

Vystomojo bendradarbiavimo komunikacijos gairės



TIKSLAS

Vystomojo bendradarbiavimo projektų komunikacijos analizė parodė, kad projektų vykdytojų – nevyriausybinių organizacijų (NVO), valstybės institucijų, visuomeninių ir kitų organizacijų – interneto svetainėse pateikiama mažai informacijos (arba jos visai nėra), trūksta kokybiškų nuotraukų, ne visada nurodoma, kad projektas finansuojamas Vystomojo bendradarbiavimo ir paramos demokratijai programos lėšomis. Todėl šiomis komunikacijos gairėmis siekiama sustiprinti Lietuvos vystomojo bendradarbiavimo projektų vykdytojų komunikaciją ir taip užsitikrinti didesnę Lietuvos visuomenės palaikymą ir įsitraukimą, stiprinti Lietuvos kaip patikimos partnerės įvaizdį.

Visuomenės palaikymas yra būtinas vystomojo bendradarbiavimo sėkmei

Visuomenės įsitraukimas į vystomojo bendradarbiavimo veiklą yra vienas svarbių elementų tinkamam išteklių sutelkimui ir projektų sėkmei. Tai patvirtina Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (EBPO) Vystomojo bendradarbiavimo komiteto surinkti duomenys iš šalių, kurių oficiali parama vystymuisi siekia 0,7% bendrųjų nacionalinių pajamų ir kurios jau pasiekė JT iškeltus tikslus.¹ Palyginimui – 2014 m. Lietuvos skirta parama sudarė 30,45 mln. eurų, arba 0,09% bendrųjų nacionalinių pajamų.

Skaidrumas stiprina pasitikėjimą ir visuomenės palaikymą

Interaktyviai ir suprantamai skelbiami duomenys apie projektus ne tik užtikrina didesnę skaidrumą, bet ir didina visuomenės supratimą. Svarbu, kad pateikiami duomenys demonstruotų pasiektus rezultatus ir atspindėtų realius pokyčius paramą gaunančioje šalyje. Ir visa tai geriausiai gali padaryti patys projektų vykdytojai.

VISUOMENĖS NUOTAIKOS

Veiksmingai komunikacijai yra svarbu suprasti visuomenės ir jos tikslinių grupių nuotaikas, taip pat derinti komunikacijos temas prie auditorijos interesų. Parengta pagal 2014 m. Eurobarometro duomenis.²

Palaikymas

77% apklaustųjų Lietuvoje mano, kad svarbu padėti žmonėms besivystančiose šalyse. 53% sutinka, kad pagalba kovoje su skurdu besivystančiose šalyse turėtų būti vienas iš ES prioritetų, 57% – pritartų tokios pagalbos didinimui. Tačiau šie rezultatai žemesni nei Europos vidurkis, kur 85% pritaria vystomojo bendradarbiavimo svarbai ir net 67% – paramos didinimui. Todėl svarbu, kad kiekviena projektus vykdanči organizacija skirtų išteklių visuomenės palaikymą skatinančiai veiklai.

Žinių trūkumas

54% respondentų nieko nežino apie Lietuvos ir ES įgyvendinamą vystomąjį bendradarbiavimą. Mažas informuotumas yra bendra ES šalių narių problema. Visuomenė mažai supranta ne dėl to, kad nėra suinteresuota vystomojo bendradarbiavimo temomis, o dėl to, kad trūksta diskusijų šiomis temomis viešojoje erdvėje.³ Vystomojo bendradarbiavimo projektų viešinimas gali prisidėti prie jų stiprinimo.

¹ EBPO, 2014, *Engaging with the Public 12 Lessons from DAC Peer Reviews and the Network of DAC Development Communicators*.

² Daugiau informacijos: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_special_439_420_en.htm#421

³ ODI, 2012, *Understanding public attitudes towards aid and development*, <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/7708.pdf>

Skeptiškumas

Net ir vystomojo bendradarbiavimo reikalingumu neabejojanti visuomenės dalis skeptiškai vertina oficialios paramos vystymuisi veiksmingumą:

- 20% mano, kad savanorystė organizacijose, kurios padeda besivystančioms šalims, nėra veiksminga;
- 23% mano, kad oficiali parama vystymuisi, kurią teikia kitų šalių vyriausybės, nėra veiksminga;
- 34% mano, kad aukojimas besivystančioms šalims padedančioms organizacijoms nėra veiksminga priemonė.

Todėl ypač svarbu akcentuoti pozityvią projektų pusę – paminėti, kaip savanorystė, oficiali parama vystymuisi ir žmonių aukojimas prisidėjo prie projekto rezultatų ir pokyčių paramą gaunančioje šalyje.

Įsitraukimas

Net 60% Lietuvos piliečių mano, kad jie asmeniškai negali prisidėti prie skurdo besivystančiose šalyse įveikimo, tik 2% savanoriauja besivystančioms šalims padedančiose organizacijose. Tuo tarpu manančių, kad gali prisidėti, vidurkis ES siekia 50%, o savanoriaujančių – 6%. Vis dėlto Lietuvoje jaunesni respondentai daug pozityvesni už vyresnius: 21% jaunimo ir tik 15% vyresnių asmenų pasirengę asmeniškai prisidėti prie pagalbos besivystančioms šalims. Todėl reikėtų akcentuoti galimybes, jei tokios yra, visuomenei įsitraukti į jūsų organizacijos veiklą ar projektus (atlikti praktiką ar savanoriauti).

Informacijos prieinamumas

Informaciją apie vystomąjį bendradarbiavimą dauguma Lietuvos respondentų (79%) gauna žiūrėdami televiziją, kiek mažiau nei pusė (43%) – naršydami internete, 34% perskaito spaudoje ir mažiau nei trečdalis (26%) išgirsta klausydami radijo. Todėl ypač svarbus veiksmingas bendradarbiavimas su žiniasklaida, naudojantis šiose Gairėse aptariamais įrankiais.

PAGRINDINĖS TEMOS

Svarbu, kad komunikacija būtų nuosekli, skatintų geresnį supratimą ir atskleistų platesnį kontekstą. Todėl siūlytume projektų viešinimą susieti su viena ar keliomis iš šių temų.

Vystomasis bendradarbiavimas yra svarbi ES ir Lietuvos užsienio politikos dalis

- Lietuva, kaip ES narė, prisideda prie ES pastangų siekti darnaus pasaulio vystymosi;
- Reikėtų parodyti, kaip jūsų projektas prisideda prie konkrečių Lietuvos⁴ ir ES⁵ vystomojo bendradarbiavimo tikslų;
- Rekomenduojame atskleisti, ką ES ir jos narės daro jūsų veiklos srityje ir kokie rezultatai jau yra pasiekti.

Globalios problemos suvienija tarptautinę bendruomenę

- Rekomenduojame pademonstruoti, kaip konkretus projektas prisideda prie pasaulio vystymosi darbotvarkės, Jungtinių Tautų tikslų;
- Reikėtų akcentuoti tarptautinės bendruomenės laimėjimus, iššūkius ir planus jūsų veiklos srityje;

⁴ Daugiau informacijos apie Lietuvos dvišalės paramos kryptis ir sritis galite rasti dokumente Lietuvos Respublikos vystomojo bendradarbiavimo 2014-2016 metų politikos kryptys.

⁵ Informacijos apie ES prioritetus: <http://ec.europa.eu/europeaid/>

- Tikslinga nurodyti, kaip kiekvienas individualiai gali prisidėti prie pasaulio vystymosi darbotvarkės konkrečioje srityje – savanorystės programos, parama, labdara ir t.t.;
- Lietuvos gauta parama buvo vertinga, todėl dabar Lietuva gali dalytis savo patirtimi su kitomis besivystančiomis valstybėmis;
- Reikėtų nepraleisti įvairių tarptautinių atmintinų dienų, renginių ar jungtinių projektų ir jų metu priminti apie įgyvendintus ar planuojamus įgyvendinti vystomojo bendradarbiavimo projektus.

Didžioji Lietuvos paramos vystymuisi dalis tenka Rytų partnerystės šalims

- Lietuva gerai supranta ekonomines, politines ir socialines Rytų partnerystės šalių problemas;
- Parama reformas įgyvendinančioms Rytų partnerystės šalims kuria saugią ir stabilią Lietuvos kaimynystę.

Lietuva dalijasi pereinamojo laikotarpio patirtimi

- Lietuvos pranašumas – pereinamojo laikotarpio (rinkos ekonomikos, privatizacijos, demokratizacijos) procesų patirtis;
- Lietuvos institucijos turi eurointegracinių procesų patirties, kuri ypač naudinga siekiančioms suartėti su ES valstybėms;
- Lietuva stiprina šalių partnerių demokratiją ir institucinius gebėjimus – taip siekiama ilgalaikių rezultatų.

Vystomasis bendradarbiavimas yra naudingas Lietuvai

- Vystomasis bendradarbiavimas kuria saugesnį pasaulį;
- Vystomasis bendradarbiavimas padeda užmegzti ryšius ir atrasti naujas rinkas Lietuvos verslui;
- Gerėja Lietuvos valstybės ir jos institucijų, nevyriausybinių organizacijų įvaizdis – didėja įtaka tarptautinėje bendruomenėje.

Vystomojo bendradarbiavimo iššūkiai kompleksiški, todėl rezultatai nėra lengvai pasiekiami

- Tikslinga informuoti ne tik apie gerus rezultatus, bet ir apie iššūkius, iš kurių būtina mokytis;
- Siekiant ilgalaikių vystomojo bendradarbiavimo tikslų pastangos ne visada atsiperka. Tačiau tai neužkerta kelio siekti šios veiklos prasmingumo ir veiksmingumo.

KOMUNIKACIJA ŠALYSE PARTNERĖSE

ES, EBPO, UNICEF ir kitos organizacijos ragina atkreipti dėmesį į vystomojo bendradarbiavimo komunikacijos svarbą šalyse partnerėse, nes:

- Praktika rodo, komunikacija šalyse partnerėse retai vyksta be projektų vykdytojų iniciatyvos;
- Veiksmingi ir turintys išliekamąją vertę projektai kuria jūsų organizacijos ir Lietuvos, kaip patikimos partnerės, įvaizdį;
- Tai leidžia atkreipti visų suinteresuotų šalių (lyderių ir pilietinės visuomenės) dėmesį į veiklos rezultatus;
- Gerai apgalvota komunikacija padidina projekto veiksmingumą, užtikrina atskaitomybę, paskatina projekto partnerius tęsti pradėtus darbus;
- Projekto tikslų ir rezultatų viešinimas padeda platesnei šalies partnerės visuomenės daliai įsivertinti savo požiūrį ir įgyti naujų žinių.

Todėl tikslinga išnaudoti šias galimybes:

- Bendradarbiavimą su Lietuvos ambasadomis. Jos padės surasti populiariausius vietos žiniasklaidos kanalus ir duos patarimų, kaip pritraukti jų dėmesį;
- Bendradarbiavimą su vietos partneriais (reikėtų patikrinti, ar jie pasidalijo informacija apie jūsų vykdomą projektą savo interneto puslapyje), įtraukti kitas organizacijas, kurios sprendžia panašias problemas;
- Renginius šalyse partnerėse. Į renginius pakviesti vietos lyderius ir Lietuvos ambasados atstovus – taip sulauktumėte daugiau žiniasklaidos ir visuomenės dėmesio;
- Suvokti situaciją šalyse partnerėse. Naudinga sužinoti, kokios problemos aktualios šalies partnerės visuomenei. Duodami interviu ar rengdami pranešimą spaudai, galite paaiškinti, kaip jūsų projektas prisideda prie tų problemų sprendimo.

ETIŠKUMAS⁶

EBPO Vystomojo bendradarbiavimo komiteto (2014) išvadose teigiama, kad moralinė atsakomybė yra pagrindinė priežastis, kodėl visuomenė remia vystomąjį bendradarbiavimą.⁷ Todėl komunikaciją reikia kurti atsakingai, nežeminant šalių partnerių piliečių ir neskatinant požiūrio, kad „Mes“ esame kitokie, pranašesni už „Juos“.⁸ Visuomenei reikėtų suteikti kuo išsamesnių žinių apie situaciją šalyse partnerėse – jų poreikius, problemas, išryškinant daromą pažangą ir egzistuojančias galimybes.

Situacijos kontekstas

Žinutės ir vaizdai turėtų atspindėti ne tik esamą situaciją, bet ir paaiškinti, kodėl ji tokia, atskleisi problemų kompleksumą, siekiant sustiprinti visuomenės supratimą apie vystomąjį bendradarbiavimą ir atspindėti situaciją adekvačiai. Kalbant apie tokias globalias problemas kaip skurdas, reikėtų įvardyti ne tik esamą situaciją, bet ir jos priežastis. Pavyzdžiui, jei alkano vaiko nuotrauka iliustruoja badą, siūlytume paaiškinti, ar jis buvo sukeltas sausros, konflikto ar kitų priežasčių.

Reikėtų vengti nepagrįstų apibendrinimų

Tokie apibendrinimai kaip *Afganistano vaikai*, *Afrikos moterys* nėra etiški, nes dažniausiai tai nėra homogeniškos grupės. Galbūt geresnė ar blogesnė jų padėtis priklauso nuo regiono, kuriame gyvena, socialinės klasės ir pan., todėl reikėtų pateikti kuo daugiau informacijos apie konkrečią grupę su kuria bendradarbiaujate.

Šalies partnerės atstovai - aktyvūs pokyčio kūrėjai

Reikėtų leisti apie situaciją kalbėti šalies partnerės atstovams. Komunikacija turėtų atspindėti partnerystę, o ne donoro-paramos gavėjo santykį. Siūlytume pranešti apie šalies partnerės atstovų nuveiktus darbus, kalbėti ne kaip dirbantiems jiems ar keičiantiems jų gyvenimus, bet kaip dirbantiems kartu su jais ir padedantiems įgyvendinti norimus pokyčius.

Stereotipus skatinantys, sensacingi vaizdai ir žinutės

Reikėtų vengti desperatiškų nuotraukų, vaizdų. Nors jie greitai pritraukia visuomenės paramą, ilgai sukelti abejingumą ir skeptiškumą, sustiprina stereotipus – kitaip tariant, viską, su kuo jūs savo veikla bandote kovoti.

⁶ Parengta pagal Dóchas (2014), *The illustrative guide to the Dóchas code of conduct on images and messages*.

⁷ EBPO, 2014, *Engaging with the Public 12 Lessons from DAC Peer Reviews and the Network of DAC Development Communicators*.

⁸ Nigerijos rašytoja Chimamanda Ngozi Adichie savo TED pasisakyme kalba apie vienpusiško pasakojimo pavojų (angl. *the danger of a single story*, http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story). Nepamirškite šio pavojaus viešindami savo projektus.

Neetiški šūkliai

„Paaukok dabar“, „1 euras gali išgelbėti gyvybę“ ir panašūs šūkliai, kuriais stengiamasi pritraukti finansinę paramą, nužmogina tuos, kuriems stengiatės padėti. Be to, globalios skurdo ir nelygybės problemos supaprastinamos iki pinigų aukojimo. Nors jie padeda suaktyvinti visuomenės paramą humanitarinių krizių metu, vystomojo bendradarbiavimo kontekste nėra tinkami. Ilgainiui tokia komunikacija sudaro klaidingą įspūdį, kad situacija šalyse partnerėse yra beviltiška, o pagalba joms neduoda jokios ilgalaikės naudos.

Vaikų nuotraukos

Nors būtent vaikų nuotraukos dažniausiai atrodo įdomiausios ir egzotiškiausios, jas reikėtų naudoti tik tada, kai jos iš tiesų atskleidžia projekto esmę. Vaikai turėtų būti vaizduojami veiksmė, o ne vieniši, bejėgiai. Reikėtų gauti projekto dalyvių sutikimą naudoti jų nuotraukas ar juos cituoti, susitarti su vaikų tėvais.

KOMUNIKACIJOS ĮRANKIAI

Pranešimas spaudai

Pranešimai spaudai – viena esminių projekto viešinimo priemonių.

- Pranešimą spaudai reikėtų rengti lietuvių, anglų ir šalies partnerės kalbomis;
- Antraštė turėtų sudominti žurnalistus (tačiau nepamirškite dalies „Etiškumas“ patarimų);
- Pirmojoje pastraipoje išdėstoma projekto esmė;
- Siūlytume pasidalyti įdomia statistika ir duomenimis;
- Reikėtų įtraukti visų su projektu susijusių pusių pozicijas (pvz., savo komandos narių ir šalies partnerės gyventojų citatas);
- Pranešimas spaudai turi būti trumpas – ne daugiau kaip dviejų lapų;
- Prie pranešimo reikėtų prisegti nuotrauką (tačiau nekelti jos į tekstą). Praktika rodo, kad tokie pranešimai sulaukia daugiau žiniasklaidos dėmesio;
- Pranešimą siunčiamas *Word* formatu, kad žurnalistams būtų patogiu iš jo iškopijuoti tekstą;
- Pranešimas platinamas ne vėliau kaip prieš 3 dienas (išimtiniais atvejais, galite pasidalyti prieš 24 valandas);
- Reikėtų nurodyti, kur galima gauti daugiau informacijos (pvz., jūsų tinklalapyje, www.orangeprojects.lt ir kt.) ir kontaktinį asmenį;
- Reikėtų palaikyti ryšius su žurnalistais, besidominčiais su jūsų veikla susijusiomis temomis, – taip prireikus lengviau pritrauksite žiniasklaidos dėmesį.

Interneto puslapis

Interneto puslapis – pagrindinis šaltinis projektu besidomintiems žmonėms, todėl svarbu ten pateikti informaciją, kuri perteiktų projekto esmę, nuolat informuoti apie projekto eigą, rezultatus.

- Reikšmingiausia informacija turėtų būti pateikiama matomiausioje vietoje (įdėkite vystomojo bendradarbiavimo, humanitarinės pagalbos ar kitų su jūsų veikla susijusių terminų apibrėžimus);
- Reikėtų padaryti atskirą skiltį žiniasklaidai, kur būtų galima rasti pranešimus spaudai, nuotraukas, jūsų logotipą, kontaktinio asmens duomenis ir kitą aktualią informaciją;
- Tekstai ir jų pastraipos neturėtų būti ilgi (pastraipa – iki keturių sakinių);
- Reikėtų rašyti paprastai ir aiškiai, vengti žargono;
- Esminę informaciją geriausia pateikti punktais.

Socialiniai tinklai

Socialinių tinklų naudojimas padidintų organizacijos žinomumą ir palaikymą, internetinio tinklalapio lankomumą ir pasietų daugiau tikslinių grupių.

- Siūlytume dalytis nuorodomis, susijusiomis su jūsų veikla (iš kitų organizacijų ir žiniasklaidos šaltinių);
- Kai dalijatės įdomia informacija, siūlytume pridėti savo komentarą, ką apie pateikiamą informaciją manote (vien nuorodos be komentarų nepritraukia dėmesio);
- Žinutės socialiniuose tinkluose turėtų kviesti diskutuoti, ko nors klausti. Geriausia dalytis žinutėmis su vaizdine medžiaga;
- Žinutės „Facebook‘e“ gali tapti žinutėmis žiniasklaidoje;
- Socialinius tinklus galima naudoti tam, kad gautumėte grįžtamąjį ryšį apie savo veiklą;
- Savo populiarumą galite sekti naudodami „Facebook Insights“, „Google Analytics“ ir kitais įrankiais;
- Čia lengviau sekti tarptautinių organizacijų veiklą, galima pasimokyti iš jų pavyzdžių (pvz., www.facebook.com/unitednations).

Vaizdinė medžiaga

Nuotraukos, *infografika*, kita vaizdinė medžiaga padeda pritraukti dėmesį ir jūsų žinutę ilgiau išlaikyti atmintyje.

- Reikėtų turėti nuotraukų, kurios būtų patrauklios žiniasklaidai: vengti statiškų nuotraukų, stengtis užfiksuoti projektų dalyvius bendraujančius, atliekančius projekto užduotis, fotografuoti iš arčiau (vidutinis ir stambus planas atrodo kur kas geriau nei bendras);
- Savo pranešimuose spaudai ar interneto puslapyje reikėtų naudoti tik nuotraukas, susijusias su jūsų projektu;
- Prie nuotraukų dedami paaiškinimai;
- Naudinga ant nuotraukos uždėti savo logotipą, kad populiarėjant nuotraukai didėtų jūsų organizacijos žinomumas;
- Jei naudojatės nuotraukomis iš kitų šaltinių, reikėtų gauti leidimą;
- Jei turite galimybių ir jūsų projekte daug veiksmo, reikėtų paruošti filmuotą vaizdo medžiagą. Ją galėsite naudoti socialiniuose tinkluose, platinti žiniasklaidai. Naudokitės internetiniais įrankiais: <http://vzaar.com>; <http://corp.kultura.com>; www.mindbites.com; www.sparkeo.com;
- Naudotis *infografikos* priemonėmis (<http://piktochart.com/>; <https://infogr.am/>) yra naudinga – jos padeda statistiką pateikti suprantamiau.

Renginiai

Renginiai yra veiksmingas būdas suaktyvinti viešas diskusijas ir sudominti visuomenę jūsų vykdomu projektu Lietuvoje ir šalyje partnerėje. Tai gali būti projekto pradžios ar rezultatų pristatymas, konferencijos, diskusijos su projektu susijusiomis temomis, filmų peržiūros.

- Jei projekto dalyviai iš šalies partnerės lankosi Lietuvoje, siūlytume organizuoti su jais renginį ar interviu – visuomenei ir žurnalistams visada įdomios istorijos iš pirmų lūpų;
- Į renginį siūlytume pakviesti svarbius projektui žmones – Lietuvos ar šalies partnerės valdžios, pilietinės visuomenės atstovus, studentus, jums padėjusius savanorius;
- Apie renginį reikėtų pranešti vietos, regiono ar nacionalinei žiniasklaidai.

KAIP NAUDOTIS GAIRĖMIS?

- Skirkite komunikacijai reikiamą dėmesį ir įtraukite ją į savo projektų darbotvarkę;
- Siekite savo komunikacijos kampanijas vykdyti konsultuodamiesi su kitais vystomojo bendradarbiavimo projektų vykdytojais ir Užsienio reikalų ministerija. Tai užtikrina darnumą, sumažina prieštarų pranešimų riziką;
- Pasvarstykite, kaip jūsų veikla prisideda prie: skaidrumo didinimo, diskusijų apie vystomąjį bendradarbiavimą skatinimo, visuomenės apie situaciją besivystančiose šalyse švietimo, vystomojo bendradarbiavimo rezultatų sklaidos?
- Nustatykite, kokių tikslų galite siekti ir kokiais priemonėmis turite naudotis, norėdami sudominti jūsų pasirinktą tikslinę grupę. Įsivertinkite savo komunikacijos veiksmingumą, užduodami sau klausimus – kokia dalis pasirinktos tikslinės grupės įsitraukė į jūsų veiklą? Įgijo naujų žinių?
- Naudokitės skiltimi „Pagrindinės temos“ kurdami argumentus;
- Įsivertinkite komunikacijos etiškumą;
- Mokykitės iš savo patirties, domėkitės komunikacijos tendencijomis bei naujų tyrimų apie visuomenės nuomonę rezultatais. Sekite tarptautinių organizacijų tvirtinamų komunikacijos standartų kaitą;⁹
- Nurodykite savo projekto partnerius ir rėmėjus, naudokitės Lietuvos vystomojo bendradarbiavimo logotipu;
- Naudokitės Gairėmis, kurdami 200 žodžių projekto aprašymą, kuris bus skelbiamas www.orangeprojects.lt, ir pristatydami projektą savo interneto svetainėje.

REKOMENDUOJAMI ŠALTINIAI

EBPO, *Toolkit on Communication for Development (C4D)*.

<http://www.oecd.org/dev/devcom/toolkitoncommunicationfordevelopmentc4d.htm>

EBPO Vystomojo bendradarbiavimo komitetas (2014), *12 Lessons from DAC Peer Reviews and the Network of DAC Development Communicators (DevCom)*. <http://www.oecd.org/dac/peer-reviews/12%20Lessons%20Engaging%20with%20the%20public.pdf>

DANIDA (2013), *Strategy for communication about Denmark's development cooperation*.

http://um.dk/da/~media/UM/Danish-site/Documents/Danida/Det-goer-vi-U-landsoplysning/UK_Danida%20strategi%20A4%20net.pdf

Dóchas (2014), *The illustrative guide to the Dóchas code of conduct on images and messages*.

[http://www.dochas.ie/sites/default/files/illustrative Guide to the Dochas Code of Conduct on Images and Messages.pdf](http://www.dochas.ie/sites/default/files/illustrative%20guide%20to%20the%20dochas%20code%20of%20conduct%20on%20images%20and%20messages.pdf)

Ketvirtojo aukšto lygio forumo dėl pagalbos vystymuisi veiksmingumo susitarimai dėl bendro skaidrumo ir informavimo apie vystomąjį bendradarbiavimą standarto (2011, Busanas, Pietų Korėja).

<http://www.oecd.org/dac/effectiveness/49650173.pdf>

Panasevič, Anastasija (2013), „Five approaches to Development Cooperation: an analysis of the Lithuanian case“, *Lithuanian Foreign Policy review No. 29*. <http://www.lfpr.lt/uploads/File/2013-29/2013-29%20Panasevic.pdf>

⁹ Pvz., *Aid Transparency Index*, <http://www.publishwhatyoufund.org/index/>