

ПОСІБНИК З
КОМУНІКАЦІЙНОЇ
ПОЛІТИКИ

SGP The GEF
Small Grants
Programme

UKRAINE

ЗАВДАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОГРАМИ МАЛИХ ГРАНТІВ ГЕФ (ГЕФ ПМГ)

- Поширювати знання щодо проблем захисту довкілля та переваг сталого розвитку, а також щодо міжнародних конвенцій в сфері захисту довкілля;
- Показати роль ПМГ як одного з механізмів реалізації міжнародних конвенцій з метою захисту довкілля, зменшенні рівня бідності, гендерній нерівності та вирішення інших проблем;
- Підвищити обізнаність населення щодо вищезазначених проблем, мобілізувати ресурси на їх вирішення;
- Поширювати найкращі практики та позитивний досвід ПМГ;
- Налагодити більш тісні партнерства;
- Залучити більшу кількість партнерів та отримати підтримку від уряду, місцевої влади, донорів, ОГС, державних та приватних інституцій;
- Заохотити ОГС до створення та реалізації ініціатив.

ЗАСОБИ/КАНАЛИ:

- Традиційні ЗМІ
- Інтернет ЗМІ
- Соціальні ЗМІ
- Участь в заходах та зустрічах на різних рівнях
- Міжнародне та внутрішнє співробітництво
- Участь у конкурсах/отримання нагород та сертифікатів
- Розповсюдження промо-продукції та літератури
- Організація зустрічей, семінарів, навчань, прес-конференцій, круглих столів та інших інформаційних заходів

ВИМОГИ ГЕФ ПМГ

- Узгодження комунікаційно-інформаційних заходів проекту з офісом ПМГ
- Доцільність засобу подачі інформації
- Дотримання вимог Посібника з візуальної ідентичності
- Інноваційність, якість та креативність
- Актуальність, інформативність, ґрунтовність та достовірність матеріалів та даних
- Дотримання законодавства України щодо прав інтелектуальної власності, зокрема авторського права

УЗГОДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ПРОЕКТУ З ОФІСОМ ГЕФ ПМГ

Невід'ємною частиною успішного впровадження проекту є співпраця з офісом ГЕФ ПМГ та постійний обмін інформацією. Виконавці проектів ГЕФ ПМГ повинні врахувати у своїй роботі правила комунікації та поширення інформації:

- Перед початком безпосередньої реалізації проекту після його затвердження, координатор проекту зобов'язаний надати та погодити з офісом ГЕФ ПМГ план комунікаційно-інформаційних заходів проекту (семінари, тренінги, статті, промо-продукція, рекламна продукція, відео, радіо, телебачення, сайт, публікації, інше) в письмовій формі за електронною адресою: gefsgprukr@gmail.com.
- Макети публікацій, веб-ресурсів та промо-продукції повинні затверджуватися Національним координатором або асистентом програми до їх виробництва.
- Координатор проекту має щомісяця до 25 числа подавати Графік подій проекту на наступний місяць.
- Координатор проекту зобов'язаний надавати щоквартально детальний Тижневий план реалізації проекту.

- Виконавці проекту повинні на регулярній основі повідомляти офіс ПМГ про згадування проекту в усіх каналах ЗМІ та надавати інформацію про згадування проекту в ЗМІ в звітах про прогрес та фінальному звіті.
- Якщо проект бажає залучити до участі в громадському заході представників Національного керівного комітету, партнерів ГЕФ ПМГ чи грантерів, просимо надсилати лист-запрошення до офісу ГЕФ ПМГ не менше ніж за 10 днів до заходу на електронні адреси: SvitlanaN@unops.org, ValentynaK@unops.org, gefsgpukr@gmail.com, або на поштову адресу: Україна, 01021, м. Київ, Кловський узвіз 1, ГЕФ ПМГ.
- Координатор проект має зберігати всю переписку, включаючи електронну, з Національним координатором та офісом ПМГ.
- Разом зі звітністю координатор проекту повинен надавати офісу ПМГ всі макети промо-продукції, веб-ресурсів та публікацій у електронному форматі (на електронному носію (флеш-карта) або надсилати електронною поштою на адресу gefsgpukr@gmail.com).
- Виконавці проекту зобов'язані надавати примірники промо-продукції та публікацій офісу ПМГ (мінімум 1 екземпляр), що були виготовлені в рамках проекту. Просимо заздалегідь погоджувати кількість примірників промо-продукції та публікацій, що буде передано, з офісом ГЕФ ПМГ за електронною адресою: gefsgpukr@gmail.com.

ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСОБУ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ

Узгодження плану комунікаційно-інформаційних заходів проекту з офісом ГЕФ ПМГ має на меті спільне визначення найбільш оптимальних засобів інформування в умовах певної цільової аудиторії та регіону, в якому впроваджується проект. Доцільність тих чи інших засобів зумовлена наступними факторами:

- Цільова аудиторія
- Місцевість (село, місто...)
- Найпоширеніші ЗМІ
- Доступ до Інтернету
- Контекст проекту

ІННОВАЦІЙНІСТЬ, ЯКІСТЬ ТА КРЕАТИВНІСТЬ

- Якість дизайну та ідей
- Пошук нових інноваційних та цікавих форм подачі інформації/дизайну/продукції
- Міжнародні тенденції та тренди в сфері публікацій, відео і сайтів
- Якість фото та інших зображень, графіки
- Якість відеоряду, музичного супроводу, графіки
- Якість поліграфії та матеріалів
- Використання як одного з методів пропаганди захисту екології продукції, що виготовлена з вторинно-переробленої сировини, крафт-паперу, тощо

АКТУАЛЬНІСТЬ, ІНФОРМАТИВНІСТЬ, ҐРУНТОВНІСТЬ ТА ДОСТОВІРНІСТЬ МАТЕРІАЛІВ ТА ДАНИХ

- Особлива увага до достовірності та актуальності статистичних даних
- Посилання на наукові роботи/авторів
- Точність даних
- Правильність назв організацій та місць, імен, посад, тощо

ДОТРИМАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ЩОДО ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ЗОКРЕМА АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Авторське право розповсюджується на фото, відео, тексти, музика, картини, малюнки, макети та дизайн, винаходи, тощо.

Детальніше про законодавство України щодо інтелектуальної власності:

<https://link.ac/5tRY8>



Поради щодо розповсюдження результатів

НАПИСАННЯ СТАТТІ ПРО ПРОЕКТ ПМГ

- В першому абзаці чітко визначте тему статті:
 - **Що?** Про що даний проект та які ключові результати щодо захисту довкілля та сталого розвитку?
 - **Хто?** Про що йдеться? Хто є отримувачем грантової допомоги?
 - **Де?** Де знаходиться проект чи описаний захід? Опишіть громаду та місцезнаходження проекту.
 - **Коли?** Коли відбувається подія чи історія? Коли почався і закінчиться проект? Коли ми побачимо переваги чи результати?
 - **Чому?** Чому ви публікуєте чи розповідаєте цю історію? Чим новим, інноваційним та/або важливим ви б хотіли поділитися з іншими?
- У тексті статті поясніть деталі проекту чи події
- Уникайте аббревіатур, використовуйте просту мову та чіткі повідомлення
- Наведіть конкретні приклади того, чим саме даний проект корисний для громади, зосередьте увагу на конкретних екологічних та соціально-економічних результатах
- Включіть статистичні дані та цитати ключових зацікавлених сторін, які демонструють вашу точку зору
- Додайте прості та короткі цитати експертів або бенефіціарів проекту
- Додайте фото та в разі необхідності найміть фотографа
- Поєднайте динамічні знімки, знімки «до» та «після» якоїсь події, або портрети бенефіціарів крупним планом для того, щоб найкраще зобразити результати

ЯК РОЗПОВІДАТИ ІСТОРІЮ ЗА ДОПОМОГОЮ ЗНІМКІВ

“Одне фото може бути варте тисячі слів”

ОФОРМЛЕННЯ

Знімки ПМГ повинні бути оформлені наступним чином:

ПРООН-ГЕФ Програма малих грантів – Україна.

Якщо знімок належить фотографу, вкажіть його ім'я.

Наприклад: ПРООН-ГЕФ Програма малих грантів –

Україна. Фото: ім'я та прізвище автора

ПІДПИС ПІД ЗНІМКОМ

Завжди зберігайте фото з коротким описом того, що відбувається на знімку, наприклад, хто зображений на знімку та чим він займається. Підписи повинні бути стислі та прості.

ЯКІСТЬ ТА РОЗДІЛЬНА ЗДАТНІСТЬ ЗОБРАЖЕННЯ

Роздільна здатність зображення - це деталізація, яку зберігає зображення, що є важливим для чіткості зображення. Її можна виміряти різними способами. Для друку важливо використовувати зображення з високою роздільною здатністю, тому завжди намагайтеся знімати фото з високою роздільною здатністю, оскільки пізніше неможливо збільшити роздільну здатність зображення, але його завжди можна стиснути. Більше порад щодо роздільної здатності фото можна знайти на сайті www.graphics.com/article-old/digital-photography-fundamentals-understanding-resolution-and-bit-depth

ДОДАТКОВІ ПОРАДИ

- Переконайтеся, що фокус наведено на об'єкт
- Забезпечте достатнє освітлення
- Використовуйте штатив
- Знімайте з правильно кута

ДИНАМІЧНІ ЗНІМКИ

Фото, які показують людей в русі. Наприклад, на фото зображено громаду, яка займається спільною діяльністю, такою як встановлення сонячних панелей чи дослідження видів.



ЗРЕЖИСОВАНІ ЗНІМКИ

Це фото, на яких люди позують для фотографа.



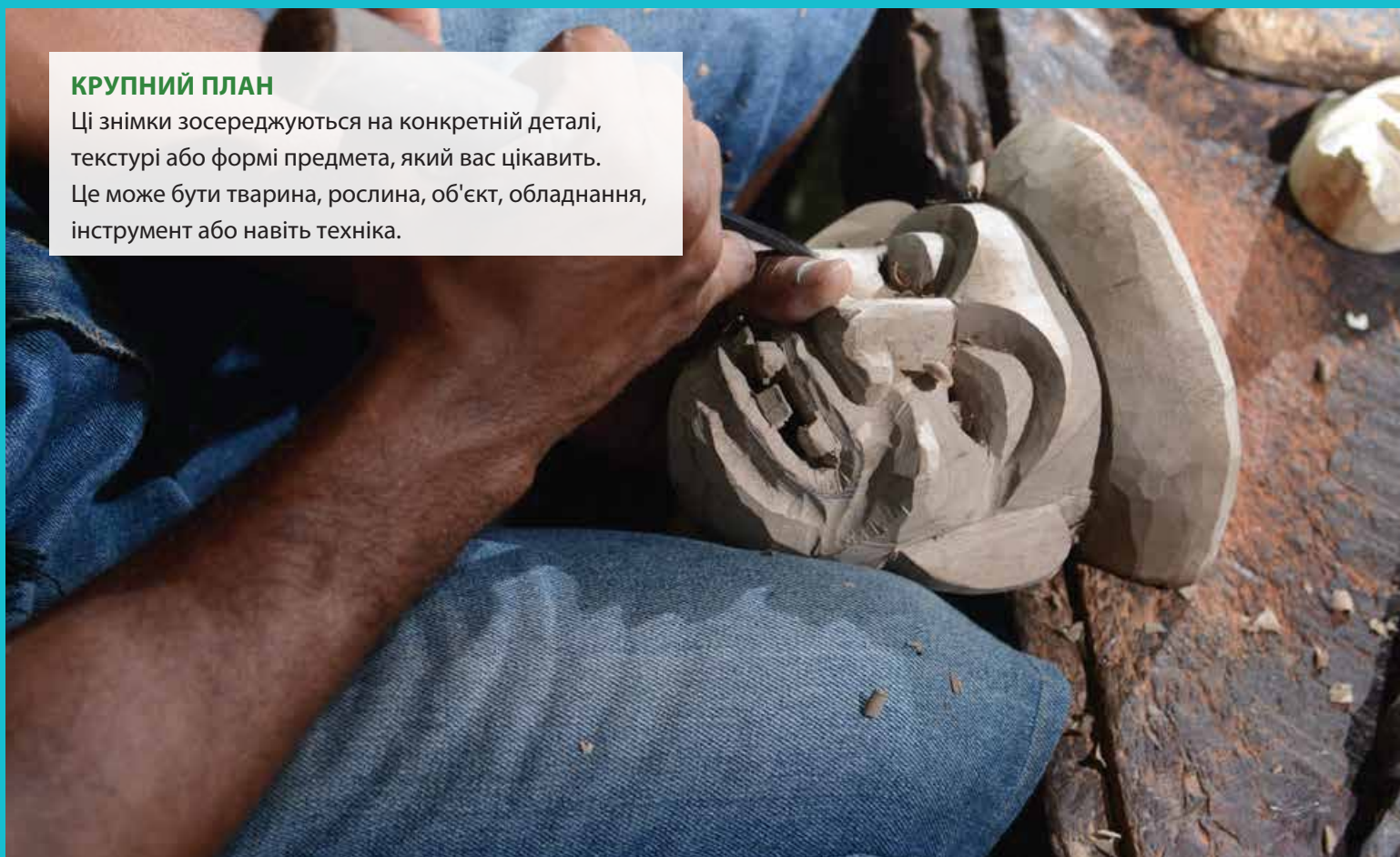
ПОРТРЕТ

Портрети зазвичай фокусують увагу на зовнішньому вигляді особи. Портрети представників громади можуть фокусуватися на очах, руках чи постаті в цілому.



КРУПНИЙ ПЛАН

Ці знімки зосереджуються на конкретній деталі, текстурі або формі предмета, який вас цікавить. Це може бути тварина, рослина, об'єкт, обладнання, інструмент або навіть техніка.



ПЕЙЗАЖ

Пейзажний знімок ідеально підходить для демонстрації природного середовища проекту, включаючи виклики, з якими стикається громада, та може використовуватися для демонстрації результатів в подальшому.



«ДО» ТА «ПІСЛЯ»

Ефективний спосіб показати поступ та досягнуті результати – це демонстрація знімків «до» та «після», що наочно зображають досягнення проекту.



ДО

ПІСЛЯ



Україна, 01021, Київ, вул. Липська, 10
www.sgp.undp.org
www.sgpinfo.or.ua

E-mail: gefsgpukr@gmail.com
Tel.: +380442539363