

Формуляр за партньори на Фондация „Америка за България“

1. Представяне на организацията

Фондация „Програма Достъп до Информация“ (ПДИ) е учредена през 1996 г. в София от журналисти, юристи, социолози и икономисти, решени да допринесат за установяването на информирано обществено мнение.

От своето създаване до днес ПДИ провежда постоянна кампания за подобряване състоянието на достъпа до информация в България и участва активно в международни мрежи и инициативи, свързани със защитата на правото на информация.

Помага за реализиране на правото на гражданите на информация, заложено в чл. 41 на Конституцията на България:

Чл. 41.

(1) Всеки има право да търси, получава и разпространява информация. Осъществяването на това право не може да бъде насочено срещу правата и доброто име на другите граждани, както и срещу националната сигурност, обществения ред, народното здраве и морала.

(2) Гражданите имат право на информация от държавен орган или учреждение по въпроси, които представляват за тях законен интерес, ако информацията не е държавна или друга защитена от закона тайна или не засяга чужди права.

Нашите цели са:

- да подпомагаме упражняването на правото на информация;
- да насърчаваме търсенето на информация чрез гражданско образование в областта на свободата на информация;
- да се застъпваме за увеличаване на прозрачността в работата на институциите на централната и местната власт.

2. Организацията присъства онлайн чрез:

√ Собствен уебсайт - <http://www.aip-bg.org/>; <http://www.righttoknowday.net/>;
<http://www.ati-journalists.net/>

√ Facebook страница - <https://www.facebook.com/AIPbulgaria/>

√ Twitter профил - https://twitter.com/aip_bulgaria

√ YouTube профил -
<https://www.youtube.com/channel/UCDoIAzPqxlqkgAKKVf5jBLA>

√ Месечен бюлетин/ Email кампании - <http://www.aip-bg.org/publications/Бюлетин/>

√ Друго:

√ Блог „Точка на достъп“ <https://blog.aip-bg.org/>

√ Профил в Информационния портал на НПО в България - NGOBG.info

3. Посочете кои канали за дигитален маркетинг иска да развива вашата организация?

ПДИ насочва усилията си най-вече в развиването на уебсайтовете си www.aip-bg.org и www.righttoknowday.net, както и на [месечния бюлетин](#) и [Фейсбук страницата си](#).

4. За всеки от приоритетните канали за дигитален маркетинг опишете накратко какви цели си поставяте.

В работата по [основния сайт на ПДИ](#) основна цел е **навременното актуализиране** на информацията и в българската, и в английската версия на сайта. Сайтът беше актуализиран в края на 2019 и началото на 2020 година, но работата по подобряване на интерфейса не спира. Както налагат уеб тенденциите, стремим се към **повече визуални елементи, повече пространство, „олекотяване“ на текста**. Това е предизвикателство, тъй като обемът информация в сайта на ПДИ и в отделните подсекции и публикации е голям, което произтича от самото естество на дейността на организацията и сложността на материята, с която се занимава ПДИ. Крайната цел, както на всеки уебсайт, е **лесна навигация в търсенето и намирането на информация и цялостно удобство на потребителите**.

Сходни са целите и за кампанийната страница, изцяло посветена на [Международния ден на правото да знам](#). ПДИ отбелязва този ден – 28 септември – с ежегодни номинации и раздаване на награди на граждани, журналисти, НПО и институции с оглед на тяхната активност при търсене (а в случая на институциите – предоставяне) на обществена информация. Целите са отново **навременно актуализиране** (сайтът е особено посещаван от лятото, когато започват номинациите; пикът е в края на септември/началото на октомври, по време и след раздаване на наградите). Самата кампания, следователно и сайтът, са възможност за развиване на **storytelling подхода**, тъй като в основата на търсенето и предоставянето на информация стои човешкият фактор – това са от една страна активните граждани, които упражняват своето конституционно право да питат, и от друга – отговорните държавни служители, които отчитат колко важна е прозрачността на публичните институции.

[Месечният бюлетин на ПДИ](#) е основен инструмент на ПДИ в периодичното комуникиране, както на работата на организацията, така и на отделни случаи на достъп до информация, както на национално, така и на регионално ниво. Тук основните цели са **отчитане пред гражданското общество** на текущи дейности на ПДИ и **поддържане на интереса на различни заинтересовани групи** към специфичната тематика на достъпа до информация в България и по света. Тук **storytelling** подходът също е уместен и има свобода при решаването от страна на екипа на това какви материали да намерят място в месечния бюлетин.

[Фейсбук страницата си](#) ПДИ поддържа и следи, тъй като отчита големия дял на български граждани, които ползват именно тази социална платформа. Цели се **споделяне на важни**, но и на **разнообразни** новини, становища, интервюта, анализи и събития в областта на достъпа до информация, прозрачното държавно управление, гражданския активизъм. Във Фейсбук целим дискусиите да се случват **в секцията с коментари**. Съобщения от граждани получаваме и в инбокса, но тях най-често пренасочваме към официалните мейл адреси на ПДИ, тъй като до тях има достъп целият екип и именно по мейл е по-подредена и улеснена комуникацията, която включва дълги текстове, прикачени файлове и пр.

5. Инвестира ли организацията ви в онлайн реклама?

Не – спецификата на дейността на ПДИ засега не оправдава рекламиране в социалните мрежи или другаде онлайн.

6. Представете кратък план за работата на стажанта.

Стажантът, избрал/а да работи с екипа на ПДИ, ще работи с целия екип на ПДИ, основно заедно с комуникационния координатор. Поетапно ще бъде въввлечен/а във всички гореспоменати канали и елементи от дигиталния маркетинг и комуникационната стратегия на организацията. Чрез преглед, обсъждане и отчитане на седмичните и месечни задачи, той/тя ще усвои ритъма, формите и задължителните съдържателни елементи на комуникационния процес.

Ще му/й бъде предоставен достъп до всички гореспоменати канали, като с течение на времето може да поеме изпълнението на отделни задачи или поддържането на определени канали под ръководството на комуникационния координатор на ПДИ.

Ще бъде насърчаван/а от самото начало да предлага и изпълнява свои иновативни и аргументирани идеи за подобро онлайн присъствие на ПДИ. Развитието и случването на такава идея (или идеи) ще обхване целия период на стажантската програма, така че в края на програмата да може да добави към портфолиото си освен конкретни знания и умения, също и конкретна лична инициатива/проект, осъществен в рамките на тези девет месеца.