



# Interreg

## Latvija-Lietuva

European Regional Development Fund



# KOMUNIKACIJOS SEMINARAS

2014-2010 m. INTERREG V-A Latvijos ir Lietuvos  
bendradarbiavimo per sieną programos projektams

Kretinga | Vilnius  
2017 m. lapkričio 13 ir 14 d.

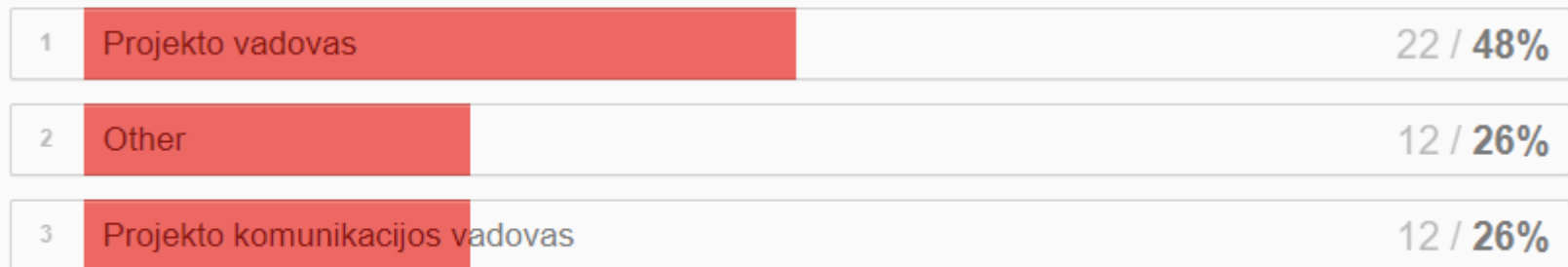


- Priminti apie EK ir programos reikalavimus
- Komunikacijos strategija ir planas
- Projekto žinutė
- Kaip pasiekti žurnalistus? Pranešimas spaudai.

APKLAUSA

## Jūsų rolė projekte

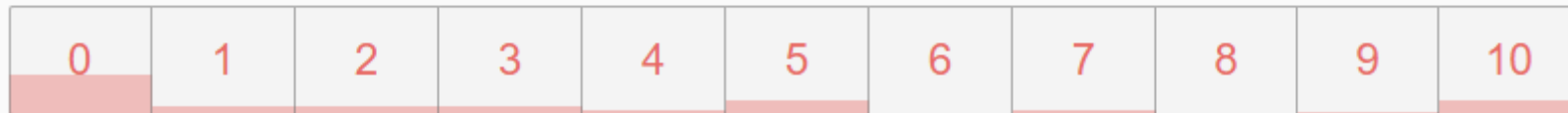
46 out of 46 people answered this question



## Kiek metų dirbate komunikacijos srityje?

46 out of 46 people answered this question

Average: 3.15



Mažiau nei 1 m.

Daugiau nei 10 m.

► Show detail

## Ar jums patinka kuruoti projekto komunikaciją?

46 out of 46 people answered this question

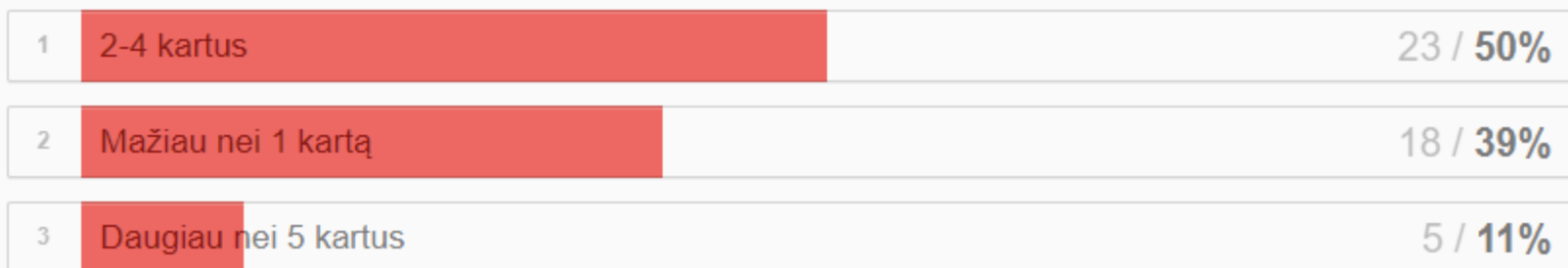


**3.39**  
Average rating

► Show detail

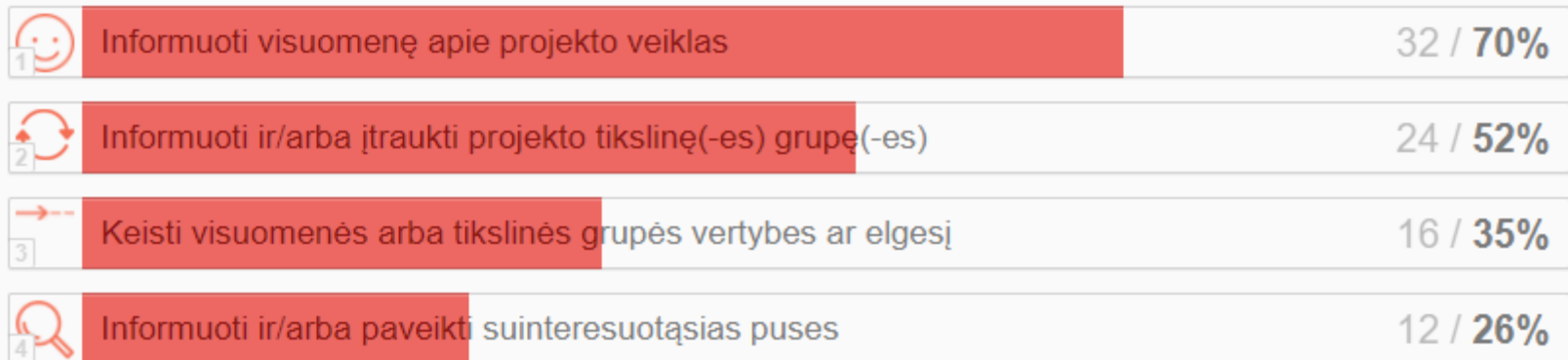
Kiek kartų per metus Jums tenka kurti komunikacijos veiksmų planą, rengti viešuosius pirkimus, ruošti komunikacinių priemonių (informacinio leidinio, internetinės svetainės ar pan.) koncepciją ar rengti gaires išorės ekspertui?

46 out of 46 people answered this question



## Ko Jūs siekiate viešindami projektą?

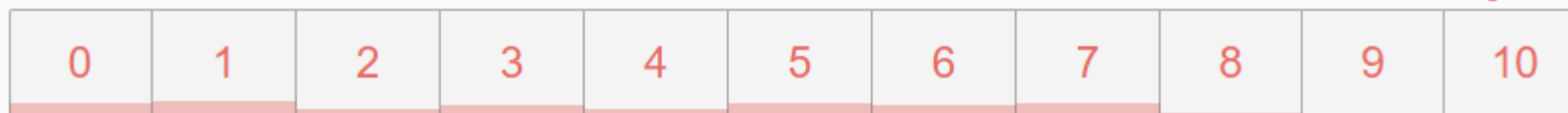
46 out of 46 people answered this question



### Bendravimas su žurnalistais, pranešimų spaudai rengimas

46 out of 46 people answered this question

Average: 3.78



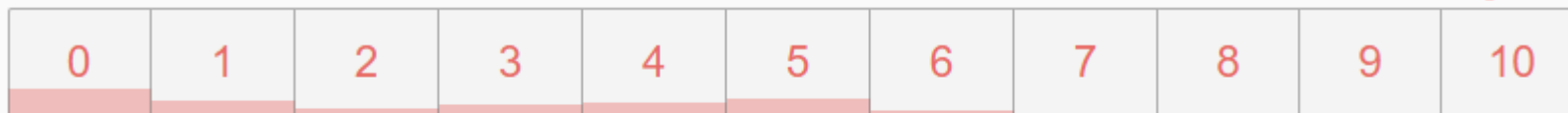
Neturiu patirties

Ekspertas

### Įtaigios projekto istorijos rengimas (angl. k. - storytelling)

46 out of 46 people answered this question

Average: 2.59



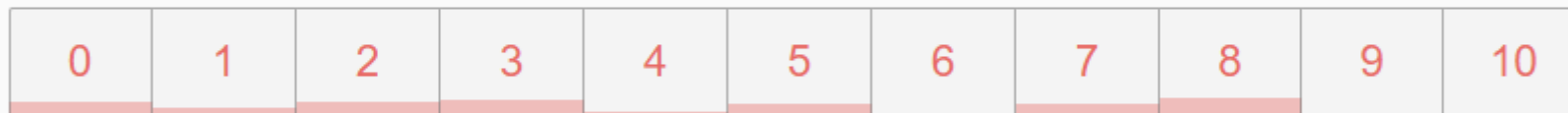
Neturiu patirties

Ekspertas

### Socialinė žiniasklaida (facebook, twitter, linkedin ir kt.)

46 out of 46 people answered this question

Average: 4.22

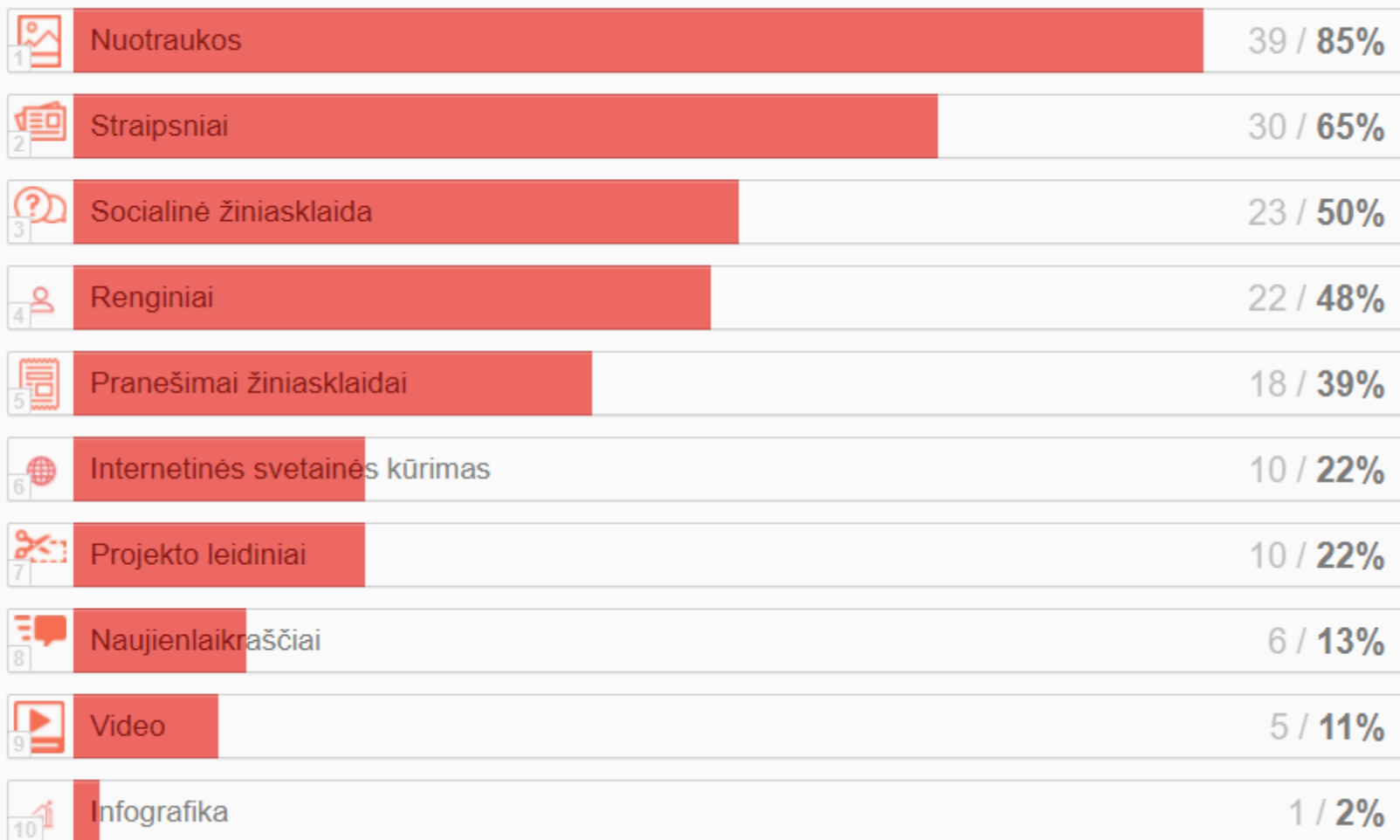


Neturiu patirties

Ekspertas

## Kurias iš žemiau išvardintų komunikacijos priemonių naudojate dažniausiai?

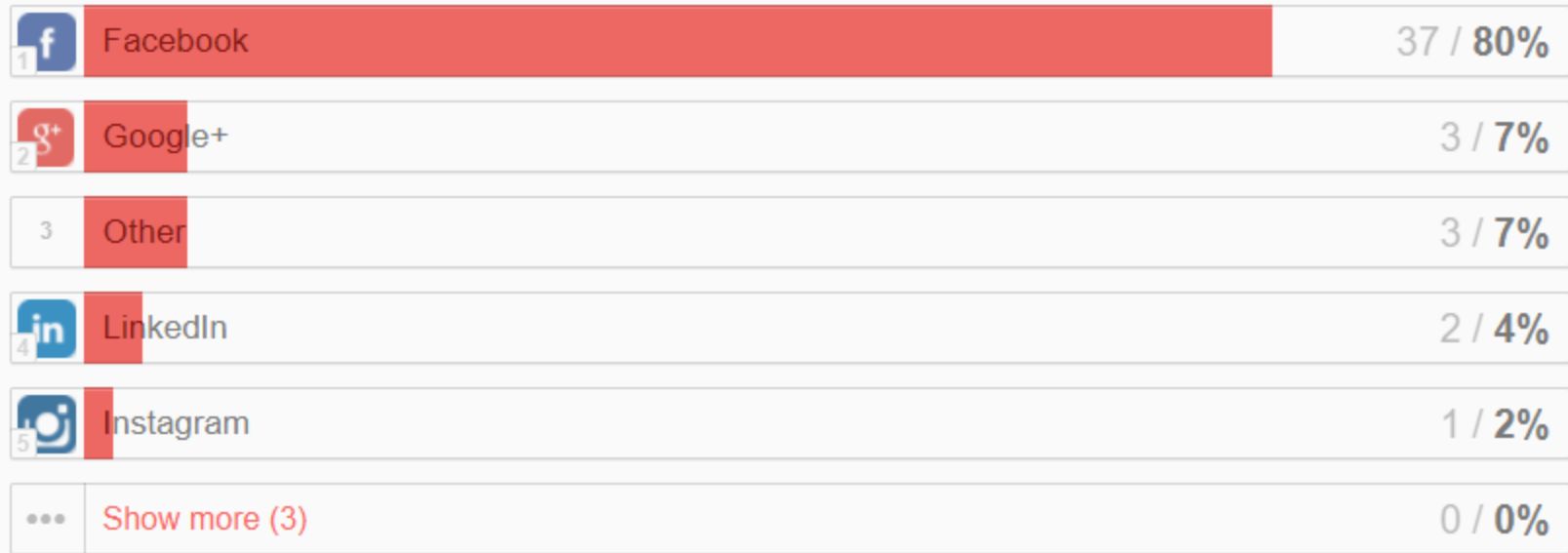
46 out of 46 people answered this question





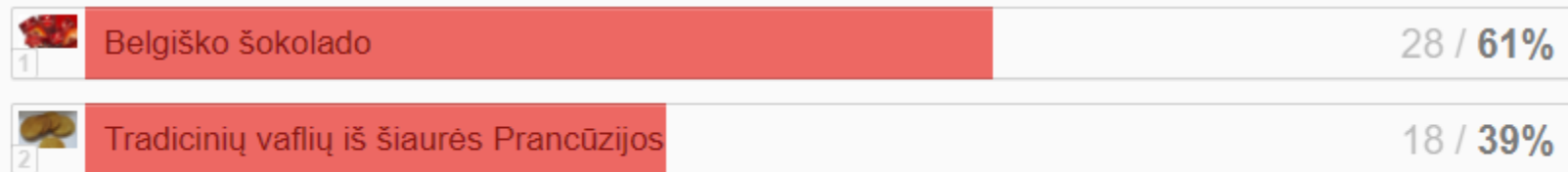
## Kokius socialinės žiniasklaidos kanalus naudojate savo projekto komunikacijoje?

46 out of 46 people answered this question



## Pasirinkite, kokių lauktuvių norite už atsakytus klausimus

46 out of 46 people answered this question



# Darbotvarkē

- 10.15 – 10.45 Programos reikalavimai projektų viešinimui.
- 10.45 – 11.15 Projekto komunikacijos planas ir iššūkiai
- 11.15 – 11.40 **Kavos pertraukėlė**
- 11.40 – 13.10 Projekto istorija – I dalis  
Kaip pristatyti projektą ir jo rezultatus?  
Projekto istorijos kūrimo principai, reikalavimai gerai žinutei.
- 13.10 – 14.00 **Pietūs**
- 14.00 – 15.15 Projekto istorija – II dalis  
Kas domina Lietuvos žurnalistus?  
Pranešimas žiniasklaidai.  
Socialinės žiniasklaidos svarba.
- 15.15 – 15.40 **Kavos pertaukėlė**
- 15.40 – 16.10 Ką darysiu kitaip savo projekte?  
Komunikacijos veiksmų plano sudarymas.  
Dalyvių klausimai ir atsakymai.
- 16.10 – 16.30 Seminaro apibendrinimas

1. Šiek tiek teorijos
2. Praktika: padaryti tai, kam neturite laiko
3. Pabandyti naujus metodus ir technikas
4. Nėra tobulų sprendimų, bet yra daug būdų kaip pasiekti rezultatus
5. Įsitraukimas bei patirties keitimasis

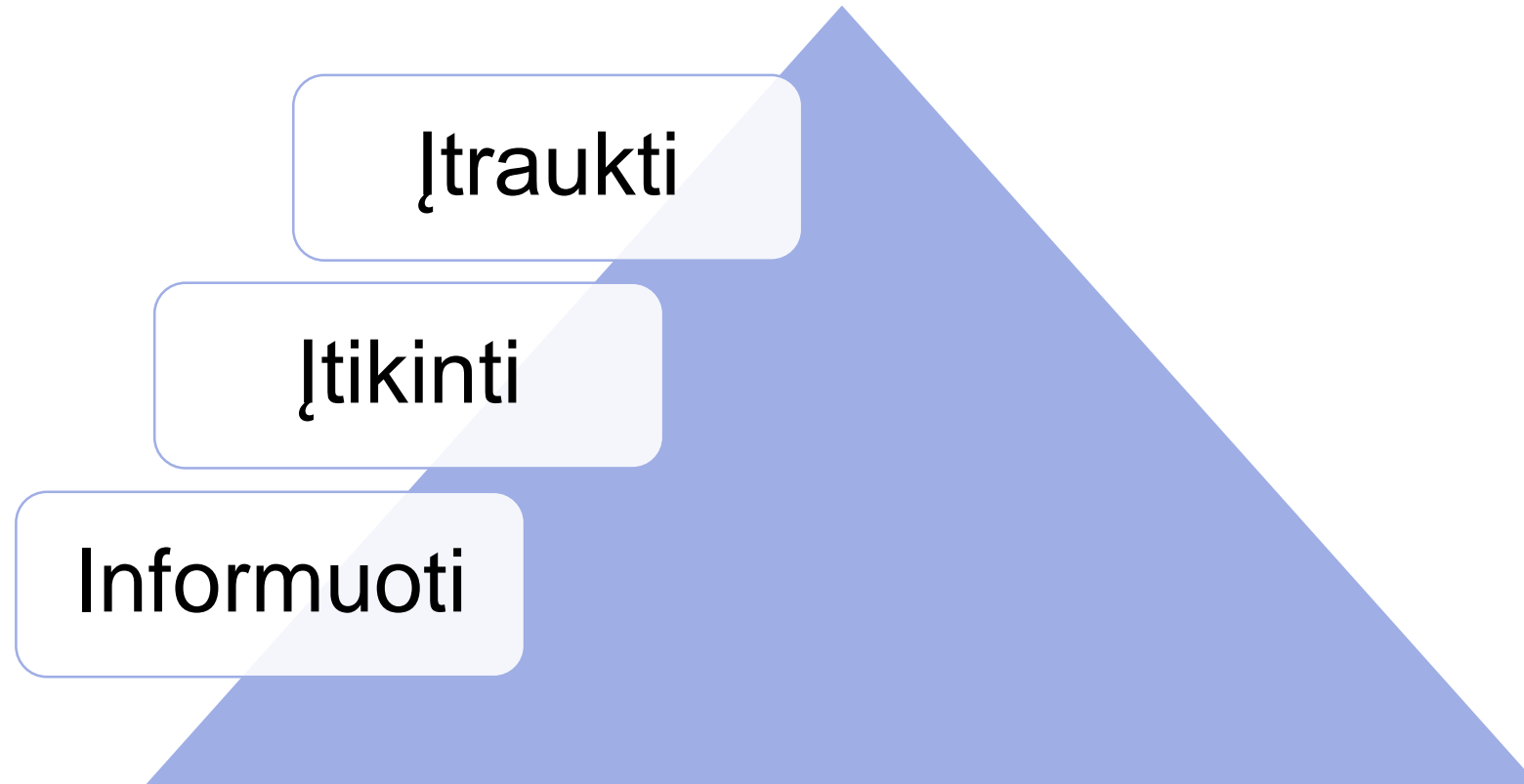
# KOMUNIKACIJOS PLANAS

# Koks jūsu projekto tikslas?



**Konkretus ir išmatuojamas  
projekto rezultatas,  
kurį projekto partneriai  
nori pasiekti per tam tikrą laiką**

# KOKS KOMUNIKACIJOS TIKSLAS?



# TIKSLINĖS GRUPĖ(S)



Ką svarbu informuoti apie projekto rezultatus?  
Kas iš to gaus naudą?  
Kas priims sprendimus dėl projekto?

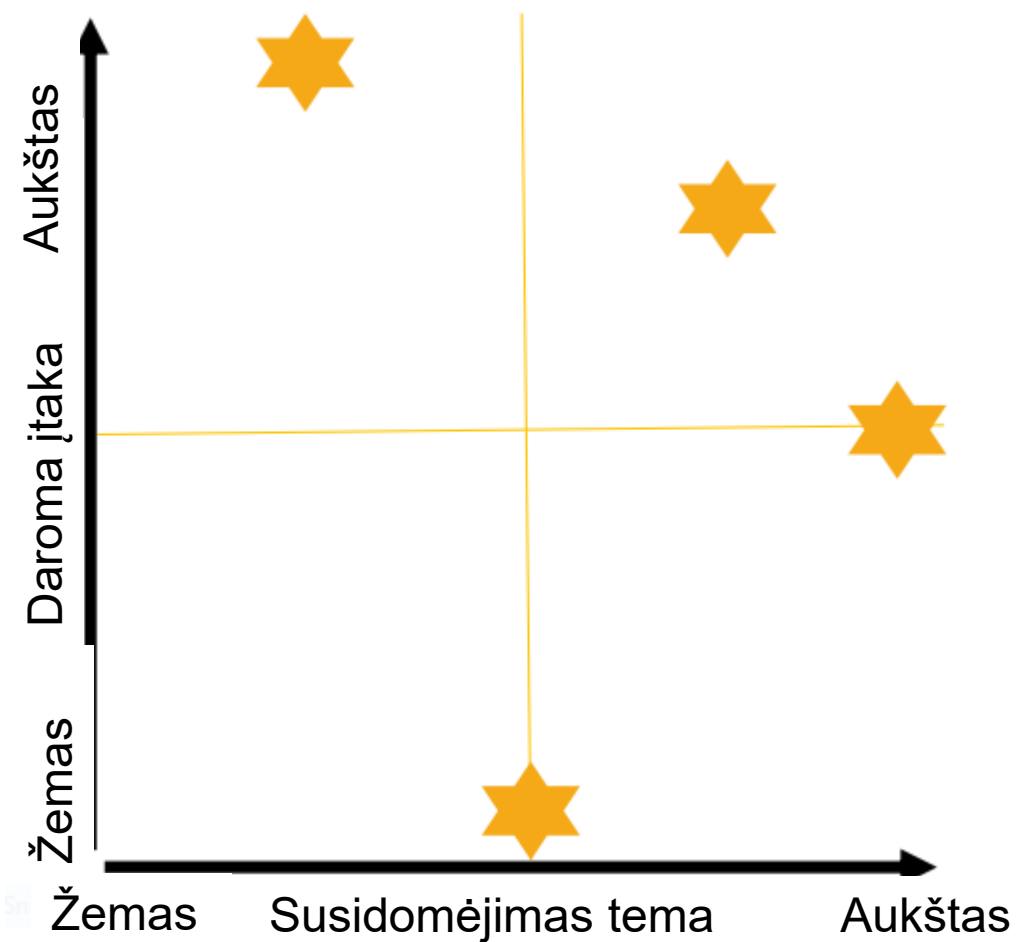
KAS JŪSU  
TIKSLINĒS GRUPĒ(S)?



# ANALIZĒ

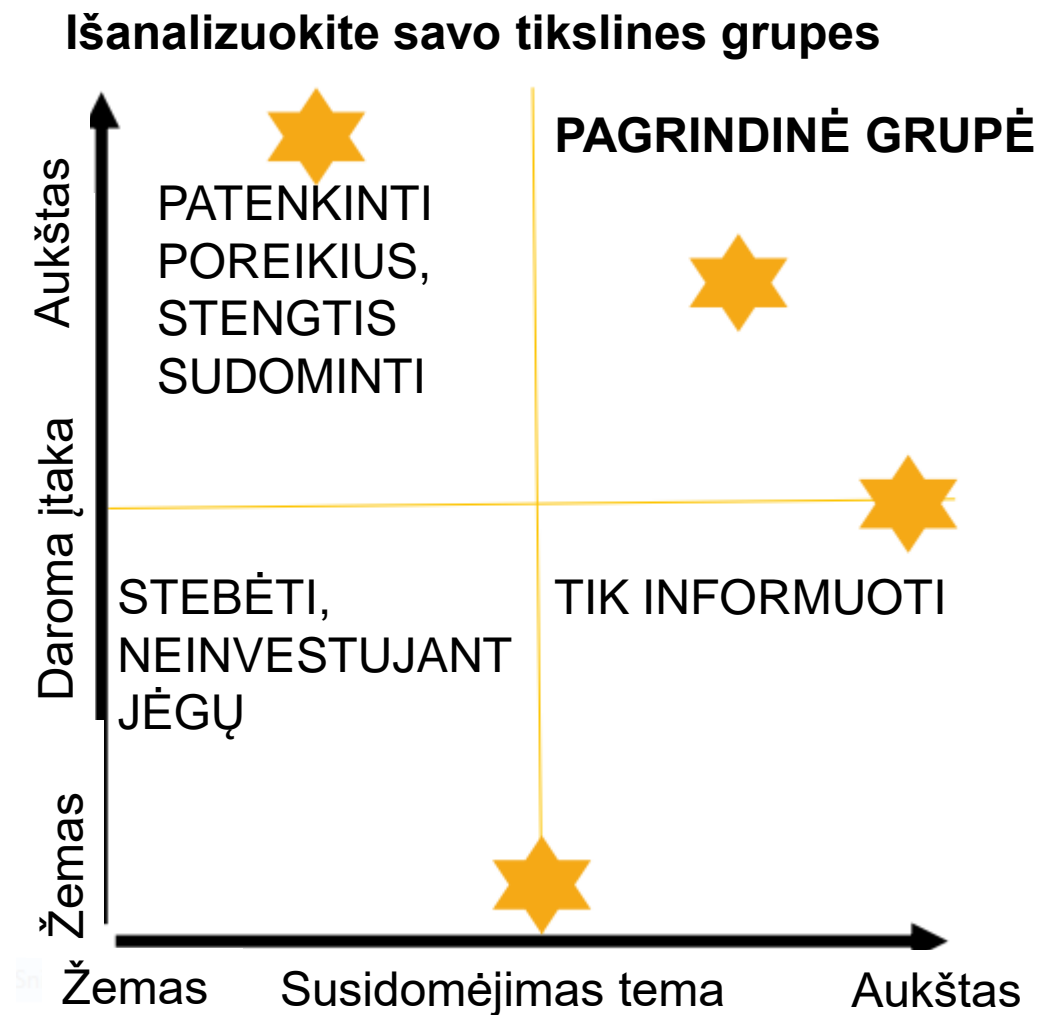
GRUPĒ	ĪTAKA	SUSIDOMĒJIMAS
Vietiniai politikai	5	2
Žiniasklaida	4	4
Jaunieji verslinkai	3	5

Išanalizuokite savo tikslines grupes



# ANALIZĖ

GRUPĖ	ĮTAKA	SUSIDOMĖJIMAS
Vietiniai politikai	5	2
Žiniasklaida	4	4
Jaunieji verslininkai	3	5



# KOMUNIKACIJOS PLANAS

Tikslinė grupė	Žinutė	Kaip?	Kada?	Kas atsakingas?

# ĮVERTINIMAS

## Ko reikalauja programa?

Papildomas vertinimas:

- Straipsniai
- Žmonių apsilankymas interneto svetainėje
- Brošiūros išplatimas
- Dalyvių skaičius renginiuose, jų pasitenkinimas
- „Patinka“, dalinimasis socialiniuose kanaluose

KAIP SUTAUPYTI?



**MAŽIAU,  
BET GERIAU**

Photo by [Lukas Blazek](#) on [Unsplash](#)



## KEISTIS INFORMACIJA SU KITAI:

- Video
- Brošiūros
- Žurnalistų sąrašas
- Socialinė žiniasklaida

local, regional and national authorities

public bodies and bodies governed by the public law

NGOs

business support organisations (applicable only for Investment priority 1)

Who can apply?

Funds

TOTAL  
14.539.151 EUR

ERDF  
12.358.278 EUR

Outputs to be reached

**PRIORITY AXIS 2:**  
Promoting sustainable and quality employment and supporting labour mobility

IP 1: 1) Number of new or upgraded joint (or promoting cooperation) services for business;  
2) Number of persons having participated in joint trainings and events

IP 2: 1) Number of participants in joint local employment initiatives and joint training;  
2) Number of participants in cross-border...

PRIORITY: NATURAL AND CULTURAL RESOURCES



PROJECT IN NUMBERS

**Rinkitės tematinės spalvas, naudokite ruošinius**



Employment and labour mobility



Sustainable and clean environment



Social inclusion



Efficient public services



# Interreg Volunteer Youth

Home

About IVY

Apply

Placement Offers

Communications

Contact us

FAQs

<https://www.interregyouth.com>

Make a difference: promote solidarity & cooperation among regions in Europe!



JOIN NOW!

GET!  
INVOLVED!



# NAUDOTI PROGRAMAS, PALENGVINANČIAS DARBĄ:

## **Keistis dokumentais:**

- Google+
- Basecamp
- Yammer

## **Dizainas:**

- Adobe
- Canvas
- Piktochart

## **Video:**

- Biteable
- Camtasia

# NUOTRAUKOS

- Gal kolega fotografas?
- Institucijos nuotraukų galerija, arba EU duomenų bazė  
<http://ec.europa.eu/avservices/photo/index.cfm?sitelang=en>
- Kitos nuotraukų duomenų bazės

## **Nuotraukų duomenų bazės:**

<https://unsplash.com/>

<http://deathtothestockphoto.com/about/>

<https://www.pexels.com/>

<https://pixabay.com/>

<http://www.istockphoto.com/fr>

<https://eu.fotolia.com/>

<http://www.stockfreeimages.com/>

<http://www.freeimages.com/>

<http://foter.com/>



Photo by [Nathan Dumlao](#) on [Unsplash](#)

PROJEKTO ISTORIJA

## EFFECTIVE MANAGEMENT

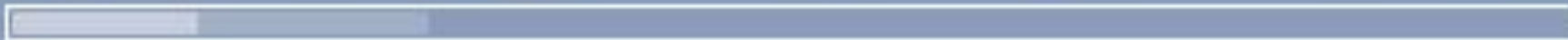
*Making a difference by managing differently:  
modernisation of public administration to  
manage funds and policies better*

## TRANSPARENCY INITIATIVE JONVABALIAI (FIREFLIES)

Lithuania



0:10



# PRAKTIŅĒ UŽDUOTIS

Pristatyk savo projektą vaikui



Photo by [Camille Minouflet](#) on [Unsplash](#)

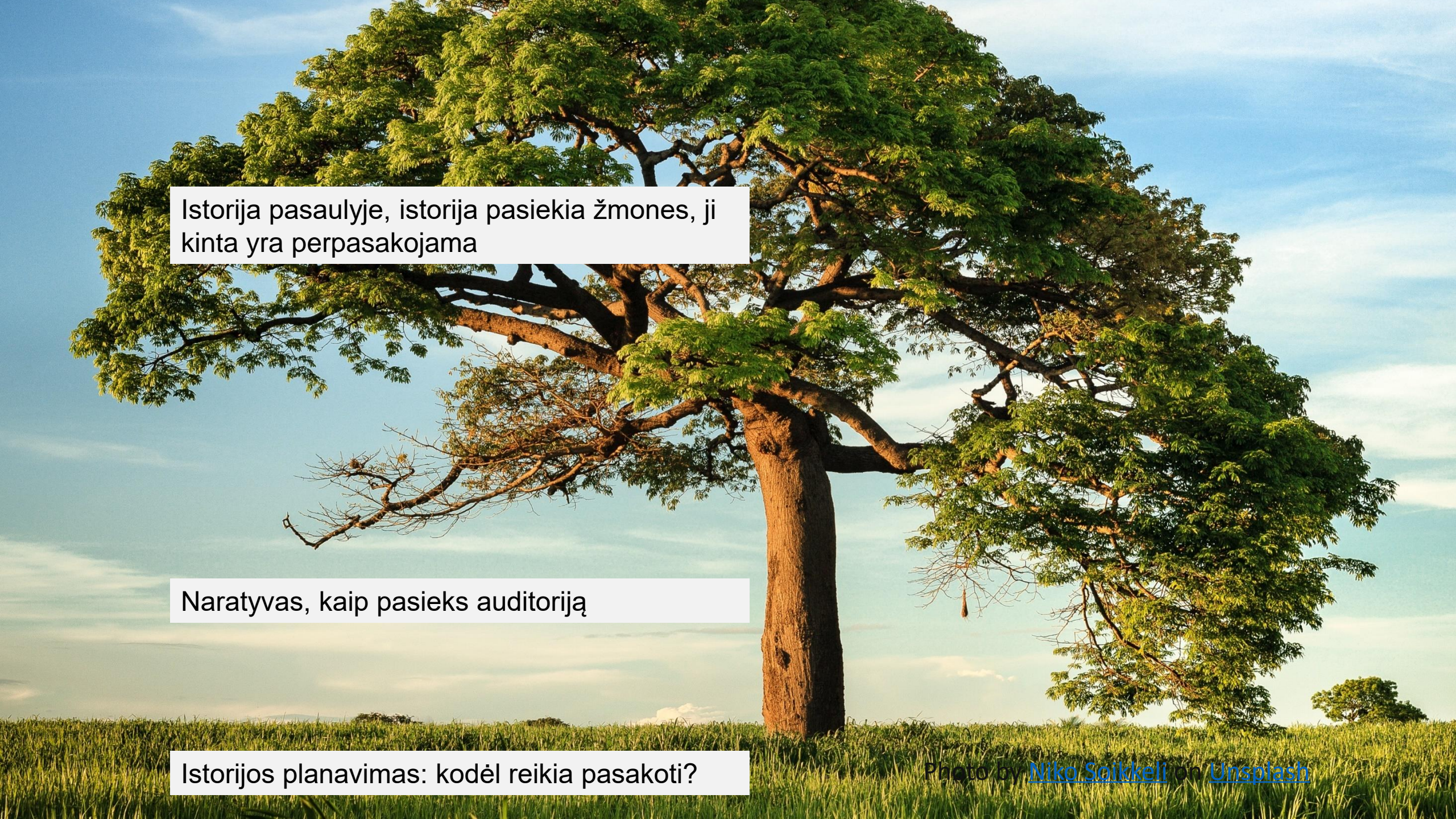


# Kokią pridėtinę vertę teikia komunikacija?

- Pristatyti projektą, paslaugą
- Komunikuoti apie projekto kuriamą vertę
- Užsitarnauti gerą reputaciją
- Pozicionuoti organizaciją kaip ekspertus

# DAŽNOS KLAIIDOS

- Kiti domisi jūsu darbu. Kodėl tai svarbu man? Ar tai įdomu kitiems?
- Kiti mato poreikį. Gal tai tik jūsu kaip eksperto požiūris?
- Kiti supranta jūsu kalbą. Gal ji per sudėtinga? Gal parašyta specialistams?
- Procesas svarbesnis už rezultatą



Istorija pasaulyje, istorija pasiekia žmones, ji kinta yra perpasakojama

Naratyvas, kaip pasieks auditoriją

Istorijos planavimas: kodėl reikia pasakoti?

Photo by [Niko Soikkeli](#) on [Unsplash](#)

Kaip aš pritaikau istoriją?

Kokia mano istorijos struktūra?

Koks mano istorijos tikslas?

Kaip aš pasakoju istoriją?

Kam aš pasakoju?

Koks mano istorijos kontekstas?

## Kas yra istorija?

Dažniausia susijusi su tam tikru įvykiu, faktu (tikru arba ne).

Sukuria kažką naujo, kažkas keičiasi ir kinta.

Prasminga, padeda suvokti faktus.

Turi socialinę prasmę: dalinimasis, istorijas sujungia žmones. Istorijos kinta, per jas perduodamas ir kultūrinis kontekstas.

# SWOT analizē

Stiprybēs (strength): Kā turime ir galime panaudoti?

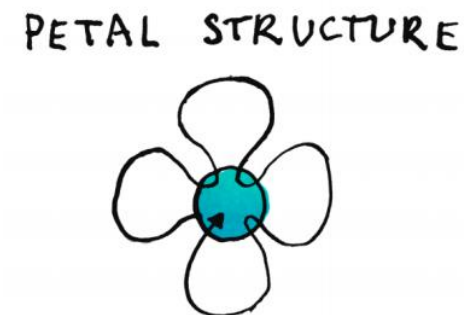
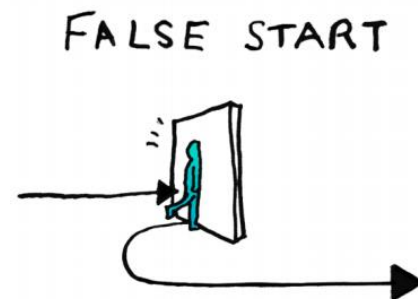
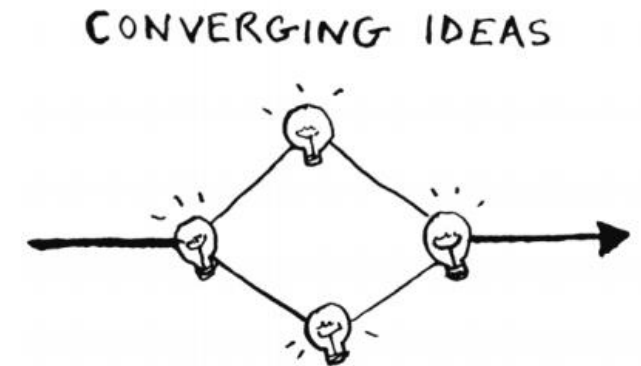
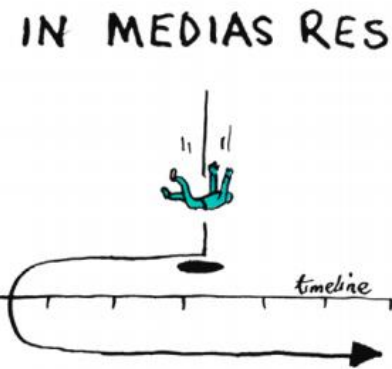
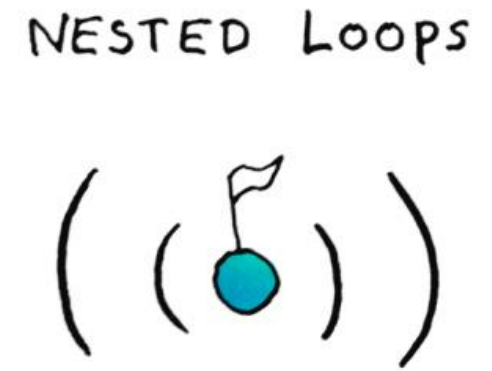
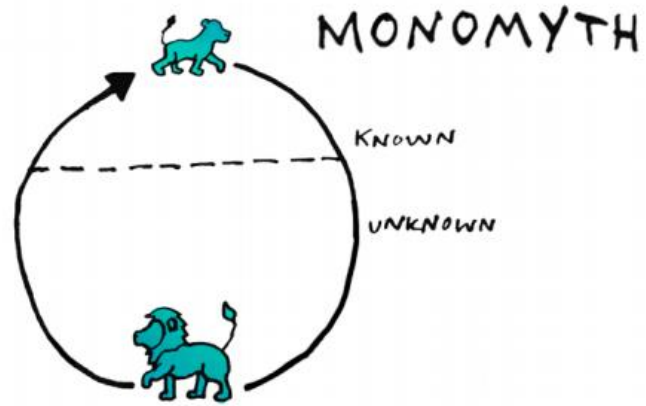
Silpnybēs: Kas gali sugadinti mūsu reputāciju?

Galimybēs: Kuo galime pasinaudoti, kur slēpi potencialas?

Rizika: Kas gali notikti bloga?

# PATARIMAI:

- Aiški kalba
- Kurti pasitikėjimą
- Istorijos, kurios atspindi auditorijos patirtį
- Naudoti iliustracijas: video, nuotraukos
- Pridėtinė vertė visuomenei, suinteresuotoms grupėms
- Aišku, tikra, prasminga





- Kontekstas
- Problema – sprendimas
- Auditorijos supratimas
- Aiškus tikslas
- Veiksmas
- Pasakok istoriją, ne statistiką



- Kas pasakos istoriją?
- Kalba
- Tonas, balsas

# Galvokite apie savo auditoriją

Kas yra mano auditorija?

Kokia kalba jie kalba?

Kas jiems rūpi?

Kiek jie žino? Iš kur jie gauna informaciją?

Ko jiems reikia iš jūsų, kad veiktų?


Tyrimas sužinoti viską, ką tik įmanoma

Įvardinkite savo auditoriją

Rašykite jiems, o ne savo kolegoms

Kokiais kanalais juos galima pasiekti?  
El. erdvė, spauda, internetas, kt.

Galvokite apie rezultata, ko jie iš jūsų nori

- 
- Kontekstas
  - Auditorija
  - Kaip aš pasakoju istoriją?
  - Koks mano istorijos tikslas?

## **Naratyvas**

XXX mes tikime, kad ... (pasiryžimas)  
pasaulyje/ pasienyje XXX yra... (kažkas sukrečiančio?)  
taigi XXXX suteikia/ leidžia... (susitapatinimas su  
pasauliu)  
todėl XXXX... (ką tu padarysi norint pagerinti situaciją)

Pradėkite istorija

Pristatykite asmeninę istoriją

Detalės (garsas, išvaizda, kvapas)

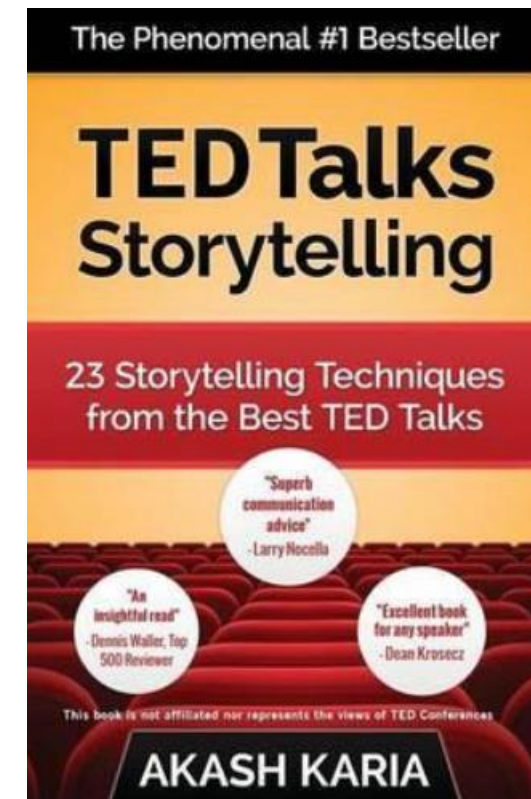
Teigiama istorija

Konfliktas

Kodėl buvo sunku?

Kas įvyko?

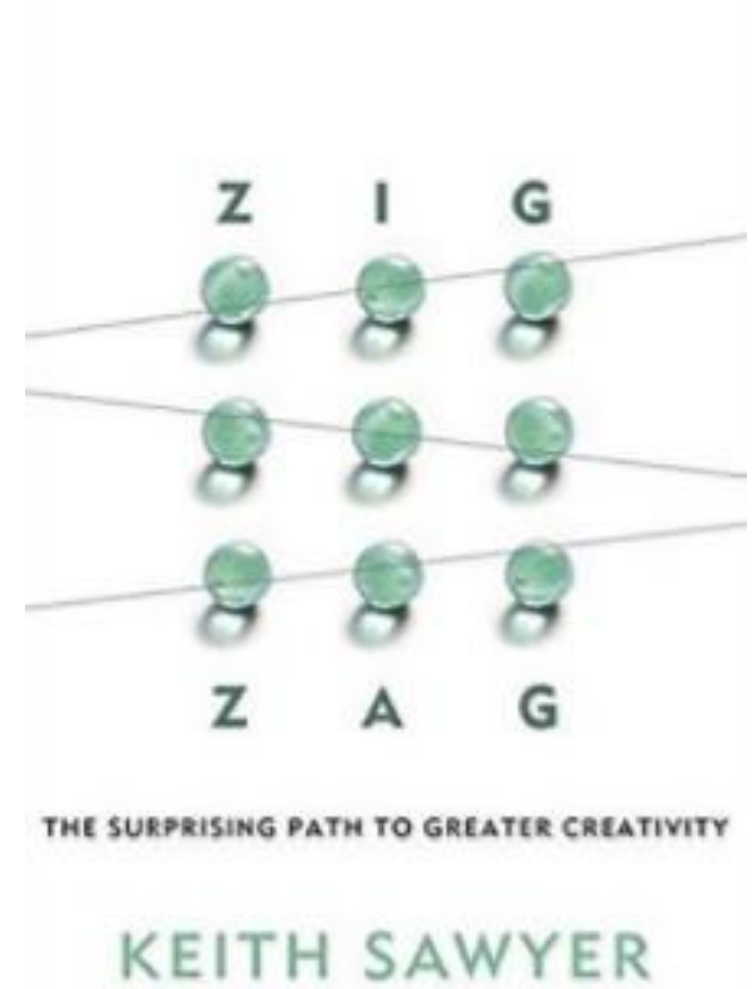
Kodėl jums pavyko?



KŪRYBIŠKUMAS

# KŪRYBIŠKUMAS:

- Užduok teisingus klausimus.
- Tapk ekspertu: TED, įdomūs video, knygos
- Būk atviras
- Žaisk
- Maišyk mintis
- Išsirink geriausias mintis
- Vizualizuok geriausias idėjas





# PRAKTIŅĒ UŽDUOTIS

Sukurti projekto istorijā



Photo by [Dan Gold](#) on [Unsplash](#)

VISUOMENĖ ir  
ŽINIASKLAIDA

# PRAKGINĖ UŽDUOTIS

- Kokios istorijos publikuojamos laikraščiuose?
- Kur norėtumėte publikuoti istoriją apie jūsų projektą?

# ŽMONIŲ LŪKESČIAI



**Nori gauti informacijos ir patarimų  
Rūpinasi savo saugumu  
Nori pažinti visuomenę ir pasaulį  
leško paramos savo vertybėms  
Bando susivokti savo gyvenime  
Nori užuojautos ir užjaučia kitus  
Mėgina pabėgti nuo problemų  
Siekia patirti emocijų, maloniai praleisti laiką**

*Žygintas Pečiulis. Efektyvi komunikacija.*

# ŽURNALISTAI IEŠKO NAUJIENŲ

TIESA  
ĮVYKIAI, NUOMONĖS  
NAUJUMAS  
SVARBA  
ĮDOMUMAS

# NAUJIENA

## KONFLIKTAS

Įtampa, netikėtumas

## PROGRESAS

Triumfas, laimėjimas

## NELAIMĖ

Žlugimas, griūtis

## PADARINIAI

Poveikis žmonėms

## ĮŽYMUMAS

Išskirtinumas

## NAUJOVIŠKUMAS

Neįprastumas

## VISUOMENĖS SUSIDOMĖJIMAS

Apie tai daug kas kalba

*Žygintas Pečiulis. Efektyvi komunikacija.*

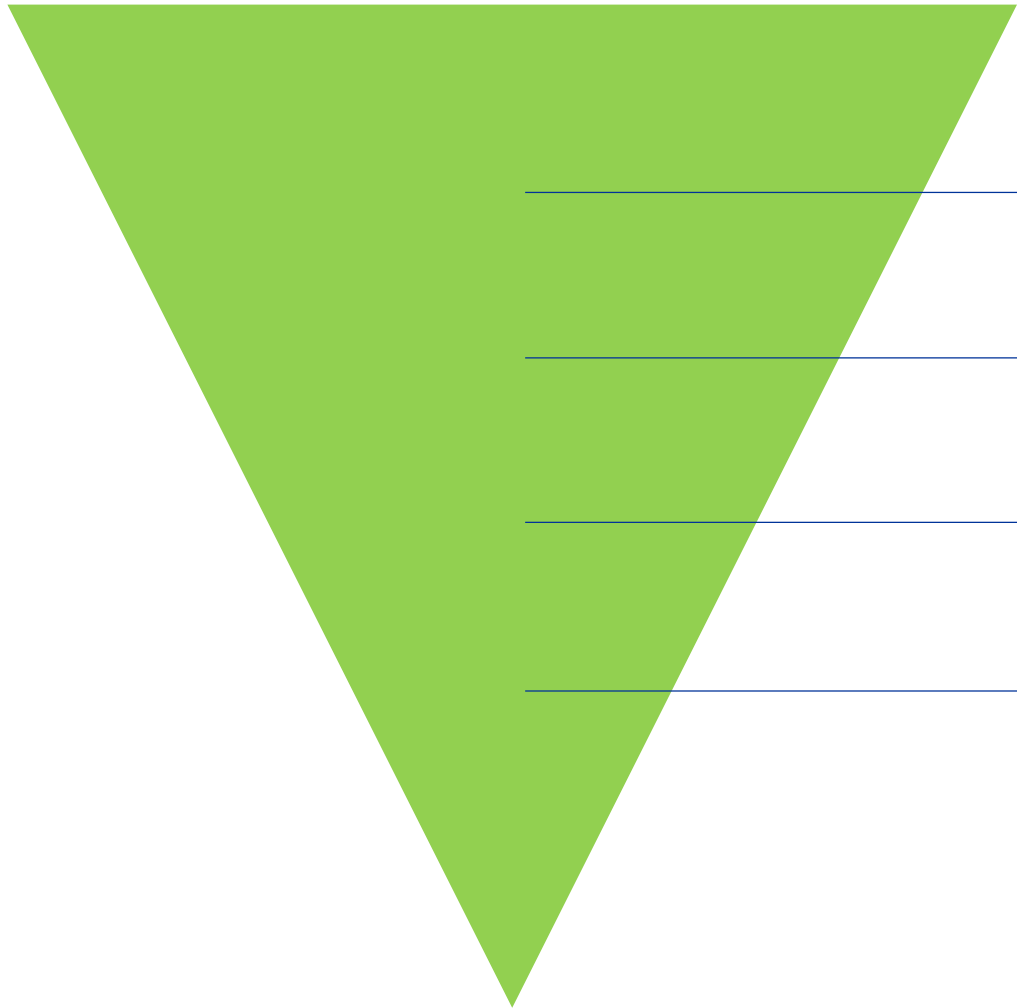


Photo by [Justin Main](#) on [Unsplash](#)

PRANEŠIMAS  
ŽINIASKLAIDAI



# APVERSTA PIRAMIDĒ



Esminis fakts

Būtni duomenys

Svarbūs faktai

Antraeiliai faktai

Trečiaeiliai faktai

# 5K

**KAS?**      Informacijos esmė, turinys

---

**KUR?**      Veiksmo vieta

---

**KADA?**      Laikas, trukmė

---

**KAIP?**      Koku būdu?

---

**KODĖL?**      Priežastys, tikslai, pasekmė

---

- Data
- Logotipas
- Tekstas: Pranešimas žiniasklaidai, pranešimas spaudai,
- Pavadinimas
- Pirmoji pastraipa (pranešimo esmė)
- Papildoma informacija (išsamesnis aprašymas, patikslinimas, faktai, citatos, nauda visuomenei)
- Kontaktinis asmuo

**Papildomai:** Iliustracijos, kita susijusi medžiaga

**Ko nepamišti?**

- Informacija apie projektą

ŽURNALISTAI

- Kokios naujienos patenka į žiniasklaidą?
- Kur informacijos ieško žurnalistai?
- Kokios informacijos reikia žurnalistams?
- Kada geriausia siųsti pranešimą spaudai?
- Dažniausios pranešimų spaudai klaidos.
- Ar naujienos apie ES projektus publikuojamos be mokesčio?



## **Reda Gilytė**

„Laba diena, Lietuva!“ laidos vedėja (aktualijos)  
LRT žurnalistė, reporterė

- Įdomi tema
- Įdomu, nebuvē, skandalas
- Vasarą, prieš ilgas šventes lengviau patekti į eterį.
- Ką galima parodyti per TV?  
**VAIZDAI**
- Klaidos: neįdomi tema, blogas pranešimo spaudai pavadinimas, neatskleista tema
- Gerai: Trumpa ir aiški info, skaičiai, palyginimai



**Edvardas Kubilius**

LRT radijo aktualijų žurnalistas

- Koks temos mastas?  
Regionas, šalis, tarptautiškumas
- Gerai pateikta informacija: ar yra kas svarbaus, įdomaus?
- Radijui svarbu žmogiškasis aspektas, emocijos. Pasiūlyti herojų, kuris galėtų ir norėtų kalbėti.
- Penktadieniais ir savaitgaliais lengviau patekti į eterį.
- KLAIDOS: nėra aiškos problematikos, prasta argumentacija, neaišku, kodėl svarbu?
- Svarbu asmeniniai kontaktai su žurnalistais.
- Reikia noro kūrybiškai komunikuoti apie projektą. Sunku, nes didelė konkurencija. Projektų yra labai daug.

- Sėkmės priežastis: taisyklinga kalba, žurnalistai gali automatiškai perspausdinti.
- Tik viena žinia pranešime.
- Griežtai laikosi struktūros: apverstos piramidės principas.
- Kūrybiškai atskleista tema.
- Pranešimas turi būti gyvas (citas, herojai), skaičiai faktai lieka antrame plane.
- Atrinkti, kur platinti (regionionė ar nacionalinė žiniasklaida).
- Vasarą lengviau patekti į žiniasklaidą.
- Pranešimus platina dažniausiai ryte.



**Ramunė Vaičiulytė**

Buvusi „Respublikos“ vyr. redaktorė,  
viešųjų ryšių ekspertė



# PRAKGINĖ UŽDUOTIS

Ką apie projektą papasakosime žiniasklaidai?  
Kokias naujienas komunikuosite?

# PRAKTINĖ UŽDUOTIS

Peržiūrėję savo atsivežtą tekstą, pataisykite jį.



Photo by [Shirly Niv Marton](#) on [Unsplash](#)



# Interreg

## Latvija-Lietuva

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

## Jei turite papildomų klausimų

Irma Astrauskaitė

[irastra@gmail.com](mailto:irastra@gmail.com)

Twitter: irastra

# SĒKMĒS KOMUNIKUOJANT APIE PROJEKTUS

Kai pasakojate apie  
savo projektu...

<https://biteable.com/watch/latlit-com-seminaras-1635784/>