

KONCEPCIJAS

Faktu lapas Latvijas pozitīvas atpazīstamības veicināšanai Konceptija

Tēmas: faktu lapa angļu valodā

1. Pasākumam „Baltijas Ceļš” – 25

Mērki:

- Iepazīstināt ārvalstu apmeklētājus ar īsu, viegli uztveramu informāciju par 1989. gada 23. augusta pasākumu „Baltijas Ceļš”.
- Veicināt Latvijas pozitīvu atpazīstamību.

Mērkauditorija:

Primāri: ārvalstu viesi un žurnālisti, kuri piedalās Rīgas – Eiropas kultūras galvaspilsētas un Latvijas prezidentūras ES padomē aktivitātēs, kā arī citi apmeklētāji un interesenti.

Sekundāri: profesionāļi – goda konsuli, vēstnieki, politiķi u.c.

Faktu lapu uzdevums:

Faktu lapu uzdevums ir sniegt īsu un kodolīgu informāciju ārvalstu iebraucējiem un interesentiem par konkrēto Latvijas vēstures epizodi un tās īpašo nozīmi. Faktu lapai un tajā esošajai informācijai ir jābūt pozitīvai, skaidrojošai, piesaistošai un interesi izraisošai.

Faktu lapas būs galvenokārt grafiskas, informācija pārsvarā pasniegta ar attēlu, grafiku, ilustrāciju palīdzību, pievienojot īsus, kodolīgus tekstus.

Faktu lapas tēma:

1. Baltijas ceļš:
 - a. Faktu un datu kopsavilkums (lai cilvēkam bez priekšzināšanām pēc iepazīšanās ar faktu lapu ir skaidrs, kas minētais pasākums ir un kāpēc tas ir nozīmīgs)
 - b. Lakoniska sasaiste ar ievērojamākajiem Latvijas vēstures procesiem: totalitāro režīmu okupācija, Atmoda, nacionālās neatkarības kustība un Dziesmotā revolūcija.
 - c. Nozīmīguma demonstrēšana ar ārvalstu preses atsauksmēm, dalībnieku atmiņām, līdzdalības apjoma salīdzinošu ilustrāciju.
 - d. Notikums pasaules vēstures kontekstā (totalitārisma sekas, Austrumeiropas brīvības kustības, PSRS sabrukums)
 - e. Īpašā nozīme Latvijas neatkarības atjaunošanā, ņemot vērā Latvijas valstiskuma nepārtrauktību.

Dizaina uzdevums (Saskaņā ar Latvijas Institūta vizuālās identitātes vadlīnijām <http://brandbook.asketic.com/latvijas-instituts/>) :

- Dizainam vizuāli jāstrukturizē informācija, ieviešot grafiskas atpazīšanas zīmes, izceļot būtisko, vizuāli attēlojot to, ko nav nepieciešams skaidrot ar tekstu.
- Faktu lapai jābūt vizuāli uztveramai, atbilstoši mūsdienīga dizaina principiem.
- Dati un teksti, kurus iespējams attēlot vizuāli, nevis tekstā, tā arī jāattēlo (izmantojot infografikas, grafikus, ilustrācijas, piktogrammas utt.)
- Faktu lapas ilustrēšanai jāizmanto atbilstošā vēstures perioda fotogrāfijas, turklāt tās vēlams izvēlēties un izmantot radoši - tām jāpapildina tekstā minētais, jāatbilst teksta atmosfērai, dažkārt jāaizstāj teksts (ja tas veiksmīgi papildina faktu lapas saturu).
- Vēlams izvairīties no viena, klasiska attēla - teksta lietojuma, tā vietā izmantot arī fotogrāfiju detaļas, kolāžas utml. (ja tas veiksmīgi ilustrē faktu lapas saturu).
- Dizainam jāreķinās ar drukas un izvēlētā papīra specifiskāciju.

Faktu lapas izmērs:

1. Baltijas ceļš: A3, salocītā veidā – A4, abpusēja, krāsaina

**Brošūra „Latvia Today” (Latvija šodien)
Latvijas pozitīvas atpazīstamības veicināšanai
Konceptija**

Tēma:

Latvija šodien

Mērķis:

Atraktīvā veidā iepazīstināt ar mūsdienu Latviju
Veicināt pozitīvu Latvijas atpazīstamību

Mērķauditorija:

- ārvalstu interesenti un Latvijas viesi
- profesionāļi – politiķi, žurnālisti, goda konsuli, vēstnieki, u.c.

Apraksts:

Brošūra atraktīvā veidā iepazīstina ar mūsdienu Latviju. Mērķis – lai cilvēkam bez priekšzināšanām pēc iepazīšanās par brošūras saturu būtu skaidrs, kas „darbina” Latviju (industrijas, kultūra, iedzīvotāji, sports, daba, ģeogrāfija, statistika, pilsētas un reģioni), kas dzīvo Latvijā, kāda ir Latvijas vieta Eiropā un pasaulē.

Atšķirībā no tūrisma ceļvežiem, brošūras „Latvija šodien” mērķis nav veicināt tūrismu un Latvijā, bet gan iepazīstināt ar Latviju un Latvijas iedzīvotājiem, skaidrot Latviju – caur vēsturi, kultūru, tautsaimniecību u.c., caur to veicinot arī interesi un izpratni par Latviju.

Brošūras tēmas:

Īsumā. Atvērums – pamatdati: par dalību Eiropas Savienībā un starptautiskajās organizācijās, eiro kā valūtu, iedzīvotāju skaitu, ģeogrāfisko atrašanās vietu utml. Vizuāli atvērums veidots, imitējot izdevumu The Times, The Newsweek sadaļu „Briefing” – datu vizualizācija, tekstu izcēlumi utt.

Ekonomika un inovācijas. Īss ievads. Statistikas dati (infografika). Četri piemēri no mūsdienu inovatīviem uzņēmumiem, izpētes nozarēm. Viens piemērs no vēsturiska veiksmes stāsta – Minox foto kameras.

Kultūra. Īss ievads. Statistikas dati (infografika). Četri piemēri no mūsdienu kultūras aktualitātēm. Divi piemēri no kultūrvēsturē nozīmīgām personībām – Marks Rotko, Rainis.

Sports. Īss ievads. Statistikas dati (infografika). Četri piemēri no mūsdienu sportistu sasniegumiem. Viens piemērs no vēsturiskiem sasniegumiem – Latvijas uzvara 1935. gada FIBA Eurobasket sacensībās.

Daba. Īss ievads. Statistikas dati (infografika). Četri piemēri, kas stāsta par Latvijas dabas vērtībām, latviešu prasmi tās izmantot un dzīvot saskaņā ar dabu.

Latvieši. Īss ievads. Statistikas dati (infografika). Četri latviešu ikdienas paradumus raksturojoši piemēri.

Pilsētas. Statistikas dati (infografika). Iezīmētas Latvijas pilsētas / reģioni ar tiem īpašo (Ventspils, Valmiera – inovatīvi uzņēmumi, Kuldīga, Cēsis – kultūrvēsturiska pilsētvide utml.)

Vēsture. Īss ievads. Īss ieskats trīs zīmīgos vēstures faktos – Baltijas ceļš, Bermontiāde, Dainas kā latviešu dzīvesziņas glabātājas.

Brošūras uzdevums:

Stāstīt par Latviju viegli uztveramā, vizuāli pievilcīgā un bagātīgā veidā. Informēt, skaidrot, bet vienlaikus arī izklaidēt un aizraut.

Dizaina uzdevums (Saskaņā ar Latvijas Institūta vizuālās identitātes vadlīnijām <http://brandbook.asketic.com/latvijas-instituts/>) :

- Dizainam vizuāli jāstrukturizē informācija, ieviešot grafiskas atpazīšanas zīmes, izceļot būtisko utt.
- Brošūrai jābūt vizuāli uztveramai, atbilstoši mūsdienīgiem dizaina principiem.
- Dati un teksti, kurus iespējams attēlot vizuāli, nevis tekstā, tā arī jāattēlo (izmantojot infografikas, grafikus, ilustrācijas, piktogrammas utt.)
- Vizuālajam materiālam jāpapildina tekstā minētais, jāatbilst teksta atmosfērai, dažkārt – jāizstāj teksts (tur, kur tekstā minēto iespējams attēlot vizuāli).
- Brošūras ilustrēšanai bagātīgi jāizmanto fotogrāfijas, turklāt tās vēlams izvēlēties un izmantot radoši:
 - o fotogrāfijas (gan arhīvu materiāli, gan mūsdienu attēli, pilsētas skatu, pasākumu, personību fotogrāfijas)
 - o tie var būt arī grāmatu vāku, plakātu, priekšmetu attēli (ja tas veiksmīgi ilustrē brošūras saturu);
 - o vēlams izvairīties no viena, klasiska attēla - teksta lietojuma, tā vietā izmantot arī fotogrāfiju detaļas, kolāžas utml. (ja tas veiksmīgi ilustrē brošūras saturu)
- Dizainam jārēķinās ar drukas un izvēlētā papīra specifikāciju.

Brošūras formāts: 210 x 210 mm

Lappušu skaits: 56 lpp (52+vāks)

Brošūra „Latvijas virtuve”
Latvijas un tās kulinārās vēstures pozitīvas atpazīstamības veicināšanai
Koncepcija

Tēma:

Latvijas virtuve

Mērķis:

Atraktīvā veidā iepazīstināt ar Latvijas kulināro vēsturi un mūsdienu Latvijas virtuvi
Veicināt pozitīvu Latvijas atpazīstamību

Mērķauditorija:

- vispārīgi interesenti un Latvijas viesi
- kulinārie tūristi
- žurnālisti, goda konsuli, vēstnieki, u.c.

Apraksts:

Brošūra ar asprātīgu tekstu un radošiem, apetīti un interesi rosinošiem attēliem atraktīvā veidā iziet cauri Latvijas virtuves vēsturiskajiem un mūsdienu līkločiem, papildinot to ar Latvijai raksturīgām receptēm.

Brošūras mērķis ir priekšstata radīšana par Latvijas ēdiena daudzveidību, dabīgumu un garšu, vienlaikus veicinot pozitīvu atpazīstamību Latvijai un nostiprinot tās statusu kā kulinārā tūrisma galamērķim.

Brošūras tēmas:

Produkti – nepārspējamā un krāsainā Latvijas produktu daudzveidība no foreles līdz brūklenēm un no kartupeļa līdz brieža filejai. Šī sadaļa ne viena aizraus ārzemniekus, bet liks arī latviešiem citādāk paraudzīties uz dabas veltēm, kas pieejamas Latvijā

Saikne ar dabu – latviešu piešķirtā nozīme ēdiena dabiskai izcelsmei, māka pat upes krastā pagatavot maltīti, kā arī izsenis kultivētā saikne ar dabu, zemi, kas bijusi latvieša galvenais pārtikas avots

Garšu salikumi – karamelizētas bietes, saldskābā maize, brieža steiks ar brūkleņu ievārījumu... viss, kas rosina apetīti un kulināro izdomu arī relatīvi gastronomiski kūtrajiem latviešiem

Vēsture – sākot no pirmajām ciltīm, kas ienāca Latvijā, un to vienkāršajām graudaugu receptēm, līdz Padomju laiku borščam un pelmeņiem. Latvijas kulinārā vēsture ir plaša, krāsaina, un to tā arī jāataino.

Mūsdienas – moderni, urbāni restorāni un to skatījums uz mūsdienu Latvijas virtuvi apvienojumā ar mūsdienu Latvijas garšas meklējumiem

Brošūras uzdevums:

Stāstīt par Latvijas virtuvi viegli uztveramā, asprātīgā un vizuāli pievilcīgā un radošā veidā. Informēt, skaidrot, bet vienlaikus arī izklaidēt un aizraut.

Dizaina uzdevums

- Dizainam vizuāli jāstrukturizē informācija, ieviešot grafiskas atpazīšanas zīmes, izceļot būtisko, katrai nodaļai atvēlot savu krāsu gammu u.tml.
- Brošūrai jābūt vizuāli uztveramai, atbilstoši mūsdienīgiem dizaina principiem.
- Dati un teksti, kurus iespējams attēlot vizuāli, nevis tekstā, tā arī jāattēlo (izmantojot infografikas, grafikus, ilustrācijas, piktogrammas utt.)
- Vizuālajam materiālam jākalpo kā rosinošam un interesi radošam pavadonim bukleta atraktīvajam tekstam un jāatbilst tā atmosfērai.
- Brošūras ilustrēšanai bagātīgi jāizmanto krāsainas, košas un radošas fotogrāfijas, kas neatstās vienaldzīgu pat visprasīgāko kulināro tūristu – sākot no ļoti nesamākslotiem un dabiskiem produktu attēliem līdz augsta līmeņa restorānu ēdieniem.
- Dizainam jāērēķinās ar drukas un izvēlētā papīra specifikāciju.

Brošūras formāts: 210 x 210 mm

Lappušu skaits: 36 (32+vāks)