

LIETUVOS RESPUBLIKOS SVEIKATOS APSAUGOS MINISTERIJA
VALSTYBINIO VISUOMENĖS SVEIKATOS STIPRINIMO FONDO TARYBOS
POSĖDŽIO PROTOKOLAS

2021 m. birželio 1 d. Nr. NP-11

Vilnius

Posėdis įvyko 2021 m. birželio 1 d.
Posėdį vedė Fondo tarybos pirmininkė Gražina Belian
Posėdžio sekretorė Rinalda Akelytė
Posėdyje el. būdu dalyvavo 13 tarybos narių.

DARBOTVARKĖ:

1. 2021 m. Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo socialinės informacinės kampanijos „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“ konkurso paraiškų vertinimas, lėšų paskirstymas, sąrašų tvirtinimas.
2. Dėl Socialinės kampanijos „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“ 6 daliai. Reklamos kanalai viešajame transporte pakartotino konkurso skelbimo.
3. Dėl Kėdainių raj. savivaldybės VSB 2020 m. projekto sutarties keitimo prašymo.

Posėdžio pirmininkė, įvertinusi dalyvaujančių posėdyje Tarybos narių skaičių (13 Tarybos narių), konstatavo, kad kvorumas yra.

Posėdžio pirmininkė patvirtino posėdžio darbotvarkę.

SVARSTYTA: 2021 m. Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo socialinės informacinės kampanijos „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“ konkurso paraiškų vertinimas, lėšų paskirstymas, sąrašų tvirtinimas.

Fondo pirmininkė atkreipė Tarybos narių dėmesį į tai, kad šis posėdžio klausimas yra susijęs su individualiomis paraiškomis (sąrašai su konkrečiais subjektais), Fondo pirmininkė priminė Tarybos nariams, kad jie visi yra pasirašę „Nešališkumo“ ir „Konfidencialumo“ deklaracijas, tą patį yra padarę ir Fondo administravimo grupės nariai, kurie taip pat dalyvauja posėdyje.

Tarybos pirmininkė priminė Tarybos nariams, kad 2021 m. konkurso kvietime yra nurodyta, jog Socialinės informacinės kampanijos kiekvienoje dalyje gali būti tik vienas laimėtojas. T. y. bus finansuojama viena, daugiausiai balų surinkusi paraiška.

SVARSTYTA:

Socialinės informacinės kampanijos „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“ paraiškos.

1 dalis Nacionalinė televizija.

Paraiška Nr. 15 UAB Gravitas Partners, projekto pavadinimas "PETYS UŽ LAISVĘ". Socialinės reklamos kampanija nacionaliniuose televizijos kanaluose“. Surinktų balų vidurkis – 46,5 balo.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Tarybos narys Šarūnas Frolenko pareiškė nusišalinimą.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Projektas atitinka keliamus reikalavimus, geras poreikio pagrindimas. Privalumas – tęstinė, jau plačiojoje visuomenėje paplitusi prevencinė kampanija „Petys už laisvę“, su atnaujintu turiniu ir žinute. Rekomenduojama projekto pabaigoje pasidaryti visuomenės tyrimą ir numatyti poveikio visuomenei rezultatus. Šiuo metu įvardinta, kaip

padidės motyvacija, sumažės dvejonės. Tyrimas padėtų identifikuoti projekto atneštą pokytį.) ir balsavus 12 „Už“ UAB Gravitats Partners (paraiškos Nr. 15) projektui skirta 240 000, 00 Eur;

2 dalis Internetiniai portalai.

Paraiška Nr. 16 UAB Gravitats Partners, projekto pavadinimas "PETYS UŽ LAISVĘ". Socialinės reklamos kampanija nacionaliniuose interneto portaluose“. Surinktų balų vidurkis – 50,0 balų.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Tarybos narys Arnas Marcinkus pareiškė nusišalinimą.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Projektas atitinka keliamus reikalavimus, kokybiškas poreikio pagrindimas, dalyvauja TOP portalai Lietuvoje, leidžiantys užtikrinti maksimalią auditoriją. Privalumas – komunikacijoje naudojamas plačioje visuomenės dalyje paplitęs prekės ženklas „Petys už laisvę“ užtikrinantis temos tęstinumą. Rekomenduojama apsvaistyti, kaip vertinsite kokybinį pokytį projektui pasibaigus.) ir balsavus 12 „Už“ UAB Gravitats Partners (paraiškos Nr. 16) projektui skirta 165 000, 00 Eur;

3 dalis Lauko reklama (Lauko reklamos stendai, video reklamos stendai (ekranai), prekybos centrų tinklų reklamos ekranai prie kasų).

Paraiška Nr. 24 UAB Galimybės Centras, projekto pavadinimas „Lauko reklama“. Surinktų balų vidurkis – 49,0 balai.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Nusišalinimų pareikšta nebuvo.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Projektas 100 proc. atitinka reikalavimus. „Mitas sugriautas“ – pagauli idėja ir tinkamos priemonės jai įgyvendinti. Projekto aprašyme pritrūko informacijos, kur tiksliai ji bus matoma.) ir balsavus 13 „Už“ UAB Galimybės Centras (paraiškos Nr. 24) projektui skirta 60 000, 00 Eur;

4 dalis. Spauda. Regioninė spauda.

Paraiška Nr. 9 UAB „Santarvės laikraštis“, projekto pavadinimas „Kartu mes galime viską!“. Surinktų balų vidurkis – 40,5 balo.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Nusišalinimų pareikšta nebuvo.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Projektas nuoseklus ir atitinkantis keliamus reikalavimus. Pateiktos visų 12 publikacijų preliminarios temos. Regionuose tokia informacinė kampanija yra kritiškai reikalinga, todėl rekomenduotina perkančiosios organizacijos ekspertams įsitraukti ir kartu su pareiškėjo suburto konsorciumo atstovais įvertinti galimybę sociologiniais būdais įvertinti esamą informacinę aplinką ir TG regionuose nuostatas, pagal tai koreguoti planuojamą turinio įgyvendinimo koncepciją bei numatyti tarpinį ir galutinį tyrimus rezultatų matavimui. Projekte nėra užsiminta, ar nei vieno leidinio auditorijos nepersidengia, koku mastu persidengia. Tokiu atveju, rekomenduojama peržiūrėti planuojamų publikacijų skaičių. Jei persidengimas egzistuoja, svarstytinas variantas – sumažinti publikacijų skaičių, kad tą pačią auditoriją pasiektų du straipsniai per mėnesį. Nepateiktas numatomas kokybinis pokytis.) ir balsavus 13 „Už“ UAB „Santarvės laikraštis“ (paraiškos Nr. 9) projektui skirta 100 000, 00 Eur;

4 dalis. Spauda. Nacionalinė spauda.

Paraiška Nr. 5 UAB „Media bitės“, projekto pavadinimas „Socialinė informacinė kampanija „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida nacionalinėje spaudoje“. Surinktų balų vidurkis – 49,0 balai.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Nusišalinimų pareikšta nebuvo.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Labai išsamus ir kokybiškai parengtas pasiūlymas: problematika suvokiama giliai ir iš esmės, pateiktos priemonės ir kanalai gerai ją atliepia bei turi plačią sklaidą visose tikslinėse auditorijose, kurios įvertintos atsižvelgiant į „socialinių

burbulų“ problematiką bei maksimaliai vengiant segregacijos jautrių kampanijos klausimu. Pasiūlyme konsorciumas pasižada plėtoti ir tęsti projektą ir išnaudoti potencialiai gerai sukonstruotą auditorijų įtraukimą siekiant dar didesnio rezultato. Nors rezultatų matavimas nėra orientuotas į konkretaus pokyčio sukūrimą, bendras koncepcijos išsamumas, problematikos išmanymas, auditorijų selekcija ir priemonių spektras, kuris remiasi pasirinktais partneriais, leidžia tikėtis pozityvaus projekto rezultato. Visgi, rekomenduotina projekto apimtyje numatyti kiekybinį tyrimą prieš projekto startą ir projektui pasibaigus, kuris leistų išmatuoti realų kampanijos poveikį.) ir balsavus 13 „Už“ UAB "Media bitės" (paraiškos Nr. 5) projektui skirta 80 000, 00 Eur;

5 dalis. Nacionaliniu mastu transliuojančios radijo stotys.

Paraiška Nr. 6 UAB "TANGO REKLAMA", projekto pavadinimas „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“. Surinktų balų vidurkis – 47,5 balo.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Tarybos narys Šarūnas Frolenko pareiškė nusišalinimą.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Radijas vienas tų kanalų, kuris gali leisti pasireikšti įvairioms kūrybinėms idėjoms, gyvoms improvizacijoms. Projektas l. geras, bet reiktų išnaudoti visas gyvo eterio galimybes.) ir balsavus 12 „Už“ UAB „TANGO REKLAMA“ (paraiškos Nr. 6) projektui skirta 50 000, 00 Eur;

7 dalis. Specializuota žiniasklaida sveikatos, mokslo temomis (portalai, laikraščiai, žurnalai, TV laidos).

Paraiška Nr. 23 UAB Derybininkai.lt, projekto pavadinimas „Petys už laisvę. Reklama specializuotuose kanaluose“. Surinktų balų vidurkis – 46,5 balo.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Nusišalinimų pareikšta nebuvo.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Įdomi kūrybinė idėja, išsamus pasiūlymo pateikimas, gerai pasirinkti kanalai ir priemonės, tik trūksta formalaus aiškumo. Jei „Camelia“ vaistinių tinklo leidinys pasirinktas kaip papildoma priemonė, tai turėtų būti vertinama kaip privalumas. Deja, neįtraukta priemonių tautinių mažumų informavimui. Bene geriausiai suvokiama problematika (vakcinavimo skeptikai ir neapsisprendę), numatytos priemonės rezultato įvertinimui. Numačius aiškesnius metodus pokyčio fiksavimui, tai galėtų būti išsamiausias ir originaliausias kategorijos pasiūlymas. Rizika: alokuoti resursai projekto valdymui ir koordinavimui stygius. Trūksta formalaus pasirinkto konsorciumo dalyvių sąrašo aiškumo. „Camelia“ vaistinių tinklo leidinys formaliai yra reklaminė, ne informacinė priemonė. Numačius aiškesnius metodus pokyčio fiksavimui, tai galėtų būti išsamiausias ir originaliausias kategorijos pasiūlymas.) ir balsavus 13 „Už“ UAB Derybininkai.lt (paraiškos Nr. 23) projektui skirta 30 000, 00 Eur;

8 dalis. Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo iniciatyvų viešinimo įgyvendinimas.

Paraiška Nr. 17 UAB Komunikacijos amatininkai, projekto pavadinimas „Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo iniciatyvų viešinimas soc. tinkluose ir renginiuose“. Surinktų balų vidurkis – 43,0 balai.

Tarybos pirmininkė, siekdama, kad būtų išvengta viešųjų ir privačių interesų konflikto, prieš svarstant paraišką kreipėsi į Tarybos narius su klausimu „Ar yra norinčių pareikšti nusišalinimą dėl galimo interesų konflikto?“. Nusišalinimų pareikšta nebuvo.

Tarybai pritarus paraiškos vertinimo išvadoms (Kryptingas, atsakingas siekis skleisti informaciją. Pasirinktos priemonės atitinka tikslus.) ir balsavus 13 „Už“ UAB Komunikacijos amatininkai (paraiškos Nr. 17) projektui skirta 30 000, 00 Eur;

Tarybos pirmininkė priminė, kad Vadovaujantis Socialinės informacinės kampanijos „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“ projektų, finansuojamų Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo lėšomis, konkursų organizavimo ir šių projektų finansavimo sutarčių sudarymo ir vykdymo tvarkos aprašo (toliau – Tvarkos aprašas) patvirtinto Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo tarybos 2020 m. birželio 1 d. posėdžio protokolu Nr. NP-9 (Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo tarybos 2021 m. kovo 10 d.

posėdžio protokolo Nr. NP- 3 redakcija) 50 punkto nuostata, projektas, įvertintas 30 balų ir daugiau, yra finansuotinas. Fondo lėšos skiriamos daugiausia balų surinkusiems projektams, atsižvelgiant į turimą lėšų kiekį. Finansuoti projektai, kurie dėl riboto Fondo lėšų kiekio Fondo lėšomis nefinansuojami, įtraukiami į rezervinį projektų sąrašą pagal visuomenės sveikatos išsaugojimo ir stiprinimo veiklas.

Paraiškos įtrauktos į rezervinį projektų sąrašą:

2 dalis Internetiniai portalai.

Nr. 19 UAB "Socium Agency". Surinktų balų vidurkis – 40,0.

3 dalis Lauko reklama (Lauko reklamos stendai, video reklamos stendai (ekranai), prekybos centrų tinklų reklamos ekranai prie kasų).

Nr. 11 UAB "CARAT". Surinktų balų vidurkis – 47,5.

Nr. 18 UAB BPN LT. Surinktų balų vidurkis – 44,0.

4 dalis. Spauda. Regioninė spauda.

Nr. 12 UAB "MVP sprendimai". Surinktų balų vidurkis – 35,0.

7 dalis. Specializuota žiniasklaida sveikatos, mokslo temomis (portalai, laikraščiai, žurnalai, TV laidos).

Nr. 21 Baltijos pažangių technologijų institutas. Surinktų balų vidurkis – 40,5;

Nr. 8 UAB "Mano daktaras". Surinktų balų vidurkis – 39,0;

Nr. 2 UAB TV TOPAS. Surinktų balų vidurkis – 36,5;

Nr. 7 UAB "Lietuvos sveikata". Surinktų balų vidurkis – 31,5.

8 dalis. Valstybinio visuomenės sveikatos stiprinimo fondo iniciatyvų viešinimo įgyvendinimas.

Nr. 1 UAB „MVP sprendimai“. Surinktų balų vidurkis – 40,5.

Vadovaujantis Tvarcos aprašo 49 punkto nuostata „Projektas, įvertintas mažiau negu 30 balų, yra nefinansuojamas“.

Paraiškos įtrauktos į nefinansuojamų projektų sąrašą:

2 dalis. Internetiniai portalai.

Nr. 20 VŠĮ "Šiauliai plus". Surinktų balų vidurkis – 23,0.

4 dalis. Spauda. Nacionalinė spauda.

Nr. 13 UAB Leidiniai. Surinktų balų vidurkis – 19,0.

SVARSTYTA:

Dėl Socialinės kampanijos „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“ 6 daliai. Reklamos kanalai viešajame transporte pakartotino konkurso skelbimo.

Tarybos pirmininkė atkreipė tarybos narių dėmesį į tai, kad 6 dalies. Reklamos kanalai viešajame transporte (iki 27 757,40 eurų) visi pareiškėjai iškrito po paraiškų administracinės atitikties vertinimo ir ši kampanijos dalis lieka neužpildyta. Vakcinacija nuo COVID-19 ligos Lietuvoje įsibėgėja, tačiau, deja, sulaukiama mažiau visuomenės dėmesio ir aktyvumo, nei buvo planuota pirminiu etapu. Tai lemia gerokai lėtesnį visuomenės grįžimą prie įprasto gyvenimo, gali riboti galimybes pasinaudoti atlaisvinimo galimybėmis asmenims, jau turintiems imunitetą koronaviruso infekcijai ir pan.

Šiuo metu 2020 m. VVSS Fondo lėšomis finansuoti informaciniai projektai apie kovą su COVID-19, įskaitant paskatą vakcinuotis, jau ištransliuoti, todėl skubiai reikia naujos informacinės bangos šia tema. Juolab kad nuolat stebime didelį dezinformacijos srautą visais visuomenei prieinamais kanalais, pasitelkiant neigiamas emocijas ir sąmyšį keliančias melagenas. Tai skaido visuomenę, o ilgalaikės perspektyvos pasekmės gali būti neprognozuojamos. Dėl to būtina išlaikyti nuoseklią komunikacinę liniją apie vakcinų naudą ir svarbą suvaldant pandemiją bei grįžtant prie įprasto gyvenimo.

Atsižvelgus į išdėstytus argumentus Fondo tarybos pirmininkė kreipėsi į Tarybą su siūlymu skelbti 6 daliai pakartotinį konkursą.

Taryba vienbalsiai pritarė Tarybos pirmininkės siūlymui.

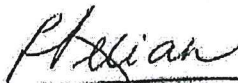
NUTARTA: skelbti pakartotinį konkursą Socialinės kampanijos „Koronaviruso (COVID-19) informacijos sklaida šalies žiniasklaidos priemonėse“ 6 daliai. Reklamos kanalai viešajame transporte.

SVARSTYTA:

Dėl Kėdainių raj. savivaldybės VSB 2020 m. projekto sutarties keitimo prašymo.

Taryba išnagrinėjusi gautą Kėdainių raj. savivaldybės VSB 2020 m. projekto sutarties keitimo prašymą vienbalsiai pritarė sutarties keitimui.

Tarybos pirmininkė



Gražina Belian

Posėdžio sekretorė



Rinalda Akelytė