

ДОВІДНИК З КОМУНІКАЦІЙ

■ Для грантерів проекту «Імпульс»

Друзі.

Вітаємо вас із отриманням гранту в проєкті «Імпульс», який реалізовує Міжнародний фонд «Відродження» (МФВ) разом із Фондом Східна Європа (ФСЕ) за підтримки Норвезького агентства з питань розвитку та співробітництва (Norad) та у партнерстві зі Швецією (Sida). Ми бажаємо вам успіхів у реалізації проєкту і сподіваємось, що він стане іще однією історією позитивних змін.

Попереду у вас багато роботи, а її результатами ви будете ділитися на сторінках ваших соціальних мереж, у ЗМІ та під час публічних подій. Для нас важливо, щоб ви згадували про свою співпрацю з Грантодавцями зрозуміло й коректно. Для того, щоб спростити цю частину вашої роботи, і написаний це довідник.

Цей довідник описує правила згадок про Грантодавців у вашій публічній комунікації – статтях, постах, відео та виступах. У ньому ви також знайдете принципи взаємодії із нами, Комунікаційним відділом «Імпульсу», посилання на логотипи та візуальні шаблони, які ви можете використати, алгоритми та чеклісти, які допоможуть вам під час вашої роботи.

Ми закликаємо вас прочитати цей довідник і звертатися до нього в ході проєкту. Якщо після його прочитання у вас залишилися додаткові питання – пишіть нам на impulse@irf.ua або членам нашої команди в месенджери. Особисті контакти кожного ви знайдете в кінці довідника.

Як міг би сказати Борис Грінченко, не бійтесь заглядати в довідник, там пишний яр, а не сумне провалля.

Дружно,

Комунікаційна команда Міжнародного фонду «Відродження»

Важливість згадки Фонду

Чому важливо згадували Фонд у своїх матеріалах? В першу чергу, **це формальна вимога**, яку ви узгоджуєте в грантовій угоді.

Відповідно до п. 2.5. **Угоди про реалізацію проєкту**, яку ви підписуєте з Міжнародним фондом «Відродження», усі інформаційні матеріали, що створюються в рамках проєкту, підтриманого Фондом, мають містити згадку про Фонд як про партнера проєкту. Це ж стосується і публічних подій.

Навіщо це потрібно?

Така вимога є загальноприйнятою і переслідує три ключові цілі:

- **Продемонструвати прозорість та відкритість.** Для Фонду важливо бути відкритими та ділитися повною інформацією про нашу діяльність. Коли ви публічно згадуєте про партнерство з Фондом, ви підтверджуєте нашу співпрацю та надання коштів. Це є ознакою чесності та відкритості перед своїми читачами та послідовниками.
- **Допомогти нам оцінити ефективність.** Як і ви, ми проводимо моніторинг та оцінку наших проєктів, напрямків роботи, стратегічних пріоритетів. Згадка про Фонд дозволяє нам оцінити ефективність роботи в рамках проєкту, а громадянам – ефективність роботи самого Фонду.
- **Ефективніше поширення ваших матеріалів.** Ми як ніхто зацікавлені, щоб ваші комунікаційні матеріали досягнули своїх аудиторій і можемо бути вашим союзником у цьому. Ми хочемо ділитися новинами про найцікавіші проєкти, які підтримує Фонд. В тому числі й про ваш.

Гнучкість

Ми намагалися освітити усі питання, які найчастіше виникають перед грантерами Фонду. Проте їх перелік не є вичерпним.

Ми свідомі того, що подекуди ці правила доцільно змінювати, якщо це допоможе краще реалізувати ваш проєкт. Ми готові до такої гнучкості, якщо ви зможете пояснити нам причини, за якими ці правила необхідно змінити.

Нехай ключовим принципом нашої взаємодії буде здоровий глузд.

Якщо ви не знайшли у цьому довіднику відповіді на питання, що вас цікавлять або маєте сумніви щодо їх дотримання – пишіть на impulse@irf.ua і ми разом спробуємо знайти оптимальне рішення.

Виключення з правил

Ми свідомі, що в окремих випадках вказівка щодо підтримки проєкту Фондом може нашкодити реалізації проєкту або принести додаткові ризики. Зокрема, такі виключення можуть застосовуватись для комунікації щодо:

- Проєктів, що стосуються чутливих тем (робота з меншинами, упересліджуваними групами тощо);
- Проєктів, що передбачають роботу у окупованих або прифронтових громадах;
- Інших проєктів, у яких публічна згадка про джерело підтримки може впливати на безпеку виконавців проєкту або стейкхолдерів.

У випадку, якщо ви вважаєте, що ваш проєкт підпадає під якийсь з цих критеріїв – напишіть на impulse@irf.ua і ми спробуємо знайти спільне рішення щодо вашого випадку.

Комунікація після закінчення проєкту

Якщо після формального закінчення проєкту ви продовжуєте комунікувати щодо напрацювань, здійснених в межах проєкту, ми радимо продовжувати зазначати про підтримку, отриману від Грантодавців, але із зазначенням того, що наш спільний проєкт наразі є закінченим.

Ви можете вільно зазначати у власних матеріалах про те, що були грантерами у цьому проєкті, підтриманому Грантодавцями.

Загальні підходи до співпраці

Ми переконані, що наша з вами тісна співпраця та обмін інформацією може підсилити як організації Грантодавців, так і ваш проєкт. Ми готові бути чесними та відкритими і очікуємо, що ви також виходитимете з цих принципів під час нашої взаємодії.

Цензура

Ми не можемо і не будемо цензурувати зміст ваших комунікаційних матеріалів. Ми довіряємо вашій експертизі та цінностям, тож вважаємо, що ваші знання у темі вашого проєкту є глибшими, за наші.

Винятком є комунікаційні матеріали, які суперечать цінностям прав людини і містять прямі образи чи заклики до обмеження прав тієї чи іншої групи. В таких випадках ми можемо попросити вас змінити або прибрати відповідні матеріали.

Також зазвичай ми не надаємо оцінки якості ваших комунікаційних матеріалів і слідуємо лише за дотриманням формальних правил. Проте якщо у вас є бажання отримати такий зворотній зв'язок – ми можемо надати його вам на запит.

Аналогічно ми не переписуємо, не змінюємо оформлення та не втручаємось іншим чином у ваші комунікаційні матеріали, проте за вашим запитом ми можемо допомогти зробити ваш матеріал якіснішим, якщо це дозволить поточна завантаженість відділу та дедлайни.

Права на комунікаційні матеріали

Усі права на комунікаційні матеріали належать організаціям або людям, які їх створили. Проте ми залишаємо за собою право використовувати ці матеріали з некомерційною метою для комунікаційних продуктів (новини на сайті, пости в соціальних мережах) Фонду або Open Society Foundations з вказівкою авторства та з повним дотриманням законодавства щодо авторського права.

Якщо ви не бажаєте, щоб ми використовували ваші комунікаційні матеріали, напишіть про це окремо на impulse@irf.ua.

Створення комунікаційних стратегій

Якщо ваш проєкт відповідає принаймні 2 з 3 наступних критеріям, ми просимо вас підготувати та узгодити комунікаційну стратегію або комунікаційний план вашого проєкту:

- Сума підтримки вашого проєкту складає більше 50 тисяч доларів за курсом НБУ;
- Тривалість вашого проєкту складає більше 10 місяців;
- Ваш проєкт передбачає проведення окремих комунікаційних кампаній;

Це важливо, щоб Фонд міг узгодити комунікацію в межах ваших проєктів з власним комунікаційним планом, таким чином взаємно підсилюючи звучання важливих суспільних тем.

План або стратегія можуть бути побудовані в довільній формі. Ви можете проконсультуватися щодо його створення або надіслати готовий на impulse@irf.ua.

Для невеликих та короткочасних проєктів Фонд не вимагає створення та узгодження окремих комунікаційних проєктів та планів.

Узгодження комунікаційних матеріалів

Фонд не вимагає узгодження усіх комунікаційних матеріалів, розроблених в межах проекту, проте просимо надсилати на попереднє узгодження найбільш значимі з них. Це допоможе уникнути потенційних непорозумінь і сприятиме кращому виконанню ваших зобов'язань з комунікації, які ви берете згідно з п. 2.5 Угоди про виконання проекту. Також це дозволить нам вмонтувати ваші комунікаційні продукти у наш контент-план, якщо він відповідатиме нашим пріоритетам.

Типи матеріалів на узгодження

Які матеріали не потрібно попередньо узгоджувати:

- Окремі публікації в соціальних мережах вашої організації;
- Публікації про ваш проект або вашу організацію, які готують журналісти і які не є частиною комунікації, що передбачена в проекті;
- Авторські блоги/колонки експертів проекту на тематику проекту в ЗМІ або соціальних мережах;
- Новини, статті до 3 тис. знаків про перебіг проекту, які ви розміщуєте на власному сайті або інших майданчиках організації;
- Презентації для публічних заходів, що передбачають демонстрацію напрацювань, отриманих в рамках проектів;
- Ілюстрації, які ви готуєте в межах проекту;

Які матеріали потребують попереднього узгодження:

- Великі аналітичні статті, репортажі тощо довжиною понад 3 тисячі символів, які написані вами в межах проекту;
- Публічні події, такі як форуми, конференції, круглі столи, прес-конференції тощо, що проходять в межах проекту;
- Прес-анонси та прес-релізи для публічних подій, що проходять в межах проекту;
- Інфографіка та інформаційні плакати, підготовлені в межах проекту;
- Відеоролики, короткометражні та повнометражні документальні фільми, що були підготовлені в межах проекту.

Якщо ваш проєкт передбачає створення серії з однотипних публікацій, статей, інфографіки, відеороликів тощо – попереднього узгодження потребуватиме тільки перший з них. Наступні можна надсилати для огляду після їх публікації.

Час узгодження матеріалів

Різні типи комунікаційних матеріалів потребують різного часу на узгодження.

Масові публічні події офлайн за участі більше учасників та відвідувачів (конференції, форуми тощо)	не пізніше, ніж за 10 днів дати проведення
Публічні заходи за часті менше 50 учасників, такі як круглі столи, прес-конференції тощо	не пізніше, ніж за 3 дні до дати проведення
Статті понад 3 тис. символів	не пізніше, ніж за добу дати публікації
Прес-анонси та прес-релізи для публічних подій	не пізніше, ніж за добу дати публікації
Інфографіка або інформаційні плакати	не пізніше, ніж за добу дати публікації
Короткі відеоролики (до 3 хв)	не пізніше, ніж за добу дати публікації
Довгі відеоролики (більше 3 хв) або короткометражні документальні, ігрові фільми	не пізніше, ніж за 3 дні до дати проведення
Повнометражні документальні фільми	не пізніше, ніж за 7 днів дати проведення

Усі матеріали для узгодження слід надсилати на impulse@irf.ua, вказавши в темі листа «На узгодження: [тип матеріалу] [назва організації]». Наприклад «На узгодження: Інфографіка від Фондації розвитку Козятинщини». В тілі листа просимо написати назву проєкту, який ви реалізовуєте. Матеріали, які ви надсилаєте на узгодження, найкраще надати через посилання, або додати вкладений файл, якщо його вага не перевищує 5 мб.

Якщо протягом визначеного часу ви не отримали відповіді – ви можете публікувати матеріал навіть без отримання узгодження.

Після отримання узгодження ви можете публікувати матеріали в зручний для вас час, навіть якщо він відрізняється від попередньо описаного вами у листі (крім дат проведення публічних подій).

Екстраординарні випадки

Ми свідомі, що в деяких випадках матеріали підв'язуються під раптові інформаційні приводи і потребують швидкої публікації. В таких екстраординарних випадках ви можете надіслати матеріали вже після їх розсилки або публікації. Проте ми просимо коротко описати у листі, чому цей матеріал потребував термінової публікації без узгодження.

Маркування матеріалів

В усіх матеріалах, які будуть створені в межах «Імпульсу», необхідно розмістити позначення про підтримку з боку грантодавців.

Види маркування

Ви використовуватимете 5 видів такого позначення та їх комбінації:

- Лінійка логотипів Міжнародного фонду «Відродження», Фонду Східна Європа, Норвегії і Швеції. Використовується для усіх візуальних матеріалів;
- Дисклеймер – текстове позначення від грантодавців вашого проєкту. Використовується для більшості текстових матеріалів;
- Інформер – коротка інформація про грантодавців. Використовується лише для великих матеріалів на кшталт книг та вебсайтів, що стали результатами вашого проєкту.
- Усна згадка – згадка про підтримку грантодавцями вашого проєкту, яку ви озвучуєте під час публічних заходів, інтерв'ю тощо;
- Тег грантодавців у Facebook або Instagram.

Ви можете поєднувати маркування грантодавців із маркуванням власної організації, наприклад, додавати власний логотип, додавати в текст дисклеймера назву вашої організації або проєкту, додавати власний інформер в публікації тощо.

Для різних комунікаційних матеріалів використовуються різні види позначення:

зображення для соціальних мереж; відеоролики до 120 секунд; сувенірна продукція; слайди презентацій; банери;	Логотипи
статті для сторонніх майданчиків (ЗМІ, сайти партнер тощо); електронні розсилки;	Дисклеймер

Вступне/заключне слово під час публічних подій	Усна згадка
Інтерв'ю	
Записи в соціальних мережах	Тег Фонду (+ логотип, якщо присутні спеціальні розроблені зображення)
прес-релізи / прес-анонси; статті на сайті організації; листівки, флаєри, буклети; інфографіка, інформаційні плакати; відеоролики більше 120 секунд програми та інші роздаткові матеріали для заходів; останній слайд презентацій;	Логотипи + дисклеймер
друковані видання від 30 сторінок; вебсайти, створені в рамках проєкту	Логотипи + дисклеймер + інформер

Лінійка логотипів

Всі публікації, роздаткові матеріали, зображення для соціальних мереж, які розроблені в рамках проєкту мають супроводжуватись лінійкою логотипів. Це допоможе візуально підтвердити партнерство з Грантодавцями у реалізації вашого проєкту.

Лінійка логотипів має розміщуватись на таких матеріалах, як:

- зображення для соціальних мереж;
- відеоролики та фільми;
- сувенірна продукція;
- слайди презентацій;
- програми, форми реєстрації та інші роздаткові матеріали для заходів;
- листівки, флаєри, буклети (як друковані, так і електронні);

- інфографіка, інформаційні плакати;
- прес-релізи / прес-анонси;
- статті на сайті організації;
- банери;
- Техніка, якщо вона була закуплена за кошти проєкту.

Де не обов'язково розміщувати логотип:

- Предмети одягу або інша сувенірна продукція, якщо вона не містить логотипів інших організацій;

Використання з іншими логотипами

Ви можете вільно розміщувати свій логотип у комунікаційних матеріалах разом із лінійкою логотипів. Використання лінійки логотипів разом із логотипами політичних партій – заборонене.

Посилання на логотипи

Усі версії лінійки логотипів у білому та темних кольорах, векторні та растрові версії, українською та англійською ви можете знайти [за посиланням](#).

Вибір правильної версії лінійки логотипів

Якщо лінійка логотипів розміщується на чорному або темному фоні – ми радимо використовувати білу версію логотипу. Для україномовних матеріалів використовується україномовна версія логотипу. Для англійськомовних матеріалів ми радимо використовувати англійськомовну лінійку логотипу.

Розмір лінійки логотипів

Ви можете вільно змінювати розмір лінійки логотипів, не змінюючи його пропорції. Проте його розмір має бути достатнім, щоб логотипи можна було розрізнити та зчитати зміст.

Місце розміщення

Ви можете розмістити логотипи у зручному вам місці. Ми рекомендуємо розміщувати логотипи згори/знизу посередині. Або згори/знизу в кутках зображення.

Суміщення з іншими логотипами

Ми радимо візуально відділити лінійку логотипів грантерів від вашого логотипу/ логотипів виконавців – збільшити відступ між лінійкою логотипів грантерів та іншими логотипами.



Ваше лого

Зона захисту

Зона захисту між логотипами в лінійці – 6 мм. Зона захисту навколо логотипів – мінімум 3 мм від найвищого/найнижчого краю. Логотипи грантерів розміщуються з лівого або правого краю на візуально помітній відстані.



Чого не можна робити з логотипом

Ми настійливо просимо не вносити жодних змін у лінійку логотипи, які ви завантажуєте за посиланнями вище.

Зокрема, ми суворо вимагаємо не вносити таких змін:

- Змінювати колір
- Змінювати шрифт надпису чи сам надпис
- Додавати /змінювати будь-які графічні елементи
- Додавати / змінювати надписи
- Змінювати пропорції емблеми чи надпису
- Змінювати пропорції між емблемою та надписом

 МІЖНАРОДНИЙ ФОНД ВІДРОДЖЕННЯ 	 МІЖНАРОДНИЙ ФОНД ВІДРОДЖЕННЯ 
 МІЖНАРОДНИЙ ФОНД ВІДРОДЖЕННЯ 	 МІЖНАРОДНИЙ ФОНД ВІДРОДЖЕННЯ Розбудуємо Козятинщину разом 
 МІЖНАРОДНИЙ ФОНД ВІДРОДЖЕННЯ 	 МІЖНАРОДНИЙ ФОНД ВІДРОДЖЕННЯ 

Якщо ви вважаєте, що для вашого макету потрібно внести будь-яку зміну в лінійку логотипів, напишіть про це на impulse@irf.ua і ми спільно визначимо, чи є це можливим.

Дисклеймер

Для текстового позначення партнерства в межах вашого проєкту ми просимо вас використовувати дисклеймер, який ви можете змінювати. Дисклеймер потрібно використовувати для таких типів контенту, як:

- статті для сторонніх майданчиків (ЗМІ, сайти партнерів тощо);
- електронні розсилки;
- прес-релізи / прес-анонси;
- статті на сайті організації;
- листівки, флаєри, буклети;
- інфографіка, інформаційні плакати;
- відеоролики більше 120 секунд
- програми та інші роздаткові матеріали для заходів;

- останній слайд презентацій;
- друковані видання від 30 сторінок;
- вебсайти, створені в рамках проєкту

В дисклеймері має бути збережено дві частини: 1) про підтримку Фондом вашої ініціативи; 2) про те, що зміст матеріалів є вашою ініціативою, а не замовленням Фонду.

Базова версія дисклеймера звучить наступним чином:

Матеріал підготовлений у межах Проєкту «Імпульс», що реалізовується Міжнародним фондом «Відродження» та Фондом Східна Європа за фінансування Норвегії (Norad) та Швеції (Sida). Зміст матеріалу не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження», Фонду Східна Європа, Уряду Норвегії та Уряду Швеції.

Дисклеймер англійською звучить наступним чином:

The document was prepared within the framework of the Impulse Project implemented by the International Renaissance Foundation and the East Europe Foundation with funding from Norway (Norad) and Sweden (Sida). The contents do not necessarily reflect the position of the International Renaissance Foundation, the East Europe Foundation, the Government of Norway and the Government of Sweden.

Дисклеймер може розміщуватися як у окремому абзаці, так і всередині тексту, в т.ч. у зміненому під стиль тексту вигляді.

Зміна дисклеймера

Ви можете змінювати дисклеймер відповідно до ваших цілей та потреб, залишаючи обидві частини дисклеймера. Зокрема, ви можете:

- Замінювати слова «Матеріал» та «підготовлено» на тип контенту чи процес, які більше відповідають вашій ситуації (наприклад, «Інфографіка розроблена...», «Круглий стіл організований...», «Стаття написана»;

- Додавати інших донорів, якщо вони співфінансують проєкт (наприклад, «Сайт створено за підтримки Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу»);
- Додавати назву вашої організації (наприклад, «Конференція була організована Фондом розвитку Козятинщини за підтримки Міжнародного фонду «Відродження»);
- Додавати назву вашого проєкту (наприклад, «Документальне відео зняте в рамках проєкту «Козятин – колыска європейської цивілізації» за підтримки Міжнародного фонду «Відродження»);
- Додавати будь-які інші редакторські зміни, які не впливають на зміст дисклеймера.

Не можна:

- Додавати до дисклеймера будь-яку інформацію, що змінює зміст або може створити хибні уявлення щодо підтримки (наприклад, «Листівки надруковано за підтримки Міжнародного фонду «Відродження», який зацікавлений в просуванні Козятина як столиці духовності та борні...»);

Якщо у вас є сумніви щодо того, чи можна використовувати дисклеймер у тому варіанті, який вам подобається, – ви можете написати на impulse@irf.ua і ми узгодимо це питання разом.

Інформер

Інформер – це короткий текст про грантодавців, який розміщується на тих типах контенту, які містять багато інформації, відтак потребують додаткових пояснень щодо джерел фінансування.

Це стосується таких типів контенту як:

- друковані видання від 30 сторінок;
- вебсайти, створені в рамках проєкту.

Інформер використовується не замість, а додатково до логотипу та дисклеймера.

Місце розміщення інформера не регламентується. Наприклад, для вебсайтів ви можете розміщувати інформацію у футері сайту, для видань – на форзаці обгортки абощо абощо.

Інформер Міжнародний фонд «Відродження» (УКР)

Міжнародний фонд «Відродження» – одна з найбільших благодійних фондаций в Україні, що з 1990-го року допомагає розвивати в Україні відкрите суспільство на основі демократичних цінностей. За час своєї діяльності Фонд підтримав більше 20 тисяч проектів на суму понад 350 мільйонів доларів США.

Сайт: www.irf.ua

Facebook: [www.fb.com/irf.ukraine](https://www.facebook.com/irf.ukraine)

Інформер Міжнародний фонд «Відродження» (ENG)

The International Renaissance Foundation is one of the largest charitable foundations in Ukraine. Since 1990 we have been helping to develop an open society based on democratic values in Ukraine. During its activity, the Foundation has supported more than 20 thousand projects. The funding amounted to over \$ 350 million.

Website: www.irf.ua

Facebook: [www.fb.com/irf.ukraine](https://www.facebook.com/irf.ukraine)

Інформер Фонд Східна Європа (УКР)

Фонд Східна Європа – благодійна неприбуткова організація. Фонд є одним із лідерів громадського сектору в Україні, який реалізував понад 100 програм різного масштабу, тривалості та складності. Між напрямків діяльності – розвиток демократії та громадянського суспільства, гуманітарне реагування та відновлення, впровадження електронного урядування та багато іншого. Місія Фонду – трансформувати Україну в державу, яка служить людям та їх захищає.

Сайт:

Facebook:

Інформер Фонд Східна Європа (ENG)

East Europe Foundation is a non-profit charitable organization. The Foundation is one of the leaders in Ukraine's civil society sector, having completed more than 100 programs of various scales, duration, and complexity. Its areas of activity include the development of democracy and civil society, humanitarian response and recovery, instituting e-government, and much more. The Foundation's mission is the transformation of Ukraine into a country that serves and protects its people.

Website:

Facebook:

Інформер Norad (ENG)

The Norwegian Agency for Development Cooperation (Norad) is a key governmental body responsible for implementing Norway's international development policy. Working closely with global partners, Norad strives for a greener and more equitable world where human rights are respected and no one is left behind. Acting on behalf of Norway, Norad manages grants for long-term development and humanitarian aid, and provides expert advice to the Norwegian Ministry of Foreign Affairs and the Ministry of Climate and Environment. Through knowledge and cooperation, Norad ensures that Norwegian aid makes a real impact on global development.

Website: www.norad.no

Facebook: www.facebook.com/Norad

Інформер Norad (UKR)

Норвезьке агентство з питань розвитку (Norad) – ключовий урядовий орган відповідальний за реалізацію міжнародної політики розвитку Норвегії. У тісній співпраці з глобальними партнерами Norad прагне до більш зеленого та справедливого світу, де поважаються права людини й ніхто не залишається осторонь. Виступаючи від імені Норвегії, Norad управляє грантами на довгостроковий розвиток і гуманітарну допомогу, а також надає експертні консультації Міністерству закордонних справ Норвегії та Міністерству клімату й навколишнього середовища. Завдяки знанням і співпраці Norad забезпечує реальний вплив норвезької допомоги на глобальний розвиток.

Сайт: www.norad.no

Facebook: www.facebook.com/Norad

Інформер Sweden (Sida) (ENG)

Sweden invests public resources in international development efforts aimed at improving living conditions for people facing poverty and oppression worldwide. Sweden has been cooperating with Ukraine since 1998, supporting independent media, civil society, environmental protection, and social reforms. Today, its long-term support also includes infrastructure rebuilding and economic recovery, alongside humanitarian assistance for those affected by the war. These activities are supported by Sweden, through the Swedish International Development Cooperation Agency (Sida).

Website: www.sida.se

Facebook: www.facebook.com/SidaSverige

Інформер Sweden (Sida) (UKR)

Швеція інвестує державні ресурси в міжнародні зусилля з розвитку, спрямовані на покращення умов життя людей, які стикаються з бідністю та утисками в усьому світі. Швеція співпрацює з Україною з 1998 року, підтримуючи незалежні медіа,

громадянське суспільство, захист довкілля та соціальні реформи. Сьогодні її довгострокова підтримка також включає відбудову інфраструктури та економічне відновлення, а також гуманітарну допомогу тим, хто постраждав від війни. Ця діяльність здійснюється за підтримки Швеції через Шведське агентство з питань міжнародної співпраці та розвитку (Sida).

Сайт: www.sida.se

Facebook: www.facebook.com/SidaSverige

Ви можете розміщувати разом з інформерами Грантодавців інформацію про вашу організацію.

Розмір кеглю для інформеру чи шрифт інформеру ви визначаєте на власний розсуд, проте інформер не має суттєво відрізнятися за стилем від решти тексту на сторінці чи у виданні.

Усна згадка

Усна згадка – це форма згадування про співпрацю вашої організації та Грантодавців у межах вашого проєкту, яку ви використовуєте в тих випадках, коли неможливо застосувати дисклеймер та логотипи, зокрема:

- На публічних заходах (круглі столи, прес-конференції, мітинги, флешмоби тощо);
- Під час коментарів чи інтерв'ю для ЗМІ;
- Під час онлайн-заходів, які ви проводите в межах проєкту;
- Під час ваших виступів на заходах партнерів, якщо ви презентуєте напрацювання, розроблені в межах спільного з Фондом проєкту, якщо цей проєкт все ще триває (згадка після закінчення проєкту є бажаною, хоч і не обов'язковою).

У таких випадках ви маєте усно зазначити про підтримку вашої ініціативи або проєкту Грантодавцями. Ви можете використовувати зручну для вас форму, стиль мовлення тощо і не радимо в рамках усної згадки зачитувати дисклеймер, адже це виглядатиме чужорідно.

Якщо, в межах вашого проєкту, ви організовуєте захід, ми радимо використовувати усну згадку під час вступного та заключного слова, адже таким чином вона найбільш органічно вписуватиметься в логіку події.

Проведення подій

Окрім розміщення згадок в матеріалах публічних подій, цей тип комунікації потребує додаткового узгодження або повідомлення про дату. Це потрібно, адже події потрапляють у внутрішній календар, який ми використовуємо, щоб спланувати комунікацію, участь працівників тощо.

Які події потребують узгодження дати:

- Публічні конференції, форуми, презентації тощо, розраховані на 50+ учасників;
- Престури;

У такому випадку ми просимо вас не пізніше, ніж **за 10 днів до події**, повідомити нас на impulse@irf.ua про заплановану дату проведення, щоб ми могли звірити її з календарем і визначити, чи не проводяться в цей час інші важливі події Фонду або наших грантерів. Ми можемо запропонувати вам змінити дату, щоб уникнути великого скупчення подій, цільові аудиторії яких перетинаються, проте ця пропозиція матиме лише рекомендаційний характер.

Які події потребують завчасного повідомлення про дату:

- Навчальні або рекреаційні заходи, розраховані на 50+ учасників;
- Пресконференції;
- Круглі столи або інші публічні події, розраховані на менше, ніж 50 учасників;

У такому разі ми просимо вас попередньо повідомити не пізніше, ніж **за 3 дні до події**, про дату та час її проведення. Це допоможе нам спланувати свою діяльність та уможливити відвідання події представниками Фонду.

Які події не потребують узгодження або завчасного повідомлення:

- Навчальні та рекреаційні заходи, розраховані на менше ніж 50 учасників;
- Громадські слухання, консультації з органами влади тощо;
- Закриті наради, стратегічні сесії тощо.

Для матеріалів, що презентуються під час публічних подій, діють усі вищезгадані правила і вимоги щодо згадок Фонду через використання логотипу, дисклеймеру, усної згадки.

Календар обміну матеріалами з комунікаційним відділом

Для того, щоб ми мали можливість краще спланувати наш контент план, відвідування працівниками Фонду до ваших заходів та могли підсилити комунікацію вашої події, просимо надсилати матеріали ваших подій комунікаційному відділу.

	Форуми, конференції дискусії на 50+ чол. (не пізніше ніж...)	Пресконференції, круглі столи дискусії до 50 чол. (не пізніш ніж...)
Анонс	За 7 робочих днів до події	За 3 робочі дні до події
Роздаткові або демонстраційні матеріали (інфографіки дослідження тощо)	За 2 робочих дні до події	За добу до події
Пост-реліз	Через 1 робочий день після події	Через 1 робочий день після події
Фото-відеоматеріали	Через 2 тижні після події	Через 2 тижні після події

Можливість участі представників Фонду у ваших подіях

Для виступів на своїх публічних подій ви можете запрошувати представників Грантодавців. Наприклад, це може бути вступне слово, участь у панельній дискусії тощо. Якщо ви хочете залучити представника від організації-грантодавця – просимо написати на impulse@irf.ua

Це НЕ є обов'язковою умовою, ви самостійно визначаєте, чи є потреба виступу спікера від Грантодавців на вашому заході.

Друкований банер

Для публічних подій, що проходять у Києві або Львові наживо, ви можете отримати банер для встановлення на локації. Це є необхідним в разі, якщо на локації будуть встановлені інші банери (наприклад, вашої організації, інших донорів) і не є обов'язковим, якщо захід проходить у інших містах або в тому разі якщо в місці проведення не розміщуються жодні банери.

Фото та відеоматеріали

У ході реалізації проєктів ви знімаєте фото та відео. Ми просимо вас ділитися цим контентом не лише в рамках проєктних звітів, але й надсилати їх комунікаційному відділу під час реалізації проєкту. Це дозволить нам якісніше комунікувати вашу роботу, як всередині мережі Open Society Foundations, так і на публічних майданчиках грантерів.

Найзручніший спосіб для цього – завантажити фото та відео, якими ви можете поділитися, на Google Drive або аналогічний сервіс і надіслати посилання на impulse@irf.ua. Просимо вас зберігати ці файли принаймні протягом тижня після надсилання.

Усі права на фото та відео залишаться за вами.

Дозвіл на зйомку

Відповідно до Загального регламенту про захист даних ЄС (GDPR), особи, яких ви фотографуєте або знімаєте на ваших заходах мають надати згоду на їх зйомку.

Ми пропонуємо додати до вашої реєстраційної форми за заходу наступний пункт: «Я погоджуюсь, що під час заходу буде вестися фото та відеозйомка, а відзняті матеріали, на яких може бути моє зображення, в подальшому можуть бути опубліковані на майданчиках ____ваша організація____ або Міжнародного фонду «Відродження», Фонду Східна Європа, Норвезького агентства з питань розвитку та співробітництва (Norad), Швеції (Sida)».

Текстові матеріали

Маркування текстових матеріалів, які ви готуєте в рамках проєкту, залежить від майданчика, на якому ви його публікуєте.

- Якщо матеріал готує проєктна команда і він розміщується на майданчиках організації (наприклад, сайт організації чи сайт проєкту) – в публікаціях необхідно додати дисклеймер та лінійку логотипів;
- Якщо матеріал готує проєктна команда, він розміщується на сторонніх майданчиках (наприклад, в ЗМІ) та є частиною ваших проєктних зобов'язань – у публікації необхідно додати дисклеймер у довільній формі, де буде зазначено про підтримку проєкту Грантодавцями;
- Якщо матеріал готує проєктна команда, він розміщується на сторонніх майданчиках (наприклад, в ЗМІ), але не є частиною ваших проєктних зобов'язань – згадка про підтримку не є обов'язковою, проте є бажаною;
- Якщо матеріал готують журналісти ЗМІ про ваш проєкт за власною ініціативою – згадка про підтримку не є обов'язковою, проте є бажаною;

Цитати представників Міжнародного фонду «Відродження»

За бажанням, ви можете додавати цитати від представників Міжнародного фонду «Відродження» (виконавчий директор Фонду, директор профільної програми тощо) до своїх текстових матеріалів: статей, пресрелізів тощо.

Щоб отримати цитату, напишіть на impulse@irf.ua. Розраховуйте час, щоб на підготовку цитати у нас було не менше однієї доби.

Соціальні мережі

Вам не потрібно жодним чином узгоджувати матеріали публікацій для соціальних мереж, проте якщо у вас є бажання порадитися щодо контенту, який ви готуєте, ви можете написати на impulse@irf.ua, і ми обговоримо питання, які вас хвилюють.

У соціальних мережах ми не радимо використовувати повний текст дисклеймера, проте ми закликаємо вас додавати згадки про співпрацю з Грантодавцями іншим чином:

- Якщо ви окремо розробляєте зображення або відео для соціальних мереж – просимо додати туди лінійку логотипів. Це не стосується фотографій без надписів, якщо ви не додаєте на них інші логотипи.
- Якщо ви створюєте окремі сторінки проекту або створюєте події в рамках проекту – додайте на їх обгортку зображення з лінійкою логотипів;
- Щоб ми могли відслідковувати ваші публікації в соцмережах, ви можете тегати сторінки фонду ([фейсбук](#), [інстаграм](#), [твітер](#)) або ж додавати хештеги: **#ІмпульсДляГО**, якщо публікація українською мовою або **#ImpulseForNGO**, якщо публікація будь-якою іншою мовою. Ви можете використовувати лише тег або лише хештег, або ж поєднувати їх;
- Якщо ви створюєте Facebook-подію – додайте, будь ласка, сторінку фонду до співорганізаторів;

Тип контенту	Спосіб згадки
Записи в Facebook, Instagram, Twitter	Тег або хештег + лого (якщо зображення розроблені окремо)
Tik-Tok	Хештег або лого
Рілс, Сторіс в Instagram	Лого або усна згадка
Facebook-подія	Лого, дисклеймер, співорганізатори

За попереднім погодженням, ми можемо кроспостити ваші онлайн-трансляції у Facebook на сторінку Фонду (33 тис. підписників). Для узгодження – напишіть повідомлення сторінці Фонду або на impulse@irf.ua . Ретрансляція не є обов'язковою;

Візуальний стиль

Ми ніяк не обмежуємо вас у вашій творчості, ви можете обирати візуальний стиль ваших комунікацій в рамках проекту відповідно до ваших вподобань.

Проте якщо у вашій команді немає дизайнерів і ви відчуваєте, що потребуєте допомоги – ви можете використовувати шаблони в Canva, які ми підготували для вас.

Зокрема:

Шаблони для постів у [Facebook](#), [Instagram](#)

[Шаблон для презентації](#)

[Шаблон для обгортки дослідження](#)

[Шаблон для події у Facebook](#)

Під час переходу за посиланням обирайте «Використати шаблон для нового дизайну». Використання шаблонів є добровільним. Ви можете вільно використовувати інші шаблони чи стилі.

Інше

Розміщення інформації про проєкт на вашому сайті

Якщо сайт організації має розділ «партнери», організація має додати до партнерів [Міжнародний Фонд «Відродження»](#) з активними гіперпосиланнями на залінковані сайти (якщо це технічно можливо).

Якщо сайт організації має розділ «проєкти» із переліком / окремими сторінками для проєктів, організація має додати у список або створити окрему сторінку для проєкту, який ви реалізуєте за підтримки Фонду. Якщо інформація про проєкт розміщується у вигляді окремої сторінки, вона має містити помітний логотип Міжнародного фонду «Відродження» та дисклеймер.

Якщо такого функціоналу на сайті немає – ці вимоги не є обов’язковими.

Маркування фізичної продукції

Якщо ви виготовляєте сувенірну продукцію, ми радимо не розміщувати лінійку логотипів на ній, якщо вона не міститиме інших логотипів. Якщо ж ви плануєте надрукувати на сувенірній продукції своє лого, – у такому разі необхідно додати також і лінійку логотипів.

Звітування щодо комунікацій в межах проєкту

В рамках підготовки звітів за проєктом ви надсилатимете також і комунікаційну частину звіту. Зокрема, ми очікуватимемо від вас на наступні частини звіту:

- Фото і відео, особливо з подій;
- Інфографіка, відео або інші мультимедіа, якщо вони були створені в рамках проєкту;
- Медіамоніторинг – список посилань на публікації про проєкт;
- Опис комунікаційних результатів проєкту – яких аудиторій вдалося досягнути, який вплив справила ваша комунікація, яких змін допомогла досягнути тощо.

Якщо у вас виникають питання щодо того, як краще підготувати комунікаційну частину звіту за проєктом – ви можете написати на impulse@irf.ua

Контакти

У разі виникнення додаткових питань з приводу комунікацій, будь ласка, почувайтесь вільно щодо того, щоб писати комунікаційникам Фонду:

impulse@irf.ua – спільна адреса відділу;

Діана Ковальова, комунікаційна координаторка проекту «Імпульс» – kovalova@irf.ua,
facebook.com/diana.koval.ova.2025

Сашко Кульчицький, керівник відділу комунікацій Міжнародного фонду
«Відродження» – kulchytsky@irf.ua, facebook.com/kulchytsky