

Ръководство за
комуникация, визуализация и дизайн на
проекти по програма „Знание и растеж“

Съдържание:

1. За кого е предназначено
2. Защо е нужно
3. Каква е целта
4. Изисквания към публичността на проектите
 - 4.1. Процедура за съгласуване
 - 4.2. Мерки за информиране и публичност
 - 4.3. Подготовка на прессъобщение
5. Изисквания към материалите за визуализация на проектите
 - 5.1. Основни изисквания към дизайна
 - 5.2. Използване на снимки и графики
 - 5.3. Текст във визиите
 - 5.4. Информация във визиите
 - 5.5. Помощни средства
6. Отчитане на мерките за визуализация и публичност
7. Неспазване

1. За кого е предназначено

Ръководството е предназначено за бенефициентите, изпълняващи проекти, селектирани по програма „Знание и растеж“ (накратко Програмата). Изискванията и насоките в него са задължителни и неспазването им може да бъде третирано като неизпълнение на договора за грант.

Този документ ще послужи на всеки, който:

- публикува информация в медийното пространство за проект от програма “Знание и растеж”;
- създава визия и текст в рамките на изпълнението на проект по програма “Знание и растеж”.

[Обратно към Съдържанието](#)

2. Защо е нужно

Бенефициентите, както и фондациите, имат определени отговорности и предприемат всички необходими стъпки за популяризирането на проектите, Програмата и подкрепата на Фондация „Еконт“ и Фондация „Русе - град на свободния дух“. Бенефициентите предоставят информация към медии, към обществото, в социалните мрежи и др. и правят публично достойно събитията и дейностите по реализираните проекти.

Те покриват минимални изисквания при осъществяването на:

- дейностите за информация и публичност
- дизайна и оформлението на материалите, които използват, разработват и разпространяват.

Настоящото ръководство е разработено в съответствие с комуникационните стандарти на Фондация „Еконт“ и Фондация „Русе - град на свободния дух“ и представлява инструмент, който спомага за постигането на целите и реализацията на програма „Знание и растеж“. Той е общ инструмент и източник на информация, в който са разгледани основните изисквания към визуализацията и публичността на проектите.

Постигането на единен стил във всички визии, които се генерират от бенефициентите на програма “Знание и растеж”, ще подпомогне създаването на идентичност за брандовете на Фондация „Еконт“ и Фондация „Русе - град на свободния дух“ и за по-голяма разпознаваемост на отправените от тях послания.

[Обратно към Съдържанието](#)

3. Каква е целта

Настоящото ръководство има за цел да даде на бенефициентите:

- ясни насоки и информация, която ще позволи на бенефициентите да разберат принципите, изискванията и процедурите за изпълнение на мерките по информация и публичност на Фондация „Еконт“ и Фондация „Русе - град на свободния дух“;
- ръководни принципи, към които трябва да се придържат всички бенефициенти при дизайна на материалите, разработвани в хода на проектите които изпълняват, което да доведе до въвеждането на единни високи стандарти при дизайна на материалите разработвани в хода на изпълнение на проектите;
- осигуряване визуализацията на подкрепата от Фондация „Русе – град на свободния дух“ и Фондация „Еконт“.

Ръководството ще

- улесни бенефициентите в изпълнението на проектите
- ще намали допускането на грешки от технически характер
- ще ограничи несъответствия при изработка на дизайни и промотиране на дейностите и резултатите от тях.

[Обратно към Съдържанието](#)

4. Изисквания към публичността на проектите

4.1. Процедура за съгласуване

Всички продукти за публичност и визуализация на проекти, подкрепени по Програмата се съгласуват предварително с Фондация „Русе - град на свободния дух“, като за целта бенефициентите следва:

- да уведомяват регулярно по e-mail за напредъка по проекта, приключването на дадена дейност от него и започването на нова;
- да уведомяват по e-mail за предстоящи публични събития най – малко 7 работни дни преди настъпването им;
- да изпращат за съгласуване прессъобщенията най – малко 3 работни дни преди датата на изпращане на съобщението до медиите. Прессъобщението се изпраща едва след положителен отговор;
- да слагат в копие и e-mail адресът на Фондацията, когато изпращат прессъобщение;
- да съгласуват визията на всички материали, които се използват и разработват в хода на изпълнение на проекта, най-малко 10 работни дни преди разпространението им. За обемни материали като книги, сборници, презентации и др. срокът е поне 20 работни дни;
- Брошури, дипляни, листовки, информационни бюлетини, плакати, дипломи и сертификати от проведени обучения, презентации, покани, папки, тефтери, тетрадки, блок-листи, списъци следва да се съгласуват с Фондация „Русе – град на свободния дух“, като техните проекти се изпращат най – малко 10 работни дни преди датата на събитието или започването на тяхното разпространение;
- Тениски, шапки, чаши, чадъри, ключоодържатели, раници, химикали, флаш памети, значки и т.н. се съгласуват с Фондация „Русе – град на свободния дух“, като техните проекти се изпращат най – малко 10 работни дни преди изработването им;
- Необходимо е да ни изпратите визията експортирана в работен файл на съответния програмен продукт, за да можем да нанесем своите коментари.

Обратно към Съдържанието

4.2. Мерки за информиране и публичност

Бенефициентите съобщават и подчертават, че проектите които изпълняват са избрани за реализиране по Програма „Знание и растеж“, осъществявана от Фондация „Русе - град на свободния дух“ и подкрепена от Фондация „Еконт“.

По време на осъществяването на проект бенефициентът информира обществеността за получената подкрепа, като:

- Включва на уеб-сайта си и/или фейсбук страница (когато такива съществуват) – кратко описание на проекта, включително неговите цели и резултати, като отбелязва Програмата, по която се реализира, подкрепата на Фондация „Русе - град на свободния дух“ и Фондация „Еконт“;
- Прилага необходимите мерки, за да бъдат участниците в проекта информирани за Програмата, по която се реализира, подкрепата на Фондация „Русе - град на свободния дух“ и Фондация „Еконт“;
- Във всеки документ, свързан с изпълнението на проекта, който се използва за обществеността или за участниците, включително всеки присъствен списък или друг доказателствен материал, се посочва името на проекта, задължителния текст указан в точка 6.3. и логата на Фондация „Русе - град на свободния дух“ и Фондация „Еконт“;
- Публичните събития трябва да бъдат предварително анонсирани по подходящ начин чрез разпространение на прессъобщение до медиите. Предварителна информация за събитието трябва да се публикува и на интернет страницата и/или фейсбук страницата на бенефициента;
- След приключване на събитието се изготвя и разпространява прессъобщение, в което се представя информация за начина, по който е протекло събитието, броя на участниците, информация за хода на проекта, както и предстоящите събития и дейности по проекта;
- При публични изказвания, презентации и интервюта на представители на бенефициента, свързани с проекта, в изказванията е необходимо да се подчертаят ролята на Програмата и подкрепата на Фондация „Русе - град на свободния дух“ и Фондация „Еконт“.

[Обратно към Съдържанието](#)

4.3. Подготовка на прессъобщение

Общоприетата практика изисква прессъобщенията да се изпращат до всички журналисти по предварително подготвен медиен лист, включващ национални и регионални медии, (печатни, електронни и Интернет) по едно и също време, съобразено с работата на редакциите (обикновено до 14.00 ч.). Съобщението е добре да бъде изпратено най – късно в деня преди събитието.

Отдолу напишете към кого да се обърнат медиите за допълнителна информация – име, длъжност, телефон, електронна поща, интернет страница.

Елементи на прессъобщението:

Заглавие

Всяко прессъобщение трябва да има заглавие – то е синтез на основната информация и поради това е един от най-важните негови елементи. То трябва да е стегнато и силно, добре е в него да има глагол и да показва ползата за читателя. Заглавието на Вашето прессъобщение трябва да бъде точно това, което самите Вие очаквате да видите в медиите.

Първи параграф

В началото на прессъобщението трябва да става ясно в кое населено място се случва това, за което пишете и датата, на която то се случва, мястото, кого очаквате там. Името на проекта, програмата по която се реализира и подкрепящите институции. Първият параграф трябва да бъде написан ясно, с кратки изречения, без използването на много обяснителни елементи. В него повторете информацията от заглавието. Избягвайте прилагателни и епитети, използвайте повече съществителни и глаголи. Този параграф не трябва да бъде повече от 25-30 думи. За да грабнете вниманието, трябва да казвате нещо ново, нещо интересно, да използвате повече факти, а не обяснения. Например, подчертайте ако нещо се случва за първи път, за колко хора се отнася, от колко години се прави и т.н. Обективната информация, лишена от емоции, е най-верният път към медиите.

Втори параграф

Отговорете на въпросите защо и как. Дайте повече информация за самото събитие и кой ще участва в него. Например какви ще бъдат ползите за участниците и крайните резултати.

Придържайте се към кратки изречения и параграфи. Един параграф не трябва да бъде повече от 3-4 изречения. Доброто прессъобщение трябва да бъде не повече от 500 до 800 думи. Задължително проверявайте преди да го разпространите за правописни и граматически грешки и за правилното изписване на имената. Най-важните неща подчертайте с почернен шрифт (bold).

Последен параграф

В края на прессъобщението, може да дадете повече информация за проекта, неговите цели, предстоящи етапи или събития, очаквани резултати и др.

[Обратно към Съдържанието](#)

5. Изисквания към материалите за визуализацията на проектите

5.1. Основни изисквания към дизайна:

- Стремим се към олекотени дизайни, без излишни елементи. Минимализъм.
- Винаги използваме логата на фондациите във векторен формат. Логата имат хоризонтален и вертикален варианти, като се избира подходящият спрямо мястото и разположението в материала. Логата трябва да са съразмерни, т.е. с еднакъв размер по височина. При преоразмеряване на композицията, следва да се запазват нейните пропорции. Всяка промяна на изображението влияе върху неговия дизайн и намалява разпознаемостта му. Ако фонът на визията е бял или светъл, използваме цветен вариант на логата. Ако фонът е идентичен със съставните цветове на логата, тъмен или черен използваме монохромни или бели варианти на логата.
- При съчетанието на всички елементи в цялостната визия, е нужно да има достатъчно разстояние между тях.
- Цветовете, които използваме е нужно да са в синхрон и хармония. Повече информация можете да намерите [тук](#), [тук](#) и [тук](#).
- Избягваме искрящи цветове.
- Стараем се да използваме един графичен акцент. Например, ако искаме да покажем процес или случка избираме една графика или снимка, която да показва процеса.

[Обратно към Съдържанието](#)

5.2. Използване на снимки и графики:

Използваме единствено снимки с посочени авторски права или такива със свободни авторски права. За улеснение прилагаме сайтове за сваляне на безплатни снимки в приложените файлове.

[Обратно към Съдържанието](#)

5.3. Текст във визиите:

- Спазваме основните принципи на добра комуникация. Нужно е да става ясно кой говори, как говори, какво говори и на кого говори.
- Препоръчваме шрифт с най-много две начертания (пример: основен и болд). Избягваме използването на повече от два шрифта във визия. Използваме несерифни шрифтове, избягваме наклонени, декоративни и серифни. Препоръчваме използването на open sans и helen.
- Когато искаме да наблегнем на определена дума използваме болд. Не използваме главни букви и червени букви.
- Използваме положителен език. Целта е да създадем положителни впечатления у читателя. Той да остане с приятно усещане след прочетеното.

Пример:

ДА

Всяка година компанията е на печалба.

Искам да подобря образователната система.

Да използваме възможността за развитие в тази ситуация.

НЕ

Компанията няма година на загуба.

Искам да разбивам образователната система.

Да решим наболял проблем с този проект.

- В случаите, когато не можем да съставим положително изречение, предпочитаме съчетанието на отрицателна частица с положителна дума.

Пример:

ДА

Изборът на партньор не е лесна задача.

НЕ

Изборът на партньор е трудна задача.

- Подхождаме с уважение. Използваме уважителни думи и изрази, без назидателен тон. Благодарим.

- Пишем разбираемо. Говорим на езика на целевата аудитория. Стилът помага за лесното разбиране.
- Имаме смислено съдържание. Говорим само, когато е нужно, без излишна бързивост.
- Избягваме емоционалния нюанс. Не даваме оценка.
- При представяне на проекта и подкрепата на Фондация „Еконт“ и Фондация „Русе - град на свободния дух“ използваме следните текстове:

1. В прессъобщения:

“Проектът се осъществява по програма „Знание и растеж“, реализирана от Фондация „Русе - град на свободния дух“, с подкрепата на Фондация „Еконт“.”

или

“Проектът се реализира по програма „Знание и растеж“ на Фондация „Русе - град на свободния дух“ с подкрепата на Фондация „Еконт“.”

2. В плакати, брошури, дипляни, флаери и др:

“Проектът се реализира по програма Знание и растеж.”

[Обратно към Съдържанието](#)

5.4. Информацията, която визията дава, следва да е:

- Пълна - толкова, колкото е нужно.
- Вярна - факти, без възможност за интерпретация. Без да крием информация, без преувеличаване - казваме нещата такива, каквито са.
- Кратка, но не за сметка на пълната и вярна информация.
- Ясна - всеки, без изключение да може да разбере.
- Директна - да няма скрит подтекст, да не е завоалирано. Веднага да се разбира същността. Когато сме директни, можем да сме ясни на момента.

[Обратно към Съдържанието](#)

5.5. Помощни средства

След подписване на Договора за грант всеки бенефициент ще получи e-mail с:

- Лога на Фондация „Русе – град на свободния дух“ и Фондация „Еконт“ във векторен вариант
- Примерни визии
- Шрифтове
- Списък на сайтове за дизайн, снимки, инфографики и др.

[Обратно към Съдържанието](#)

6. Отчитане на мерките за визуализация и публичност

При отчитане изпълнението на проекта се предоставя доказателствен материал за предприетите мерки за информация и комуникация – снимки с достатъчно добро качество за публикуване, аудио-визуални материали, публикувани новини, копия на статии, линкове към уеб-сайтове, екземпляри от произведени и разпространени информационни материали (брошури, листовки, плакати, дипляни, дипломи, удостоверения, папки и т.н.), присъствени списъци и друг подходящ доказателствен материал.

[Обратно към Съдържанието](#)

7. Неспазване

Когато се установи, че даден бенефициент не е спазил отговорностите и изискванията, посочени в настоящото ръководство, Фондация „Русе – град на свободния дух“ може да прекрати договора и да поиска възстановяване на вече отпуснатите средства.

Неуредените въпроси в този наръчник се решават в процеса на комуникация и съгласуване с Фондация „Русе - град на свободния дух“.

Това ръководство е свързано с чл. 2, ал. 4 и чл. 4 от Договора за грант.

[Обратно към Съдържанието](#)