

# КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ОСТВАРУВАЊЕ НА ПРАВАТА НА ЗАЕДНИЦИТЕ ЗА ПЕРИОД 2019-2023 ГОДИНА

АПРИЛ 2019 ГОДИНА

Изработено од: Др. ФИЛИПО РОМОЛИ

Оваа Комуникациска стратегија претставува дел од проектот „Зајакнување на демократијата преку промоција и заштита на правата на заедниците“, кој е финансиран од Европската унија, а имплементиран од страна на консултантската куќа „ГФА Групација“.

## КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ОСТВАРУВАЊЕ НА ПРАВАТА НА ЗАЕДНИЦИТЕ

<b>ЦЕЛИ</b> .....	<b>2</b>
<b>СПЕЦИФИЧНИ ЦЕЛИ</b> .....	<b>3</b>
<b>ПРИНЦИПИ НА КОМУНИКАЦИЈА</b> .....	<b>3</b>
<b>ЦЕЛНИ ГРУПИ</b> .....	<b>3</b>
▪ Медиуми и медиумски работници .....	4
▪ Граѓански организации .....	4
▪ Централна и локална власт.....	4
▪ ЕУ и останати интернационални организации и донатори .....	4
▪ Вработените во Агенцијата за остварување на правата на заедниците .	4
<b>АЛАТКИ ЗА КОМУНИКАЦИЈА</b> .....	<b>4</b>
▪ Публикации .....	5
▪ Медиумски настани .....	5
▪ Соопштенија за медиуми .....	5
▪ Други настани за видливост.....	5
• Интервјуа и изјави .....	5
▪ Брифирање за медиуми.....	5
▪ Неформални состаноци со новинари и граѓански организации.....	5
<b>ФОРМИ НА ПРОМОЦИЈА НА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА АГЕНЦИЈАТА</b> .....	<b>6</b>
<b>ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА</b> .....	<b>6</b>
<b>МОНИТОРИНГ НА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА</b> .....	<b>6</b>
<b>ИНДИКАТОРИ КОИ ОДДЕЛЕНИЕТО ЗА ОДНОСИ СО ЈАВНОСТА ЌЕ ГИ КОРИСТИ ЗА ПРОЦЕНКА НА ВЛИЈАНИЕТО</b> .....	<b>7</b>

1



*This project is funded by the  
European Union*



## ОЦЕНУВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА ..... 7

### ЦЕЛИ

Главната цел на оваа Комуникациска стратегија е да се обезбеди навремено комуницирање со целните групи на Агенцијата за остварување на правата на заедниците, воедно и да се подигне свеста за постоењето и влијанието на Агенцијата, како и за предизвиците поврзани со заштитата и унапредувањето на правата на заедниците помеѓу целните групи.

Посебни цели на оваа комуникациска стратегија се:

- Подигање на свеста на засегнатите страни за улогата на Агенцијата во придонесот за унапредување и заштита на правата на заедниците, за подобро информирање на јавноста како предуслов за заштита и унапредување на нивните права.
- Зголемување на видливоста на Агенцијата со почесто присуство на нејзините претставници во медиумите
- Одржување и зајакнување на позитивниот јавен имиџ на Агенцијата како и за нејзините партнери преку ефикасно користење на достапните форми на идентификација;
- Информирање на засегнатите страни за податоците, наодите и резултатите на Агенцијата.



## СПЕЦИФИЧНИ ЦЕЛИ

Агенцијата ќе ги оствари главните цели на комуникациската стратегија преку остварување на следните специфични цели:

- Воспоставување на систем на редовна и навремена внатрешна и надворешна комуникација;
- Поставување на форми и начини на комуникација;
- Формирање на одделениа за односи со јавност кое ќе биде задолжено за спроведување на комуникациската стратегија;
- Оптимално користење на расположливите ресурси (човечки и технички) во спроведувањето на комуникациската стратегија и акцискиот план за комуникациската стратегија
- Редовно оценување и преглед на комуникациската стратегија и акцискиот план.

## ПРИНЦИПИ НА КОМУНИКАЦИЈА

Персоналот на Агенцијата при примената на стратегијата за комуникација ќе ги следи следниве принципи:

- Процесот на комуникација е јасен и познат за сите страни на Агенцијата;
- Комуникацијата е навремена;
- Комуникацијата е транспарентна и вистинита;
- Информациите се достапни за сите и
- Комуникацијата е двонасочна помеѓу Агенцијата и заинтересираните страни.

## ЦЕЛНИ ГРУПИ

Следните целни групи ќе бидат во фокусот на активностите кои ќе ги преземе оваа стратегија:

- **Граѓаните**

Агенцијата редовно ќе ги информира граѓаните за своите активности со цел:

1. Зголемување на видливоста на работата на Агенцијата;
2. Нагласување на придобивките кои граѓаните можат да ги имаат преку активностите и резултатите на работата на Агенцијата;
3. Зајакнување на поддршката од јавноста за своите активности;
4. Информирање за поддршката на ЕУ во земјата.

- **Медиуми и медиумски работници**

Улогата на медиумите и медиумските работници како целна група е од особена важност за Агенцијата и за оваа комуникациска стратегија. Само информираната јавност може дополнително да создаде притисок врз јавните институции за поголема транспарентност и отчетност во нивната работа. Медиумите и новинарите се воедно и целна група и засегната страна во спроведувањето на акцискиот план за комуникација, и затоа оваа категорија ќе биде третирана со посебно внимание.

- **Граѓански организации**

Агенцијата ќе воспостави активна комуникација со граѓанските организации со цел да ги заштити и унапреди правата на заедниците.

- **Централна и локална власт**

Агенцијата ќе воспостави активна комуникација со централните и локалните власти со цел да влијае на донесувањето одлуки врз основа на препораките дадени како дел од своите активности.

- **ЕУ и останати интернационални организации и донатори**

Агенцијата ќе ги информира овие претставници редовно за своите активности, цели и резултати со цел да ја обезбеди потребната поддршка, да покаже транспарентност, отчетност и одговорност за својата работа и да привлече поддршка за слични активности од донаторски институции.

- **Вработените во Агенцијата за остварување на правата на заедниците**

Со цел да се артикулираат конзистентните пораки кон надворешната јавност, Агенцијата ќе воспостави ефективен механизам за внатрешна комуникација што ќе овозможи навремено и целосно информирање на вработените во Агенцијата за сите активности во Агенцијата.

## АЛАТКИ ЗА КОМУНИКАЦИЈА

Агенцијата ќе ги користи и ќе ги подобри алатките за комуникација кои се однесуваат на сите целни групи и ќе изгради проактивен однос со сите засегнати страни. Поради тоа Агенцијата ќе негува стабилни и конзистентни односи со медиумите и граѓанските организации. Агенцијата ќе ги одреди алатките за комуникација за секоја активност посебно, со цел да ги максимизира ефектите и резултатите од тие активности. Агенцијата ќе ги користи следниве алатки за комуникација:

- **Веб страни и социјални медиуми**

Сите информации кои ќе произлезат од Агенцијата ќе бидат објавени на постоечката веб-страница со која раководи Агенцијата - [www.aorz.gov.mk](http://www.aorz.gov.mk).

Со цел да се зголеми видливоста на Агенцијата и да се засили директната двонасочна комуникација преку социјалните медиуми, Агенцијата ќе ја подобри Фејсбук страницата и ќе биде креиран профил на Твитер.

- **Публикации**

Агенцијата ќе ги објави и дистрибуира сите документи на следење на остварување на правата на заедниците до сите релевантни засегнати страни. Овие извештаи се важна алатка за информирање на целните групи за наодите и за промовирање на предложените препораки за понатамошен развој на заштита и унапредување на правата на заедницата.

- **Медиумски настани**

Агенцијата ќе организира конференции за печат. Конференциите за печат ќе се користат за брзо информирање на јавноста за најважните резултати од нејзините активности.

- **Соопштенија за медиуми**

Агенцијата ќе издава соопштенија кога е соодветно за информирање на јавноста за важни прашања, активности и резултати на Агенцијата.

- **Други настани за видливост**

Агенцијата ќе ја искористи секоја можност да ги промовира своите активности и да ја зголеми својата видливост, преку креирање на синергии со настани организирани од партнери и донатори, како и други засегнати страни кои се компатибилни со целите од акцискиот план. Ова вклучува учество на конференции, панели и други јавни настани организирани од трети страни.

- **Интервјуа и изјави**

Вработените во Агенцијата ќе земат учеството во интервјуа за медиуми и ќе даваат јавни изјави во случаи кога ќе треба да се испрати една порака од големо значење.

- **Брифирање за медиуми**

Агенцијата ќе организира брифинг за медиумите како средство за доставување одредена информација за конкретно прашање од интерес и за лобирање пред медиумите за добивање поддршка за одредени позиции. Медиумските брифинзи ќе се користат само во случаи кога Агенцијата треба да ги информира новинарите, а не јавноста.

- **Неформални состаноци со новинари и граѓански организации**

5



This project is funded by the  
European Union



Агенцијата ќе оствари неформални средби со новинарите како начин за воспоставување добри и стабилни односи со медиумите со цел да ја придобие потребната поддршка за активностите кои се од пошироко општествено значење.

- **Редовна комуникација и состаноци на персоналот**

Агенцијата ќе воспостави и одржува внатрешен систем за комуникација со цел да добие оптимална употреба на сите расположливи ресурси за поефикасно и успешно спроведување на оваа комуникациска стратегија.

## **ФОРМИ НА ПРОМОЦИЈА НА ИДЕНТИФИКАЦИЈА НА АГЕНЦИЈАТА**

- **Промоција на слоганот на Агенцијата**

Агенцијата треба да креира едноставен слоган кој ќе ја содржи суштината на својата мисија. Агенцијата може понатаму да го промовира слоганот со негово поставување на сите објавени материјали и ќе ја разгледа можноста за негово аплицирање на сите промотивни материјали (банери, постери, папки итн.).

- **Брендирани банери и постери**

Агенцијата треба да испечати банери и постери на кои е испечатен слоганот, односно логото, како и други брендирачки идентитети - име, партнери, донатори итн. Овие материјали ќе се користат за промоција и идентификација на Агенцијата и нејзините партнери на сите јавни настани и активности.

## **ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА**

Оваа комуникациска стратегија ќе ја спроведуваат сите вработени во Агенцијата. Одделението за односи со јавноста кое ќе биде формирадено ќе биде задолжено за спроведување на оваа комуникациска стратегија и нејзиниот акциски план.

Пред секој јавен настан и активност, ќе се подготви кратка порака за дефинирање на главните комуникациски аспекти за тој конкретен настан или активност. Комуникацискиот преглед ќе укаже на активностите кои треба да се преземат за да се обезбеди соодветна комуникација со целните групи, како и со вработените кои се одговорни за тоа.

## **МОНИТОРИНГ НА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА**

Агенцијата постојано ќе ја следи имплементацијата на оваа комуникациска стратегија и акциониот план преку квантитативно и квалитативно мерење на резултатите.

Ќе се врши преглед најмалку еднаш годишно на стратегијата за комуникација и акциониот план. При прегледот ќе бидат земени во предвид резултатите од мониторингот на спроведувањето на стратегијата и акциониот план. Доколку е потребно, стратегијата и акциониот план може да се мониторираат и во пократок временски период, во зависност од потребите и целите на Агенцијата.

## **ИНДИКАТОРИ КОИ ОДДЕЛЕНИЕТО ЗА ОДНОСИ СО ЈАВНОСТА ЌЕ ГИ КОРИСТИ ЗА ПРОЦЕНКА НА ВЛИЈАНИЕТО**

Целите на комуникациската стратегија ќе се мерат со користење на следниве индикатори:

- Број на вести / статии објавени во медиумите
- Број на учесници на настаните / обуките / конференцијата
- Број посети на веб-страници
- Број на следбеници на Фејсбук
- Број на Твитер следбеници, и
- Број на преземања на публикациите.

За време на континуираното следење и евалуација на напредокот на активностите, Агенцијата ќе користи комбинација од квантитативни и квалитативни техники за следење и евалуација. Следниве принципи ќе се користат за постојано следење на напредокот на Агенцијата:

- Основна проценка на знаењето
- Евалуација на пост-обука, и
- Форми за евалуација на настаните.

Преку постојана евалуација ќе се документираат сите активности, резултати и остварени цели на Агенцијата користејќи интерни записи, анонимни анкети, опсервации, прашалници за обука и / или "јавни" информации (на пример, медиуми и печатени податоци).

## **ОЦЕНУВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА**

Агенцијата ќе ја оценува стратегијата за комуникација најмалку еднаш во годината, на крајот на календарската година. При прегледот ќе бидат земени во предвид резултатите од мониторингот на спроведувањето на стратегијата и акцискиот план.

Доколку е потребно, стратегијата и акцискиот план може да се мониторираат и во пократок временски период, во зависност од потребите и целите на проектот.

Прегледот ќе го направи одделението за односи со јавноста.

