



Република България  
Пловдивска Област

Община Марица

# КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ ОБЩИНА МАРИЦА



Европейски съюз



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората



ОПАК. Експерти в действие

2010

Този продукт е разработен от Национална асоциация правна инициатива за местно самоуправление в рамките на проект „Ефективна, прозрачна и почтена Община“ по Оперативна програма „Административен капацитет“ 2007-2013, Под приоритет 1.2. Прозрачна и почтена държавна администрация, Бюджетна линия: BG051PO002/08/1.2-04 се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд окъществяван от Община Марица





Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

## СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение .....	3
I. Принципи на Комуникационната стратегия .....	4
II. Бази данни .....	4
III. SWOT Анализ .....	6
IV. Цели на Комуникационната стратегия .....	10
V. Целеви групи .....	11
VI. Основни форми на комуникация .....	12
➤ <i>Проактивна информационна кампания</i> .....	13
➤ <i>Информационни кампании с реактивен характер</i> .....	13
VII. План за действие при изпълнение на комуникационната стратегия .....	16
VIII. Мониторинг и критерии за оценка на ефективността .....	19

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Европейски съюз



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

## **Въведение**

Основната цел на Комуникационната стратегия е да стимулира съпричастността и участието на населението на община Марица и структурите на гражданското общество, развиващи дейност на нейната територия за формиране на доброто и прозрачно управление на общината и за превенция на корупцията. Едновременно с това е насочена и към подкрепа за изграждане на облик на община Марица като активна страна в провеждането на политики и формирането на позитивни нагласи за нейното прозрачно управление.

Стратегията се разработва в помощ на развитието и поддържането на взаимоотношения с гражданите и техните сдружения; неправителствените организации; външните инвеститори, бизнеса, който развива своята дейност на територията на общината, на осигуряването на информацията, необходима за постигане на информирано съгласие, идентифициране на възникващи проблеми, повишаване нивото на разбиране, генериране на подкрепа за инициативите и програмите за добро и прозрачно управление, изясняване на съществени въпроси и очертаване на проблематични области.

Документът е изготвен в рамките на проект „Ефективна, прозрачна и почтена Община“ по Оперативна програма „Административен капацитет“ 2007-2013, Под приоритет 1.2. Прозрачна и почтена държавна администрация, Бюджетна линия: BG051PO002/08/1.2-04, на основата на разработената Стратегия за прозрачно управление и превенция на корупцията и очертаните в нея основни положения.

## ***I. Принципи на Комуникационната стратегия***

Комуникационната стратегия се основава на следните основни принципи:

- ✓ Отчетност и публичност в дейността на общината – създаване на условия за провеждане на дебат, предоставяне на балансирана и обективна информация, както и осигуряване на възможност гражданите да изразяват своите очаквания и предложения;
- ✓ Защита на обществения интерес – изграждане на съпричастност в населението и структурите на гражданското общество (СГО) към проблемите на общината и мотивирането им за участие в нейното управление;
- ✓ Прозрачност – информиране на обществеността за изпълнението на дейностите по Комуникационната стратегията. Прозрачността следва да се интерпретира в контекста на постигането и утвърждаването на определен информационен стандарт, който не подлага на съмнение ефективността в работата на Общината и в същото време удовлетворява обществената потребност от публичност в дейността на институцията,
- ✓ Координация с други програми, изпълнявани от община Марица, като комуникационните дейности за осигуряване на прозрачност и публичност при усвояване на еврофондовете;
- ✓ Ефективност на разходите – постигане на максимални резултати с наличните ресурси.

## ***II. Бази данни***

На базата на наличната информация (комуникационни канали) за управлението на община Марица и работата на общинската администрация могат да се направят някои аналитични обобщения за условията, в които се съставя и ще се изпълнява настоящата Стратегия.

Информационното общество, в което живеем предлага богато разнообразие от комуникационни канали, които следва да бъдат използвани при преследване на задачите,



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

поставени в настоящата Стратегия. Необходимо е балансирано и икономически ефективно разпределение на информационните ресурси по съответните канали – печат, електронни медии, Интернет и др.

✓ **Външни комуникационни канали**

- *Уеб сайт* – уеб сайтът на Общината съдържа актуална информация за Община Марица и всичко свързано с нея, в това число и Общинският план за развитие на Община Марица 2005-2015г.
- *Открити срещи и обсъждания с населението на Общината* – обществените дискусии спомагат за оценка на мнението и нагласите на местното население, неговата съпричастност и ангажираност към реализирането на мерките и конкретните дейности, водещи до повишаване на икономическия и социален статус в Общината и подобряване на благосъстоянието на нейните жители.
- *Кутия за мнения и препоръки* – кутии за мнения и препоръки, поставени на обществените места в Общината позволяват на гражданите в писмен вид да изказват мнения, да дават препоръки, да отправят забележки.

✓ **Вътрешни комуникационни канали**

- *Семинари и обсъждания с представители на общинската администрация*

Семинарите и обсъжданията включват обучение и разяснения по въпроси от местно значение, осъзнаването и реализирането на приоритетите и целите на Общината и настоящата Стратегия.

- *Срещите с местните представители на гражданското общество*

Ежемесечни срещи с представители на местните сдружения на гражданското общество и неправителствения сектор, на който се обсъждат въпроси, свързани с разработването на общинските планове, стратегии и актове с местно значение, възможностите и ограниченията, които съществуват за Общината и съответно оказват влияние върху реализирането на дейностите и постигането на очакваните резултати.

### **III. SWOT Анализ**

#### ***Силните страни***

- Идентифицирани са структурите на гражданското общество, които ще бъдат привлечени за активно участие при формиране на политиката на община Марица;
- Постигнато разбиране по въпросите на доброто управление от заинтересованите страни на местно ниво;
- Притежаване на известен опит за работа в областта на връзките с обществеността;
- Мотивация за добро управление на общината от страна на местната общност;
- Активност от страна на местната администрация за провеждане на прозрачна политика.

#### ***Слабите страни***

- Недостатъчен опит в сферата на комуникациите и връзките с обществеността;
- Недостатъчен опит по прилагане на цялостна стратегия за връзки с обществеността, както в администрацията, така и в СГО;
- Недостатъчни ресурси за изпълнението на стратегията от страна на администрацията и СГО;
- Липса на изградена традиция за ефективно използване на средствата за масово осведомяване за провеждане на политика на прозрачност и публичност.

***Възможностите*** на външната среда, на които може да се разчита за осъществяването на Стратегията и които е важно да бъдат използвани са:

- Наличие на разнообразни източници на финансиране (оперативни програми и други международни програми и схеми за финансиране) за комуникационни дейности и дейности, свързани с доброто управление на община Марица;

- Наличие на възможности за обмяна на опит и споделяне на добри практики в областта на комуникациите и доброто управление;
- Наличие на възможности за подкрепа на комуникационните дейности и участие в тях от страна на гражданите и СГО;
- Наличието на успешни механизми за партньорство на местно ниво между местна власт и СГО в процеса на реализиране на общинската политика.

*Заплахите* на външната среда, чието въздействие е необходимо да бъде минимизирано и предварително отчитано, са:

- Недостатъчна активност и заинтересованост на гражданите, неправителствените организации, бизнеса и другите структури на гражданското общество за участие при формиране на политиката на местно ниво и оказване на контрол върху дейността на администрацията;
- Недостатъчен опит и познания в сферата на доброто и прозрачно управление на структурите на гражданското общество, развиващи дейност на територията на община Марица;
- Потенциална възможност от дестабилизация на цялостната социално-икономическа ситуация в страната.



Европейски съюз



ОПАК, Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

## ГРАФИЧНО ПРЕДСТАВЯНЕ НА SWOT АНАЛИЗА

	ВЪЗМОЖНОСТИ	ЗАПЛАХИ
ВЪТРЕШНА СРЕДА	<p><b>Силните страни</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Идентифицирани са структурите на гражданското общество, които ще бъдат привлечени за активно участие при формиране на политиката на община Марица;</li> <li>- Постигнато разбиране по въпросите на доброто управление от заинтересованите страни на местно ниво;</li> <li>- Притежаване на известен опит за работа в областта на връзките с обществеността;</li> <li>- Мотивация за добро управление на общината от страна на местната общност;</li> <li>- Активност от страна на местната администрация за провеждане на прозрачна политика.</li> </ul>	<p><b>Слабите страни</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостатъчен опит в сферата на комуникациите и връзките с обществеността;</li> <li>- Недостатъчен опит по прилагане на цялостна стратегия за връзки с обществеността, както в администрацията, така и в СГО;</li> <li>- Недостатъчни ресурси за изпълнението на стратегията от страна на администрацията и СГО;</li> <li>- Липса на изградена традиция за ефективно използване на средствата за масово осведомяване за провеждане на политика на прозрачност и публичност.</li> </ul>
НА	<b>Възможностите</b>	<b>Заплахите</b>



на външната среда, на които може да се разчита за

Европейски социален фонд  
инвестиции в хората

осъществяването на Стратегията и които е важно да бъдат използвани са:

на външната среда, чието въздействие е необходимо да бъде минимизирано и предварително отчитано, са:

- Наличие на разнообразни източници на финансиране (оперативни програми и други международни програми и схеми за финансиране) за комуникационни дейности и дейности, свързани с доброто управление на община Марица;
- Наличие на възможности за обмяна на опит и споделяне на добри практики в областта на комуникациите и доброто управление;
- Наличие на възможности за подкрепа на комуникационните дейности и участие в тях от страна на гражданите и СГО;
- Наличието на успешни механизми за партньорство на местно ниво между местна власт и СГО в процеса на реализиране на общинската политика.

- Недостатъчна активност и заинтересованост на гражданите, неправителствените организации, бизнеса и другите структури на гражданското общество за участие при формиране на политиката на местно ниво и оказване на контрол върху дейността на администрацията;
- Недостатъчен опит и познания в сферата на доброто и прозрачно управление на структурите на гражданското общество, развиващи дейност на територията на община Марица;
- Потенциална възможност от дестабилизация на цялостната социално-икономическа ситуация в страната



## **IV. Цели на Комуникационната стратегия**

### **Основна цел**

- ✓ Стимулиране на активния диалог и съпричастността на всички заинтересовани страни на местно ниво към процесите на формиране на добро и прозрачно управление, включително и чрез предоставяне на възможности гражданите и структурите на гражданското общество да изразяват мнението си за управлението на общината.

### **Генерални цели на Комуникационната стратегия**

**Приоритет 1:** Повишаване информираността на гражданите за ролята на местната власт и структурите на гражданското общество в процеса за местно развитие и възможностите за ефективно усвояване на средства от Европейските фондове.

**Приоритет 2:** Изграждане на единен информационен стандарт в диалога между местната власт, останалите държавни институции, структурите на гражданското общество и медиите.

**Приоритет 3:** Формиране на реалистични обществени представи за ефективността, дейността и възможностите за създаване на благоприятна бизнес среда на местната власт.

**Приоритет 4:** Изграждане на компетентни обществени представи за ролята на местната власт в хода на административната реформа и за приобщаване към европейското административно пространство.

**Приоритет 5:** Създаване на устойчиви модели за професионална кариера и авторитет, съобразно професионалните и етичните стандарти, възприети в етичния кодекс на общинските служители

### **Специфични комуникационни цели**

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

- ✓ Да стимулира участието и подкрепата на структурите на гражданското общество за осигуряване на добро и прозрачно управление в община Марица;
- ✓ Да разяснява цялостния ефект от доброто управление като по този начин допринася за по активни действия от страна на заинтересованите страни на местно ниво;
- ✓ Да предоставя информация за методите и средствата за осъществяване на комуникация по въпросите на прозрачното управление и превенцията на корупцията;
- ✓ Да осигурява канали за комуникация между местната власт, населението, структурите на гражданското общество и бизнеса.

## ***V. Целеви групи***

Определянето на целевите групи е важно, тъй като всяка група има собствени нужди и приоритети. Определянето на информационните нужди на целевите аудитории ще отчита мненията, знанията и нагласите на идентифицираните обществени групи по отношение на наличието на информация, необходима за взимане на решения, свързани с доброто управление на общината.

Основните целеви групи на стратегията са местна власт, представители на населението и обществеността, СГО, бизнес структури.

Постигането на конкретните цели на настоящата стратегия зависи от планирането на обхвата и характера на основните послания, които да се отправят към приоритетните и кореспондентни целеви аудитории. Промените в съществуващите масови обществени нагласи налагат избор на стратегия за индиректен достъп до различни целеви аудитории. Насочената комуникация, която би могла да формира устойчиви представи и критерии за оценка сред представителите на приоритетните целеви аудитории, гарантира в много по - голяма степен постигането на крайните цели. Именно затова, за да бъде постигната трайна



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

промяна в масовите нагласи е необходимо усилията да бъдат концентрирани към гарантирането на ефективна комуникация с целеви аудитории, които имат характера на референтни групи по отношение на значителни групи от населението.

За постигане целите на Комуникационна стратегия тези групи могат да бъдат представени по следния начин:

- ✓ Икономически и социално активни граждани; млади хора;
- ✓ Групи граждани, изразяващи скептично отношение към действията и постиженията на местната власт;
- ✓ Групи в неравностойно положение;
- ✓ Неправителствени, браншови и други представителни организации;
- ✓ Медии – регионални и национални, с фокус върху регионалните и специализираните медии;
- ✓ Широката общественост

Чрез всяка една от тези референтни целеви аудитории ефективно могат да бъдат комуникирани различни части от общите послания на настоящата стратегия. Работата с всяка от тези аудитории предполага специфични действия и комуникационни форми, които да гарантират индивидуализацията на подхода и в същото време, координираността на усилията за постигане на крайните цели.

## ***VI. Основни форми на комуникация***



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

Комуникационен тип стратегия се гради върху основата на адаптивност на комуникационните механизми и предварително заложен позитивизъм по отношение лансираната същност на посланията.

Комуникационният тип стратегия е изграден върху разбирането, че медиите са равноправни участници в комуникационния процес, като на тях е определена ролята на медиатори. Характерно за комуникационния тип стратегия е, че той може да се използва не само когато е усвоен властови ресурс, но и когато субектът навлиза в общественото пространство.

Комуникационната стратегия се основава върху няколко основни подхода в комуникацията:

✓ **Информационни кампании**

Комуникационната стратегия следва да се основава на реализирането на два типа информационни кампании.

➤ ***Проактивна информационна кампания***

Първият модел следва логиката на така наречената проактивна информационна кампания, при която институцията лансира теми и своята гледна точка към тях в зависимост от собствения си дневен ред. По този начин, институцията има възможност да провокира публичен дебат по определени теми и да аргументира собствената си позиция, следвайки собствената логика на комуникационната си стратегия.

➤ ***Информационни кампании с реактивен характер***

Вторият тип информационни кампании имат по-скоро реактивен характер и се вписват в общия модел на кризисен институционален PR. Основният принцип в кризисната публична комуникация е свързан с промяна в обема и динамиката на предоставяната информация. За разлика от корпоративния PR, институционалната публична комуникация винаги е свързана



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

с начина, по който се дефинира и отстоява публичния интерес. Колкото по-сериозна е кризата, адекватната информация трябва да бъде готова да предостави на обществото институцията съобразно законовите органичения.

Принципите на кризисната публична комуникация не се познават добре и не се прилагат широко в българската практика. Причините за това най-често са в липсата на необходимия експертен капацитет за оценка на кризата и за определяне на оптимални подходи за нейното овладяване. Затруднената институционална комуникация води до циклични кризи, които формират трайно негативни обществени нагласи по отношение на институцията. Определящо значение за ефективната комуникация в условия на криза имат няколко елемента от комуникационната стратегия.

На първо място, става въпрос за *оценка на характера и обхвата на кризата*, в която се намира институционалната комуникация. От навременната и компетентна намеса в тази фаза на кризисния PR зависи по-нататъшното поведение на институцията и възможността за минимизиране на негативните ефекти от кризата.

Вторият задължителен елемент за ефективна комуникация в условията на криза е предварителното *определяне на компетентен и постоянен говорител* на институцията. Ако в началото на кризисната ситуация няма яснота кой ще води институционалната комуникация от самото ѝ начало, непрекъснатата смяна на говорители допълнително задълбочава негативния ефект на кризисната ситуация. В конкретния случай това означава предварително да бъде изяснено:

- кой ще осъществява комуникацията с журналистите;
- кой ще осигурява връзката с останалите институции, ангажирани със случая;
- кой и как ще събира необходимата допълнителна информация, чрез която да бъде осигурявана официалната позиция на институцията.

Третият задължителен елемент от една ефективна кризисна комуникация е свързан с начина, по който ще бъде представена *официалната позиция на институцията*. Традиционно у нас се смята, че преодоляването на кризата може да бъде постигнато чрез пренасочването на общественото внимание към дейността, а понякога и отговорността на друга институция. Дори и тогава, когато за подобно действие има основания, ефективният институционален модел на публична комуникация не предполага прехвърлянето на отговорността или директното обвинение на друга институция. *Пренебрегването на този*



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

*принцип често води до каскада от кризи, до проявление на “ефекта на доминото”, като на всяко равнище негативната обществена оценка се задълбочава, а общият ефект е еднакво неприемлив за всички институции, засегнати от поредната криза.*

Окончателното приключване на кризата не трябва да бъде подценявано. Често се приема, че тя е отминала, а понякога дори се формира впечатлението, че това критичната ситуация отминава “от само себе си”. Начинът, по който една институция приема кризата в публичната си комуникация и средствата, чрез които излиза от нея, трябва да бъдат взаимно свързани. Отказът да се коментира отминалата криза не е добро решение. В хода на самата криза е необходимо да се достигне до приемливо за всички обяснение на причините, довели до кризата, а след нейния край да бъде демонстрирана готовност за превенция по отношение на други подобни ситуации. Разрушителният ефект на кризата продължава да действа докато институцията продължава да отклонява темата и демонстрира нежелание да я коментира. Именно затова, дори и когато подобно решение предизвиква напрежение в самата институция, причините, довели до кризата трябва, да бъдат коментирани в контекста на тяхното противодействие. Успешно завършената и обяснена със средствата на публичната комуникация криза повишава авторитета и доверието в институцията.

#### ✓ **Директна комуникация**

Фокусът все повече се измества от провеждането на мащабни PR кампании към стимулиране на дискусиите и участието на хората и структурите на гражданското общество в изграждането на позиция по въпросите от местно значение.

В допълнение към планираните информационни инициативи се предоставя възможност на отделните граждани да споделят с органите на местна власт своите очаквания и предложения.

Предизвикателствата пред членството на България в ЕС, както и пред Европейския съюз като цяло, изискват провеждане на непрестанен дебат, в който органите на местна власт имат водеща роля. Това предполага активен подход, включващ организиране на срещи на отговорните за вземане на управленски решения с представители на различни сектори и с населението на общината, както и използването на медиите за целите на директната комуникация.



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

#### ✓ **Комуникация чрез масовите медии**

Комуникацията чрез масовите медии включва: организиране и участие в пресконференции, брифинги и съобщения за медиите; неформални работни срещи и разпространяване на информация в отдалечените райони с ниско ниво на потребление на други медии; обмяна на опит с другите общини за представители на регионалните и местни медии.

#### ✓ **Работа с неправителствени организации**

Комуникационната стратегия подкрепя инициативи на гражданското общество, насочени към групи, които трудно могат да се достигнат чрез средствата за масово осведомяване.

#### ✓ **Интернет**

Поддържане и актуализиране на интернет страницата на Община Марица; разпространение на електронни бюлетини.

#### ✓ **Информационни материали**

Разпространение на информационни материали за Община Марица.

## ***VII. План за действие при изпълнение на комуникационната стратегия***

Планът за изпълнение на комуникационната стратегия определя начина на провеждане и управление на комуникационната кампания.

Целите на стратегията могат да се постигнат, като се приложат няколко основни подхода, които се операционализират в съответни типове дейности. Те са съобразени със съответните целеви групи и характера на посланията, насочени към тези целеви групи.

Настоящият план за изпълнение обхваща едногодишен период, в който ще бъдат извършени основни дейности като:

1. Формиране на екип за изпълнение на Комуникационната стратегия в рамките на общинската администрация и изграждането на неговия капацитет за осъществяване на комуникационни кампании.
2. Стартиране на дейностите по определяне на окончателните параметри на кампанията чрез определяне на календар на основните събития, които да бъдат включени в общия план за осъществяване на планираните дейности на общинска администрация Марица.
3. Осъществяването на целите на Комуникационната стратегия чрез определяне и изграждане на основни елементи от комуникационната кампания, избор на конкретни събития, които да бъдат използвани за целите на кампанията, изработване на специфични информационни и рекламни материали, съобразени с целевите аудитории и избраните комуникационни канали.
4. Оценка на изпълнението на дейностите в едногодишния период като част от процеса на оценка на изпълнението на мерките, заложи в Стратегията за прозрачно управление и превенция на корупцията.

Изпълнението на целите на Комуникационната стратегия се реализира чрез:

- ✓ Включване на събитията от културния календар на община Марица като информационни поводи и възможности за надграждане на тяхното съдържание в посока разпространяване на информация, затвърждаване и разширяване на представата за добро и прозрачно управление на община Марица
- ✓ Определяне на външни за общината (национални и международни) събития (изложения, панаири, конференции и различни форуми), чрез участието, в които общината ще получи информация за нови механизми и внедрен сполучлив опит за достигане по най-ефективен начин до прозрачно и добро управление и също така ще има възможност да представи предприетите и осъществени стъпки в тази насока.

Планът е свързан с осигуряване на възможности за:

- ✓ осигуряване на информация;
- ✓ идентифициране на проблеми;
- ✓ повишаване нивото на разбиране;

- ✓ генериране подкрепа за инициативата и програмите за добро и прозрачно управление на община Марица;
- ✓ набиране и насочване на вътрешната подкрепа за развитието на общинските дейности за добро управление и превенция на корупцията.

Дейностите са продуктите на вложените ресурси. Съобразно тези ресурси и аудиторите, към които са насочени, дейностите от плана за изпълнение на Комуникационната стратегия са групирани в следната типология:

- ✓ Информационните дейности са свързани с установяване на постоянен поток от информация, разработена в съответствие с информационните нужди на различните целеви аудитории. Основна цел на информационните дейности е изграждане на желаната представа за община Марица сред широката аудитория като община с добро и прозрачно управление.
- ✓ Разяснителните дейности са свързани със запознаване на целевите групи с възможностите, условията, процедурите и др., свързани с участието на аудиторите в процесите на местно управление и взимане на решения. Разяснителните дейности запознават с добри практики в сферата на доброто управление и превенцията на корупцията.
- ✓ Образователните дейности целят да засилят знанията и търсенето на информация и услуги, свързани с определени теми за доброто управление на общината.
- ✓ Промоционалните дейности популяризират водещите идеи на стратегията в подкрепа на доброто управление и са основен инструмент за разпространение на специфично насочена информация.
- ✓ Дейностите тип “събития” включват празници, спортни състезания, концерти и т.н., които по своята същност също спадат към промоционалните дейности.

Планът за изпълнение е съобразен с идеята за създаване на устойчиви взаимоотношения с гражданите, неправителствените организации, бизнеса и други структури на гражданското общество на територията на община Марица.



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

Като част от комуникационната политика информационният поток между общинската администрация, като изпълнител на стратегията, и обществеността трябва да протича едновременно посредством формален и неформален обмен и постоянен диалог с открит, изчерпателен и надежден характер.

## ***VIII. Мониторинг и критерии за оценка на ефективността***

Ефективното приложение на настоящата комуникационна стратегия зависи от равнището на координация между усилията на Общината, Общинския съвет и останалите институции на държавното управление, медиите и гражданското общество. Структурата и организирането на дейността на Община Марица способства постигането на необходимата степен на единоедействие при ръководството и оценяването на ефективността на стратегията.

Организирането и реализацията на подобна стратегия предполага наличието на определени критерии за ефективност, които да бъдат прилагани при оценката на всяка от фазите и етапите от нейната реализация. Тези критерии трябва да отразяват обхвата на достигнатите аудитории спрямо целите, които включва стратегията. В конкретен план, това означава да бъде оценен обема от информация и относителните дялове на целевите аудитории, до които следва да достигнат основните послания на стратегията. Постигането на тези цели ще бъде реализирано чрез изграждането на система от критерии за количествен и качествен анализ и оценки, които ще бъдат прилагани в рамките на мониторинга.

В рамките на количествените критерии за ефективност на Стратегията, самостоятелно значение има ритъмът и периодичността, с които ще бъде предоставяна информация и анализи в различните етапи от реализирането на настоящата Стратегия. В този контекст определящо място би следвало да имат оценките за реализацията на отделните информационни кампании, както и общият обем от информация, която достига до обществеността по повод на работата на Общината и нейната администрация. След първоначалното тестване на количествените критерии за ефективност на Стратегията, може да бъде изграден постоянно действащ модел, който да регистрира периодично промените в количествените показатели и да оценява обхвата на достигнатите аудитории.



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

Качествената оценка на постигнатите резултати може да бъде осигурена чрез периодични проучвания на степента, в която масовите обществени нагласи се доближават до целите и приоритетите, представени в настоящата Комуникационна стратегия.

Достъпът до различните референтни групи и целеви аудитории, определени в настоящата комуникационна стратегия предполага различен интервал от време и специфични средства. Позицията и значението на Общината предполага преди всичко изграждането на устойчиви партньорски отношения на организационно равнище. В този смисъл, дори при максимално интензивни действия, видимият ефект върху общественото мнение няма да се прояви незабавно.

От друга страна, всички органи на местно самоуправление са заинтересувани от постигането на максимално ефективна координация, както в непосредствената си дейност, така и в своята публична комуникация. Постигането на тази цел може да бъде установено чрез прилагането на количествени и качествени критерии за оценка.

Практическото приложение на настоящата комуникационна стратегия предполага разгръщането на серия от документи, притежаващи по-висока степен на конкретност, както и реализирането на отделни проекти, в рамките на всеки от нейните модули. Динамиката на общественото развитие през следващите години ще наложи някои от нейните подцели да бъдат актуализирани, а други ще загубят острата си актуалност, но необходимостта от изграждането на авторитета и достойнството на Общината остава неизменен приоритет.