

## **СТРАТЕГИЯ ЗА ПУБЛИЧНА КОМУНИКАЦИЯ НА ИНСТИТУТА ПО ПОЛИМЕРИ - БАН**

### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Основна цел на стратегията е да се повиши видимостта на Института по полимери към Българската академия на науките (ИП-БАН) чрез подобряване на публичната комуникация и отношенията между ИП-БАН от една страна и широката общественост, представителите на пресата, мас-медииите, бизнеса, както и представители на държавната, местната и законодателната власт. Чрез по-добра публична комуникация може да се повиши осведомеността на обществеността за ролята на Института по полимери, като водещ център за България в областта на полимерната наука, в който се извършват фундаментални и приложни изследвания с обществена значимост и полза.

Постигането на тази цел налага прилагането на стратегия на проактивна информационна политика, основана на три елемента: предоставяне на съвременна информация; актуализиране на базите данни; осъществяване на активна комуникация.

### **АНАЛИЗ НА ПУБЛИЧНИТЕ КОМУНИКАЦИИ В ДЕЙНОСТТА НА ИП – БАН**

В голяма част от обществото се наблюдава неразбиране относно значението на научните изследвания за подобряване качеството на живота, образованието, индустриалното развитие, здравеопазването и дори се поставя под съмнение необходимостта от наука в България. Това мнение се засилва и от отношението на някои представители на институции които имат отношение към развитието на страната, които изказват тезата, че в БАН не се работи ефективно, не се разбира каква е ползата от труда на учените и какво БАН дава на обществото. Нагнетява се мнението, че учените от БАН разчитат само на държавни пари и не правят усилия да намерят

собствено финансиране по европейски и национални проекти, договори с бизнеса, др. По този начин, обществената представа за дейността и значимостта БАН и на ИП-БАН, в частност, остава до голяма степен неточна и неразбрана.

През последното десетилетие ръководството на ИП-БАН провежда политика целяща да засили дейностите по комуникация и разпространение на информация до академичните среди, индустрията и до широката общественост. Предприети са редица мерки сред които създаване на нов уебсайт на Института и периодичното му актуализиране, отпечатване на рекламни брошури, ежегодно организиране на „Ден на отворените врати“, участия на учени от ИП-БАН в телевизионни и радио предавания по актуални проблеми, интервюта за пресата, публикуване на информация за Института и негови проекти в различни интернет сайтове и социални медии, организиране на изложби и участия в индустриални форуми. Като част от проект „ПОЛИНОВА“, финансиран по 7-ма рамкова програма на ЕС (2012-2016 г.), е разработен и изпълнен работен пакет, включващ дейности подсилващи гореспоменатите мерки. Годишният отчет на Института под формата на книжка се разпространява/публикува електронно и на хартиен носител.

Заедно с това, трябва да се отбележи нуждата от допълнително повишаване видимостта на Института по полимери като водещ център за България в областта на полимерната наука. Съществени усилия трябва да се насочат към формирането на позитивни обществени нагласи за дейността и отговорностите на ИП-БАН, както и към професията и авторитета на учените чрез повишаване на компетентността и общото равнище на информираност на гражданите. В същото време публичната комуникация следва да бъде достатъчно активна и многоканална в повишаването на информираността на гражданите и мобилизирането на гражданска подкрепа за развитие на науката в България.

Ефективната публична комуникация от страна на ИП-БАН в контекста на цялостната стратегия за комуникация на БАН предполага да се постигне не само промяна в публичния образ на БАН, но и повишаване на информираността и компетентността на целевите аудитории, към които са отправени основните послания.

## **ЦЕЛ И ЗАДАЧИ НА ПУБЛИЧНАТА КОМУНИКАЦИЯ НА ИП-БАН**

Стратегията е разработена с цел да се повиши видимостта на Института по полимери в публичното пространство чрез подобряване на комуникацията между ИП-

БАН и обществото и утвърждаване авторитета на ИП-БАН като водещ изследователски и експертен център в областта на полимерите и полимерните материали и място за обучение и възпроизводство на високо квалифицирани научни кадри в национален и световен мащаб.

#### **Задачи:**

##### ***1. Утвърждаване на авторитета на Института по полимери като водещ център за България в областта на полимерната наука***

Д1.1. Провеждане на комуникационна кампания представяща резултатите, постиженията и готови за внедряване продукти, разработени в ИП-БАН.

Д1.2. Публично представяне на годишни отчети, експертна дейност, уникална научна апаратура на ИП-БАН.

Д1.3. Провеждане на мероприятия свързани с откриване/приключване на проекти, участия в конференции, работни срещи, бизнес форуми и изложения.

Д1.4. Регулярно актуализиране на уебсайта на ИП-БАН.

##### ***2. Утвърждаване на образа на Института по полимери като място за обучение и възпроизводство на високо квалифицирани научни кадри в национален и световен мащаб.***

Д2.1. Популяризиране на докторантските програми и организиране на научни школи, семинари и сесии за млади учени.

Д2.2. Стимулиране развитието на младите учени и тяхната практическа реализация.

Д2.3. Изнасяне на лекции и доклади пред Колоквиума на ИП-БАН.

##### ***3. Установяване на пълноценен диалог с медиите и повишаване на равнището на информираност на обществото по актуални проблеми***

Д3.1. Изготвяне/провеждането на интервюта, репортажи, прессъобщения, публикации в медиите.

Д3.2. Организиране и провеждането на изложби и дни на отворените врати в ИП-БАН.

#### ***Информационният стандарт в публичната комуникация на ИП-БАН предполага:***

- ✓ установяване на откритост и публичност;
- ✓ използването на достъпен и лесно разбираем език за широката аудитория;
- ✓ постоянно информиране на обществото с проектите, приоритетите, резултатите и постиженията в областта на разработени нови полимери, полимерни материали и

технологии;

- ✓ информиране на обществото и предоставяне на експертно мнение по проблеми и рискове, свързани с използването на мономери, полимери и полимерни материали;

***Публичната комуникация на ИП-БАН е ориентирана към следните целеви аудитории:***

- ✓ национални, регионални и местни медии;
- ✓ бизнес-сдружения, асоциации и организации;
- ✓ научни институти в страната и чужбина;
- ✓ управленските и законодателни институции;
- ✓ неправителствени организации;
- ✓ научни сдружения;
- ✓ химически, физически, биологически, технически и медицински факултети на висши учебни заведения;
- ✓ ученици, студенти и докторанти, специализиращи в областта на химическите науки;

Комуникационната стратегия се реализира с активното участие на служителите на ИП-БАН. Определя се ***координатор по публична комуникация в ИП-БАН***, чиито задачи са:

- ✓ Да осъществява определените стратегически приоритети в комуникацията (и комуникационната стратегия);
- ✓ Да участва в организирането на текущата комуникация;
- ✓ Да изготвя прессъобщения и да ги популяризира;
- ✓ Да поддържа връзка с експертите от групата „Протокол и връзки с обществеността“ в БАН – Администрация;
- ✓ Да подава своевременно и съгласувано с ръководството на звеното информация за предстоящи значими събития;
- ✓ Да поддържа връзка с външни партньори и изпълнители във връзка с комуникациите (медии, агенции, партньори, компании, институции и т.н.)
- ✓ Да участва в организирането на събития, инициативи, кампании и др.
- ✓ Да участва активно в предвидените обучения от група „Протокол и връзки с обществеността“ в БАН – Администрация.

***Задачите на ръководителите на лаборатории в ИП-БАН са:***

- ✓ Да подава своевременно на координатора по публична комуникация в ИП-БАН необходимата информация, свързана с дейности на ръководените от тях лаборатории, за актуализиране на уебсайтовете на ИП-БАН и БАН, отпечатване на рекламни брошури, книжки, презентации и др.;
- ✓ Да подпомагат организирането от ИП-БАН на събития, инициативи, кампании и др.
- ✓ Да съдействат на ръководството на ИП-БАН при необходимост от предоставяне на експертно мнение по проблеми и рискове, свързани с използването на мономери, полимери и полимерни материали;
- ✓ Да съдействат на ръководството на ИП-БАН при комуникацията със средствата за масово осведомяване и участието в пресконференции, интервюта и други медийни изяви, свързани с дейността на Института.

***Инструментите за ефективна публична комуникация на Института по полимери-БАН с обществото включват:***

- ✓ Интернет – официален уебсайт;
- ✓ Социални мрежи (специализирани страници по институти/теми – Facebook, Twitter, You tube и др.);
- ✓ Публични събития с цел достигане до широката аудитория, специализирани събития за учащи се и други социални групи;
- ✓ Рекламни и информационни материали – брошури, презентационни материали и др.;
- ✓ Аудио-визуални материали – филми, записи, които да се популяризират през интернет и чрез медийни партньорства и т.н.;
- ✓ Пресконференции, интервюта, медийни партньорства, рубрики, профили на учени и др.

Стратегията е изработена от работна група в състав:

Проф. Петър Петров – заместник-директор на ИП-БАН

Доц. Ивайло Димитров – научен секретар на ИП-БАН

Гл.ас. Мария Спасова – координатора по публична комуникация на ИП-БАН