проекту (англійська версія)



Project is financed by
the European Union



Project is co-financed and
implemented by UNDP

CBA/.../2014

1 September 2014

Subject

Dear Mr.,

Move cursor over each section and click to enter text or hit arrow for a drop-down menu.

This A4 letter form is the recommended typing format for all correspondence and is an integral part of the letterhead design.

The body of the letter begins one line space below the salutation, using regular spacing between lines and one line space between paragraphs. There are indentations at the beginning of each paragraph.

11 point Myriad font should be used for the body text. The maximum line length should not exceed the allotted space in the form.

A two-line space separates the **body of the letter** from the **complimentary close**, with three spaces to the name of the sender and the title.

Attention! When the letter needs to be extended over one page, remember to place the address block on the first page and continue the text on the second page.

Place “ -/2” indicating continuation of the letter.

Sincerely Yours,

International Project Manager

Mr.
Title of Addressee
Name of Organization

Enclosures: (on ... pages)

Додаток 4. Шаблон листа МРГ для ОПВ (українська версія)



Проект фінансується
Європейським Союзом



Проект співфінансується та
впроваджується ПРООН

CBA/CDU1/2014

(Дата листа)

Шановний!

[Тема]

Даний зразок листа є рекомендованим форматом ділового листування.

Тіло листа починається на один рядок нижче вітання, використовуються стандартні інтервали між рядками з одинарним інтервалом після абзацу. Кожний абзац починається з відступу.

Для тексту використовується шрифт Myriad, розмір - 11. Максимальна довжина рядка не повинна перевищувати виділений простір у зразку.

Двохстрочний інтервал має відокремлювати тіло листа від ввічливого прощання, та три інтервали - від імені відправника та посади.

Увага! Якщо розмір листа перевищує одну сторінку, блок адресата має бути на першій сторінці та текст листа продовжується на другій сторінці.

Блок "- / 2" позначає продовження листа.

З повагою,

Міжнародний Менеджер
Проекту

Додаток: (кількість сторінок)

Додаток 5. Шаблон прес-релізу



Проект фінансується
Європейським Союзом

Спільний Проект ЄС/ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду – III»



Проект співфінансується та
впроваджується ПРООН

ПРЕС-РЕЛІЗ

Заголовок

Область / Місто, число / місяць 2014 року – ЛІД-АБЗАЦ (ОСНОВНА ЧАСТИНА ПОВІДОМЛЕННЯ)

Текст прес-релізу

Текст прес-релізу

Текст прес-релізу

Загальна інформація про МРГ-3. Під час третьої фази Проект МРГ надаватиме підтримку обласним та місцевим органам влади щодо поширення кращих практик та досвіду із спільного планування та подальшого поширення підходу, орієнтованого на громаду, в.....області (*вказати область*). Діяльність Проекту МРГ буде спрямовано на відновлення базової соціальної та комунальної інфраструктури в таких пріоритетних сферах діяльності громад, як енергоефективність, охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, водопостачання спільно з розвитком малого аграрного бізнесу. Проект надаватиме підтримку Уряду України у впровадженні реформ з децентралізації та поширенні інноваційних підходів щодо спільного планування та сприяння сталому соціально-економічному розвитку на місцевому рівні через центри управління знаннями та впровадження курсу в навчальні програми двадцяти університетів.

Параграф, що демонструє співфінансування. Третя фаза Проекту МРГ впроваджуватиметься протягом 2014-2018 років із загальним бюджетом 23.8 млн. євро, наданих Європейським Союзом (23 млн. євро) та ПРООН (800,000 євро). Мета Проекту - сприяння сталому соціально-економічному розвитку на місцевому рівні шляхом зміцнення спільного управління та заохочення громадських ініціатив по всій Україні.

Проект фінансується Європейським Союзом

Європейський Союз складається з 28 країн-членів, які вирішили поетапно об'єднати разом свої інновації, ресурси і долі. Спільно, протягом 50-річного періоду розширення, вони побудували зону стабільності, демократії і поступального розвитку, підтримуючи культурну різноманітність, толерантність та індивідуальні свободи.

Проект співфінансується та впроваджується ПРООН

Програма Розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) є глобальною мережею ООН в галузі розвитку, організацією, яка виступає за позитивні зміни та надає країнам доступ до джерел знань, досвіду та ресурсів задля допомоги людям в усьому світі будувати краще життя. ПРООН співпрацює з понад 170 країнами світу, допомагаючи їм знаходити власні шляхи розв'язання глобальних та національних проблем в галузі людського розвитку.

(продовження Додатку 5)

Інформація про впровадження Проекту в області. Процес впровадження першої фази Проекту МРГ в області розпочався в 2008 року (*вказати місяць*). Згодом в області успішно розпочалася друга фаза Проекту в 2011 року. (*вказати місяць*). Протягом двох фаз Проекту МРГ усього чоловіків, жінок та дітей області покращили умови свого життя через реалізацію мікропроектів щодо відновлення... дитячих садків та шкіл,... медичних пунктів, доступу до якісної води, охорони довкілля, ... енергозберігаючого вуличного освітлення (*вказати статистичні дані відповідно до кожної з областей*). Дані місцеві ініціативи були успішно реалізовані завдяки об'єднанню зусиль мешканців сіл, місцевої, районної та обласної влади, Проекту МРГ та приватних спонсорів.

Інформація про Проект

Спільний проект Європейського Союзу та Програми розвитку ООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» (МРГ) з 2008 року активно діє по всій території України. Віднині 2.6 мільйони людей у понад 2000 сіл покращили своє життя через реалізацію мікропроектів щодо відновлених дитячих садків та шкіл (664), медичних пунктів (118), доступі до якісної води (110), охороні довкілля (9), енергозберігаючого вуличного освітлення (706). Понад 2000 місцевих ініціатив було впроваджено, понад 20,000 членів громад та 6,000 місцевих та обласних чиновників пройшли тренінги з фінансового управління та управління проектом.

Більше інформації про проект МРГ можна знайти за такими посиланнями:

- Сайт Проекту МРГ в області –
- Сайти Проекту МРГ – www.cba.org.ua/three; www.cba.org.ua; www.cba.org.ua/one
- Сайт Програми розвитку ООН в Україні - www.undp.org.ua
- Сайт Представництва Європейського Союзу в Україні - http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/index_uk.htm

За більш детальною інформацією, будь ласка, звертайтеся до Спеціалістів з розвитку громад –

В області – адреса розташування регіонального офісу.....

-(ім'я та прізвища, контактні телефони та електронні адреси);
-(ім'я та прізвища, контактні телефони та електронні адреси);

У центральному офісі Проекту МРГ – м. Київ, вул. Еспланадна, 20, офіс 704.

- Світлана Слабінська, Спеціаліст з моніторингу та зв'язків із громадськістю, тел.: +380 (44) 253 5976, +380 (50) 441 7830, або за електронною адресою svitlana.slabinska@undp.org.

Додаток 6. Приклад інформаційного вісника МРГ



Проект фінансується
Європейським Союзом

Погляди, висловлені у цій публікації,
не обов'язково відображають точку зору
Європейського Союзу
або Програми розвитку ООН



Проект співфінансується
та впроваджується ПРООН

Україна

Додаток 7. Приклад обкладинки публікації МРГ



Додаток 8. Відеодокументування

Листок з підказками. Шукаючи історію МРГ для фільму, спробуйте знайти найкращий спосіб для відображення впливу проекту на життя людей. Історії людей, що отримали вигоду від МРГ, є найцікавішими широкій аудиторії. Знайдіть центральних героїв, щоби сконцентрувати оповідання на них, та розповісти історію їх очима. Фільм легше досягає аудиторію, коли глядач може поставити себе на місце героя.

Розберіться з технічним обладнанням. Таке обладнання, як цифрові відеокамери, програми для редагування відео, дешеві мікрофони, прожектори, системи аудіо запису є необхідним. Для досягнення цілі МРГ не обов'язково розбиратися у всьому обладнанні, адже більша частина роботи робитиметься професіоналами.

Випишіть структуру (сценарій) вашого фільму через візуалізацію.

Подумайте, якою ви хочете бачити структуру фільму? З чого ви б хотіли почати? Як ви побудуєте свій фільм? Запишіть свої ідеї. Це буде вашим планом, орієнтиром для зйомки.

Проаналізуйте свої потреби для створення фільму. Список потрібних людей, місця зйомки, предмети, обладнання – все це має ретельно перевірятися із метою виявлення, чи все з перерахованого є доступним. Зв'яжіться з партнерами МРГ, місцевими арт-центрами, кіноцентрами (комунікаційними агентствами, телеканалами, університетськими відділеннями тощо), які змогли би надати забезпечити вам потрібні пункти зі списку. Можливо, ви отримаєте потрібні кадри з медіа-центрів; дізнайтесь у фондових бібліотеках про матеріали, які знаходяться у відкритому суспільному доступі і можуть вільно використовуватися.

Зйомки. Кожний кадр знімайте як мінімум протягом 6 секунд перед зупинкою. Тримайте в голові весь контрольний список всіх потрібних кадрів і рамок.

Знімайте під різними кутами, змінюючи кут на 45 градусів. Не бійтеся експериментувати з різними кутами, низькими кутами або зйомками з рівню землі. Ви можете спробувати прийом зйомки POV – коли зйомка ведеться з точки зору того, кого ви знімаєте. Що ви зможете побачити його очима. Тримайте камеру рівно, завжди маючи під рукою монопод і штатив. Утримуйте об'єкт в центрі кадру та не залишайте надто багато вільного простору (простір між об'єктом та верхньої частиною рамки). Не надто захоплюйтесь наближенням і віддаленням. Намагайтеся не нахилити камеру (рухати рамку зліва направо). Намагайтеся не трясти камерою (переміщати рамку вгору і вниз). Пам'ятайте, що для зйомок вам потрібно достатньо світла. Якщо рамка вигладає темною, додайте світла. Будьте обережні, знімаючи із надлишком світла на фоні та недостатнім світлом на об'єкті зйомки, ваш об'єкт зйомки буде погано видно, якщо знімати таким чином.

Пост-продакшн. Швидко промочування всіх кадрів і створення готових до друку скріншотів ключових сцен фільму. Таким чином ви спрощуєте процес редагування, створюючи візуальну карту відзнятого матеріалу. Як тільки це зроблено, ви маєте переглянути ваші зйомки ПОВНІСТЮ та створити журнал часових міток. Це допоможе вам скоротити час роботи над редагуванням.

Редагування, фон, написи, відзнаки, анімація.

Покажіть ваш фільм. Завантажте його в Інтернет. Проект МРГ має свій канал в YouTube, який можна використовувати.

Додаток 9. Соціальні медіа

Кращі поради роботи з Facebook та контент-стратегія

Розпочинаючи вашу роботу з зі сторінкою Проекту МРГ у Facebook, не забудьте «Вподобати» саму сторінку. Таким чином ви отримуватиме оновлення сторінки.

Діліться новинами про діяльність Проекту у вашому регіоні. Будьте стислими, опишіть подію у 3-4 речення. Ви можете супроводити ваш пост зовнішнім посиланням, за яким розміщені статті, фотографії або відео. Також ви можете розміщувати новини, які є важливими для діяльності Проекту, наприклад: зміни в українському законодавстві в сфері місцевого самоуправління тощо.

Пости на Facebook повинні перенаправляти відвідувачів до більш ґрунтовної інформації про МРГ та ПРООН на їх сайтах. Facebook також дозволяє прикріпляти відео, фотографії для більш тісної комунікації. Але відправлення більш як 5 оновлень через Facebook на день може вважатися аудиторією спамом.

Тон ваших повідомлень має бути доброзичливим та заохочувати зворотній зв'язок та комунікацію з аудиторією сторінки Facebook.

Якщо ви розміщуєте відео, зображення, користуйтеся інструментом «прикріпити» в нижній частині поля заповнення. Варто завантажувати 4-5 фотографій високої якості за один пост. У ваших постах на Facebook краще уникати фотографій «балакучих голів». Розміщуючи відео, фотографії, не забудьте супроводити їх коротким описом.

Наповнення має складатися зі статей, оновлень статусу, зображень або відео, які відповідають категоріям:

- Новини в реальному часі, що є важливими або для глобальних ініціатив, або на рівні країни/регіону.
- Просування програм/подій: оголошення конкурсів, майбутніх подій у розмовній манері, доступній широкому загалу. Для анонсування ви можете коротко описати майбутню подію та надати посилання, де можна знайти повну інформацію. Історії успіху/історії конкретних людей – поширення інформації про цілі Проекту МРГ серед широкої аудиторії, яка бачить реальний вплив і результати. Залучення людського фактору сприяє побудуванню більшої підзвітності та прозорості на рівні зв'язків з громадськістю.
- Цілі Розвитку Тисячоліття /історії людей – вплив Цілей Тисячоліття у кожній країні, історії успіху, історії людей про те, що ще треба зробити.



Опис повинен містити базову інформацію про подію/відео/фото та бути не довшим 3-4 речень.

Просування сторінки у Facebook

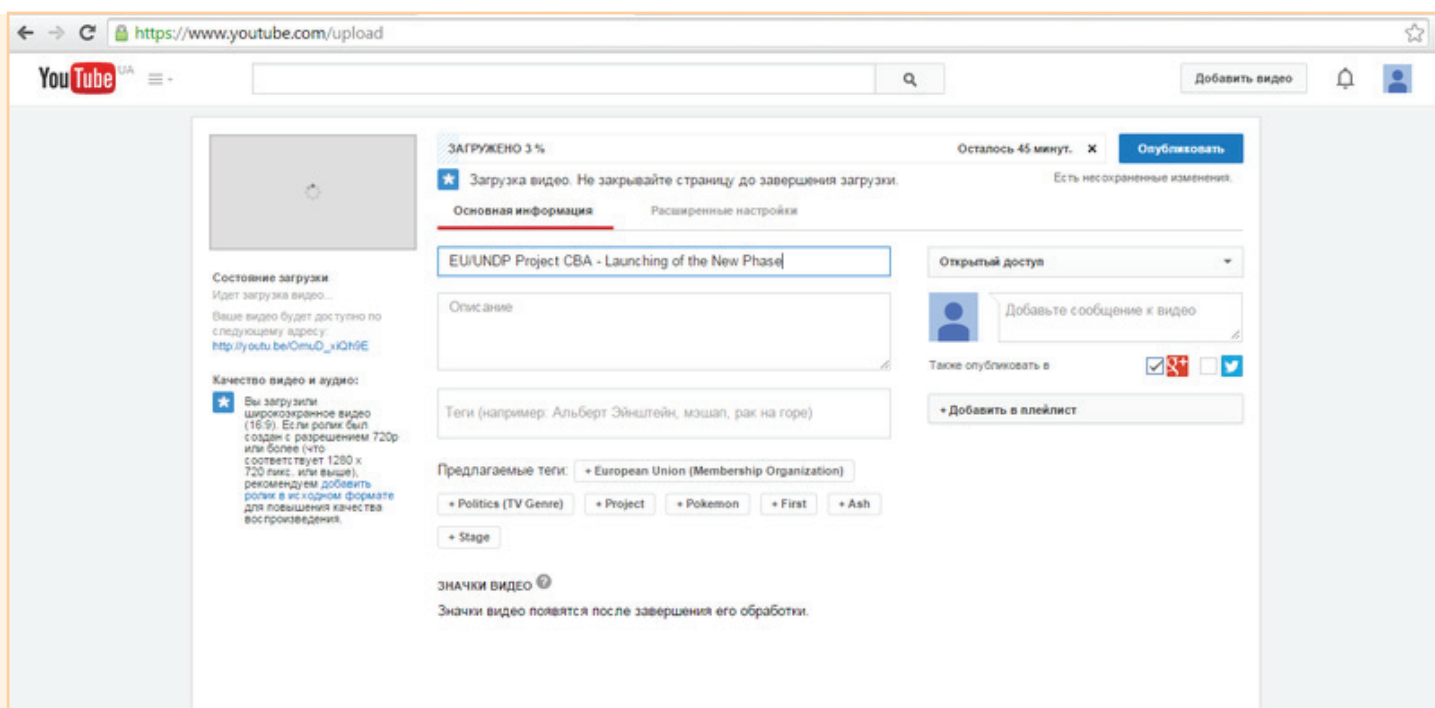
Facebook має різноманітні інструменти, які можуть стати у нагоді при просуванні. Серед інших, ви можете скористуватися функцією «Порекомендувати друзям» зі списку. Це робиться на ваш вибір та розсуд.

Кращі поради щодо роботи з YouTube

- Всі відео мають супроводжуватися написом «ЄС/ПРООН Проект МРГ», назва має бути чіткою та короткою. Приклад: «ЄС/ПРООН Проект МРГ» – *зелена енергетика*.
- Відео має завжди розміщуватися у категорії «Неприбуткові організації&Активізм».
- В описі відео має міститися заохочення до дії, заклик відвідати Проект.
- Потрібно займатися щотижневим моніторингом всіх небажаних коментарів або відгуків та реагувати відповідним чином.

Контент-стратегія YouTube

Наповнення та частота оновлення каналу YouTube повністю залежить від кількості відео, вироблених Проектом МРГ та його регіональними підрозділами. Це можуть бути телепрограми про діяльність Проекту у вашому регіоні, репортаж ЗМІ за результатами візиту до вашої громади тощо.



Для нотаток