

Годишен мониторингов доклад и оценка за изпълнението на Комуникационната стратегия на съдебната власт

I. Въведение. Цели и задачи на годишния доклад.

Мониторингът и оценката на изпълнението на Комуникационната стратегия (КС) на съдебната власт представлява процес на системно събиране, анализ на информация за изпълнението на дейностите и постигането на целите по индикаторите, заложи в КС, чрез който се контролира ефективността на процеса на изпълнението ѝ. Чрез мониторинга и оценката се цели отчитане и проследимост на резултатите от изпълнението на КС и се подпомага идентифицирането на проблемни области при реализирането ѝ.

Целта на настоящия анализ и годишен доклад е да установи и опише доколко КС се реализира успешно. Основна задача на настоящия документ е да опише проследяването и измерви постигането на заложените цели чрез системата от индикатори заложи чрез Механизма за оценка. В резултат на осъществявания анализ се дава възможност на органите, за които тя е предназначена, да предложат и извършат коригиращи действия начина на изпълнение на КС, при необходимост.

Оценката на изпълнението на КС се извършва чрез сравняване на постигнатите резултати с данните за изходното състояние, предвид заложените дейности, резултати и индикатори. С цел подобрене на заложените дейности и резултати в настоящият доклад ще бъдат предложени промени на базовите стойности, целевите стойности и индикаторите.

За целите на анализа и настоящия годишен доклад проследяването на напредъка съгласно Механизма за мониторинг и оценка на изпълнението на Комуникационната стратегия на съдебната власт, стойностите на индикаторите замерени за 2015 г. служат за базови, спрямо които се извършва сравняване на постигнатите резултати и се отчита движението им и съответно напредъка за 2016 г.

В Плана са заложили цели с конкретни дейности за изпълнение, очаквани резултати, индикатори за изпълнение, срок, отговорник и ресурси.

II. Обхват и ограничения

Настоящият документ се базира на данни и информация събрани от публично достъпни източници и анализ на съответната информация и/или такива предоставени от органите на съдебната власт. При непредоставяне на данни и информация от страна на органите на съдебната власт за извършени дейности и/или резултатите от тях са възможни пропуски в последователността на данните като резултатите по индикаторите заложили в Механизма за оценка са анализирани и сравнявани на база на предоставената информация.

III. Обобщение на резултатите

1. Цялостно изпълнение на Плана за действие и комуникационната стратегия спрямо поставените обща и специфични цели и очаквани резултати

Обобщените данни от извършеният анализ на резултатите по заложените на индикатори за оценка на напредъка по изпълнението на КС показва, че индикаторите за изпълнение, чието измерване се извършва на годишна база, в голямата си част достигат и нахвърлят целевите стойности. Целевите стойности са надминати при 15 (93.75%) от всички 16 индикатора, които се измерват на годишна база, а именно: „Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация“, „Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт“, „Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост“, „Брой медийни изяви“, „Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики“, „Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт“, „Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации“, „Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии“, „Достигната аудитория по целеви групи“, „Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система“, „Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии“, „Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт“, „Подобрение на нагласите и

отношението на широката общественост към органите на съдебната власт“, „Събития и инициативи, насочени към гражданите“ и „Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура“.

Не са постигнати целите по един от индикаторите, а именно „Време за реакции при комуникационни/медийни кризи“. Причината за това в общия случай се дължи на нуждата от допълнителни усилия за по-бърза и своевременна реакция, а също и на независещи от институциите обстоятелства около някои от възникналите през 2016 г. кризи. Непостигнатата цел по заложения индикатор обективно може да бъде постигната в зависимост от планирането на дейностите по изпълнение на КС и ресурсното обезпечаване през бъдещите периоди.

Някои от целевите стойности на индикаторите за изпълнение по КС могат да се считат за подценени предвид значителното преизпълнение. В този смисъл се препоръчва преразглеждане на целевите стойности на следните индикатори:

- Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация (ЗДОИ)
- Координационни срещи/разговори с представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт.
- Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост
- Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики
- Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт

- Събития и инициативи, насочени към гражданите
- Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура

2. Изпълнение на конкретни дейности

Годишният доклад от външен мониторинг включва обобщение на резултатите от цялостното изпълнение на Плана за действие и Комуникационната стратегия спрямо поставените обща и специфични цели и очаквани резултати, измерване на конкретни комуникационни дейности и постижения, както и задълбочен анализ на степента на напредък по всички индикатори, включително оценка на установени отклонения от заложените цели и резултати.

Годишният доклад обхваща резултати от измерването на индикаторите, посочени в Механизма за мониторинг на Комуникационната стратегия. Докладът засяга общо 19 индикатора, от които 3 се предоставят на двугодишна основа.

Индикаторите, измервани на годишна основа, включват: обслужени запитвания по ЗДОП, координационни срещи, съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, брой медийни изяви като цяло, проведени обучения за повишаване на квалификацията, свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики, вътрешни информационни бюлетини и успеваемост на прессъобщенията, достигната аудитория по целеви групи и медийно отразяване на водещи теми за съдебната власт.

Мониторинговият доклад включва анализ на медийното отразяване на институциите в съдебната система и Висшия съдебен съвет.

3. Анализ на степента на напредък по заложените индикатори

3.1. Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация (ЗДОИ)

През 2016 г. са обслужени общо 621 запитвания по ЗДОИ. Това представлява значително увеличение спрямо предходната година, когато са обслужени едва 36 запитвания. В процентно изражение това увеличение се равнява на 1725%, което е близо 350 пъти по-високо от заложената целева стойност от 5% увеличение на годишна база. В негативен план следва да се отбележи, че този растеж до голяма степен се дължи на предоставянето на частични данни за 2015 г. и 2016 г., върху които да се съпостави и анализира резултатът. Липсват данни за общ брой запитвания, одобрени запитвания и неодобрени запитвания. Липсват данни за видът източник на запитване, физическо лице, журналист, юридическо лице. Препоръчва се увеличаване на човешкият ресурс, изпълняващ индикатора с оглед по-добро отчитане на индикатора както и промяна на базовата и целевата стойности.

Изключителен принос за постигнатите високи резултати по индикатора има работата на ВАС, който успява да обслужи общо 361 запитвания (над 58% от всички), като по 318 от тях са образувани дела. В рамките на 2016 г. ВСС също отбелязва видим напредък, изразяващ се в 155% увеличение на обслужените запитвания (56 спрямо 36 за 2015 г.). В отчета на ВКС се откроява работата на Апелативен район София, който успява да обслужи 67 запитвания през 2016 г.

III. 3.2. Координационни срещи/разговори с представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт

През 2016 г. са проведени общо 24 срещи с представители на органите на съдебната власт, отговорни за връзки с обществеността. Това представлява над осемкратно преизпълнение на заложените в Комуникационния план 2014-2020 целеви стойности за периода (2 срещи). Нещо повече – увеличението спрямо предходната година, когато е проведена едва една среща, възлиза на 2400%.

Основен принос за постигнатите резултати има ВСС, който е отговорен за половината (12) от всички проведени срещи. В три срещи участват представители на НИП и ПРБ, а ВАС, ВКС и ИВСС отчитат участие в по две срещи. Невъзможността да се отчете припокриването на срещите, отчетени от отделните институции (дали срещите отчетени от ВСС и НИП например не са едни и същи) създава трудности за коректното отразяване и изчисляване на напредъка по посочения индикатор.

Препоръчва се отделянето на ресурс за участие на външни експерти в Публичната комуникация. Отчита се възможност за създаване на работна група в смесен състав, вътрешни експерти, външни експерти и магистрати, чиято цел да бъде унифициране на стандартите между различните органи на съдебната власт.

III. 3.3. Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост

През 2016 г. са организирани общо 251 съвместни медийни прояви и инициативи. Увеличението спрямо предходната година, когато са проведени едва шест подобни събития, възлиза на цели 4183%. Заложената целева стойност от четири прояви и инициативи е преизпълнена още през 2015 г., а през 2016 г. индексът на преизпълнение достига 6275%.

Основният обем от прояви и инициативи (194), възлизащ на не по-малко от 77% от всички релевантни събития през разглеждания период, идват от отчета на ВКС, който включва и данни за събитията, проведени от редица районни съдилища. Като най-активен в този смисъл се откъоява Апелативен район Варна, който отчита 82 събития, проведени в рамките на девет конкретни направления като годишни пресконференции, дискусии, информационни кампании, социални проекти и други.

В отчетените от ВКС данни обаче не става ясно дали всяко от изброените от апелативните райони събития действително има характера на съвместно координирана между органите на съдебната власт медийна изява или друга инициатива. В някои случаи се споменава недвусмислено дали проведеното събитие е координирано между различни институции на съдебната власт, в други се говори просто за медийни събития на една институция, а за трети (като тези, проведени в Апелативен район Велико Търново) липсва подробна информация. Това създава проблеми при оценяване на постигнатите резултати по така заложения индикатор.

Наблюдава се недостатъчно усилена медийна кампания, която да работи в полза на навременно информиране на заинтересованите страни, което пречи на реализиране целите на насочените към широката общественост инициативи. Препоръчва се опростяване на процедурата при взимане на решения за публични изяви/интервюта на магистрати. Следва да се отдели повече време и ресурс с цел повишаване на медийното отразяване и популяризиране на инициативи като „Ден на отворените врати“ и „Децата и съдът“. Подобен тип инициативи не предизвикват реакции сред обществото поради липса на достатъчно отразяване в медиите.

III. 3.4. Брой медийни изяви

През 2016 г. органите на съдебната власт организират общо 764 медийни изяви, пресконференции, презентации, информационни срещи и други. Това съставлява едва 25% от заложената годишна целева стойност от 3000. Негативният резултат би могъл да се дължи на факта, че не всяка институция включва и прессъобщенията в отчета си по този индикатор, така както е заложено в Комуникационната стратегия на съдебната власт 2014-2020. Все пак се наблюдава тенденция на значително увеличение в броя медийни изяви с над 520% в сравнение с 2015 г., когато са отчетени едва 145 такива.

Като положителен може да се оцени фактът, че във всеки от отчетите на цели четири институции присъстват не по-малко от 100 медийни изяви. Най-висок дял (30% или 231 броя) от всички изяви

отчита ВКС, следван от ВАС (26%, 202 броя), ВСС (21%, 157 броя) и ИВСС (19%, 143 броя). Следва да се вземе предвид и фактът, че отчетите на ВКС и ВАС включват и данни за различни районни съдилища.

Препоръчва се изясняване и унифициране на термина „медийни изява“ сред различните органи на съдебната власт с цел подобряване на отчета на индикатора.

III. 3.5. Проведени обучения за повишаване на квалификацията, свързана с комуникацията, с вътрешни и външни публики

Изключително добро представяне се наблюдава във връзка с дейностите по повишаване на квалификацията на служителите, където заложените целеви стойности за броя проведени обучения са преизпълнени с не по-малко от 2000%. През 2016 г. органите на съдебната власт отчитат общо 141 инициативи за усвояване на нови знания или повишаване на квалификацията на служителите в сферата на вътрешните и външни комуникации при заложена целева стойност от шест.

Отчетът на ВКС е основният източник на обучителни инициативи, като включва цели 96% (135 броя) от всички инициативи за повишаване на квалификацията. Особена активност в този аспект демонстрира Апелативен район - Бургас със своите 51 обучения, семинари, конференции и практики, следван от Апелативен район - Варна с 48 броя. Отново обаче се наблюдава слабост при отчитане на данните, тъй като не всеки апелативен район се е съобразил с факта, че заложеният индикатор включва

само обучения, **свързани с комуникацията с вътрешни и външни публики**. От така предоставените отчети се създава впечатлението, че определени райони изброяват всички обучителни инициативи, независимо дали са от областта на комуникацията или не.

Забелязва се липса на информация относно проведените обучения, която се дължи главно на липсата на анкетни карти, пречи на качествената оценка на индикатора. Препоръчва се отделяне на ресурс и време за преоценка на съответните обучения, следва да се потърси помощ от външни експерти с цел по-добра организация на обученията, избиране на подходящи теми посредством предварително допитване до вътрешните експерти, което да доведе до положителни и лесно измерими резултати. Препоръчва се включването в обученията на членове на съдебната власт, които участват по-често в медийни изяви.

III. 3.6. Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт

Според подадените от органите на съдебната власт отчети индикаторът за разпространените информационни бюлетини, прес информации, изследвания, статистики, проучвания и други към институциите на изпълнителната и законодателната власти, както и към другите органи на съдебната власт е преизпълнен на цели 10550%. С други думи - през 2016 г. са разпространени 1688 бюлетина при заложенa целева стойност от 16.

Данни за разпространение на информационни материали подават само ВКС и ВАС, като отчетът на ВКС включва над 81% (1371 броя) от всички бюлетини. Основна заслуга за това има

Апелативен район Велико Търново със своите 739 броя, следван от Апелативен район Варна с 520.

Отново се наблюдават затруднения при опита на определени органи да отчетат коректно напредъка по така зададените индикатори. Това затруднение е ясно посочено в отчета на ВКС, където е поместена подробна забележка по въпроса. От нея става ясно, че е необходимо индикаторът да бъде конкретизиран, тъй като поради неяснота какво точно се разбира под „вътрешен информационен бюлетин“ към момента някои съдилища отчитат по него почти цялата си кореспонденция между органи на съдебната власт и представители на изпълнителната и местната власти. Конкретно се посочва, че съдилища в Апелативен район Велико Търново (най-активният район според посочените по-горе данни) са включили в отчетите си изпратени справки, становища, решения на общи събрания, информация за дежурства и всевъзможна друга кореспонденция до ВСС, ВКС, Министерство на правосъдието, ГДИН, МВР, местната власт и съдебните органи в апелативния район и други.

Подобни несъответствия в разбирането на индикаторите могат да доведат до изкривяване на данните и до изграждането на грешна представа за преизпълнение на така заложените целеви стойности. Препоръчва се прецизиране на индикатора и обстойна комуникация по въпроса с районните съдилища.

Забелязва се нужда от унифициране и стандартизиране на вътрешните информационни бюлетини, както и нужда от общ информационен бюлетин покриващ ключови моменти от дейностите извършени в съдебната система на месечна база. Препоръчително

е този бюлетин да е не само вътрешен, но и да таргетира специфични заинтересовани групи извън съдебната система.

III. 3.7. Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации

През 2016 г. органите на съдебната успяват да преизпълнят и целевите стойности по отношение успеваемостта на своите прессъобщения. Заложената цел според Комуникационната стратегия е 30% от всички печатни и електронни медии, получили прессъобщенията, да публикуват материали, базирани на информацията в прессъобщенията на органите на съдебната власт.

Данните, събрани от медиа мониторингът, показват, че изпратените от органите прессъобщения са публикувани средно от 39% от получилите ги медийни източници. Така постигнатият резултат за 2016 г. е с девет процентни пункта по-висок от заложените целеви стойности. Макар и този процент да варира в зависимост от вида публикация, засегнатите в нея лица и/или организации и изпращащият орган, резултатът демонстрира повишеното внимание на медиите към информацията, която получават от съдебната власт.

III. 3.8. Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии

За период от една година печатните и електронни медии публикуват или излъчват общо 21546 материала, свързани с правораздаването и органите на съдебната власт. Това представлява увеличение с 14% от заложената целева стойност от

19000 материала. Основна заслуга за постигнатия резултат има работата на онлайн медиите, които публикуват 90% (19386 броя) от всички материали. Сред този тип медии най-активни са агрегаторът на новини alfarss.net (754 публикации), специализираният правен портал legalworld.bg (740 публикации) и още един агрегатор bulfax.com (721 публикации).

Печатните медии са отговорни за почти 9% (1915 публикации) от всички материали по темата. В тази категория най-активни са три ежедневника: „24 часа“ (208 статии), „Труд“ (188 статии) и „Сега“ (170 статии). Сред седмичниците се открояват вестниците „Банкер“ (179 статии) и „Политика“ (70 статии).

III. 3.9. Достигната аудитория по целеви групи

Общата аудитория, до която са достигали новини, свързани със съдебната система в България, се оценява на 52% от населението. Тя е изчислена на база на процента анкетирани, които отговарят, че следят новини по телевизията и радиото, в комбинация с аудиторията на най-важните печатни и онлайн източници, които са отразявали темата през наблюдавания период. Това представлява преизпълнение с 11 процентни пункта на заложената целева стойност от 40%.

Анализ на аудиторията на най-активните печатни, електронни и онлайн медии показва, че през изследвания период новините, свързани със съдебната система в България са достигали до малко повече мъже (50.4%), отколкото жени (49.6%). 19% от общата аудитория са на възраст под 30г., в групите 30-39г. и 40-49% попадат по 19%, 18% са между 50 и 59г., а 25% са над 60г. С

основно образование са 24%, средно имат 46%, а висше – 24%. 6% от аудиторията нямат образование.

При телевизионните зрители, които заемат най-големия дял от достигнатата аудитория, жените са повече – 51% спрямо 49% мъже. Във възрастовата група под 30г. попадат 20% от зрителите, 18% са между 30 и 39г., по 17% има в групите 40-49г. и 50-59г., а 28% са над 60г. С основно образование са 20%, средно образование имат 56%, висше – 16%, а 8% нямат образование.

При читателите на най-активните източници в пресата разпределението между мъже и жени е равностойно – по 50%. Основно образование имат 25%, средно – 27%, а висше – 48% от читателите. Под 30г. са 14%, 22% са между 30 и 39г., 24% са между 40 и 49г., 23% са между 50 и 59г., а 17% са над 60г.

При онлайн медиите мъжете са значително повече от жените – 57% спрямо 43%. С основно образование са 38%, със средно – 15%, а с висше – 47% от читателите. 18% от посетителите на най-активните новинарски сайтове са под 30г., между 30 и 39г. са 28%, между 40 и 49г. са 25%, между 50 и 59г. са 23%, а 6% са над 60г.

III. 3.10. Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система

За период от една година органите на съдебната власт отчитат ръст на медийната подкрепа от 3 процентни пункта в традиционното онлайн пространство. В началото на анализирания период институцията отчита 1% положителни статии спрямо 4% в края на проследената година.

Репутационният успех се дължи на увеличените PR усилия на институциите в сферата на образованието чрез различни дейности като част от образователната програма "Съдебна власт - информиран избор и гражданско доверие". В това число се включват и новини, свързани с наградени магистрати за високо професионално изпълнение на служебните си задължения.

Резултатът представлява преизпълнение на предварително поставените целеви стойности от 1%. Следва да се отбележи, че в тазгодишната класация „Свободата на медиите“, изготвяна от „Репортери без граници“ България е поставена на 109-то място от 180 държави с резултат от 35,01 точки, което също оказва ефект върху изпълнението на индикатора.

III. 3.11. Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии

През разглеждания период водещи източници по брой коментари за Висшия съдебен съвет и съдебната система са социалната мрежа Facebook и микроблогинг платформата Twitter. Във Facebook най-често се обсъждат кадровите политики на ВСС, споровете между Лозан Панов, Димитър Узунов и Сотир Цацаров, както и съдебната реформа. Изборът на нови членове на ВСС също силно вълнува Facebook потребителите. Най-активната страница в социалната мрежа е тази на „Инициатива „Правосъдие за всеки“, която редовно публикува критични мнения за ВСС и сегашното състояние на правосъдната система.

Въпреки критичните настроения сред групи потребители и страници, репутацията на ВСС в социалната мрежи и коментарните

секции регистрира ръст от 1.08 процентни пункта (От 0.36% в началото на разглеждания период до 1.44% в неговия край). Този резултат представлява повече от двойно преизпълнение на заложената годишна целева стойност на увеличението от 0.5%.

III. 3.12. Време за реакция при комуникационни/медийни кризи

Времето за реакция при комуникационни кризи е средно 14 часа за всички органи на съдебната власт взети заедно. Този резултат се доближава, но не достига заложената целева стойност от 12 часа. Това може да бъде обяснено както с необходимостта от полагането на допълнителни усилия за по-бърза и своевременна реакция, така и с обстоятелствата около някои от възникналите през 2016 г. кризи. Някои от тях се развиват в или непосредствено преди неработни дни, което естествено удължава времето за реакция. Други ситуации изискват свикване на заседание на конкретния орган, което в повечето случаи отнема повече от 12 часа.

Според отчетите на органите на съдебната власт най добро време за реакция демонстрира ИВСС – два часа. В случая обаче това се дължи в немалка степен на различното тълкуване на индикатора от страна на ИВСС. Докато в Комуникационната стратегия се говори за периода от момента на възникване на криза, ИВСС измерва времето от **разпознаване на критичната ситуация**. Това обяснява и изключително краткото време за реакция на конкретния орган.

Налични са и други трудности при хармонизиране на данните, предоставяни от различните съдилища. Така например, докато

ВСС, ИВС, ВАС дават конкретни данни за реакцията (измерени в часове и/или минути), ПРБ отчита реакция „в рамките на същия работен ден“, а различните районни съдилища (включени в очета на ВКС) възприемат свой собствен подход, като някои посочват само заложеното според съответния комуникационен план време за реакция (но не и времето, засечено при реална кризисна ситуация), а в определени случаи се говори и за „времеви диапазони“ за реакция. Липсата на хармонизирани данни и еднакъв подход към събирането им създава трудности за коректното изчисляване на напредъка по така заложения индикатор. Препоръчва се полагането на усилия по уеднаквяване на събирането и записването на данните за реакции при комуникационни кризи. Също така се препоръчва опростяване на процедурата за реакция при комуникационни кризи с цел навременно реагиране при възникването на такива.

III. 3.13. Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт

Според Комуникационната стратегия заложеният индикатор се измерва на двугодишни периоди. В този смисъл конкретни данни и резултати по изпълнението на заложените целеви стойности ще бъдат публикувани в следващия доклад и ще обхващат периода 2016-2017 г.

С оглед на развитието на онлайн потреблението и осъзнаването на нуждата информацията в онлайн сайтовете, както и самите сайтове да е постоянно обновявана се препоръчва отчитането по този индикатор да бъде прекратено.

III. 3.14. Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт

Според подадените отчети органите на съдебната власт публикуват нова информация на своите уебсайтове поне веднъж дневно или максимум веднъж на всеки два дни. Този резултат е значително по-добър от заложената целева стойност от веднъж на всеки петнадесет дни и демонстрира ангажираността на органите да предоставят своевременно актуална информация.

Формулировката на самия индикатор, така както е заложен в Комуникационната стратегия, дава свободата в отчитането да бъдат включвани и новините и прессъобщенията, публикувани от различните органи в допълнение към секциите с информация за съда, неговите дейности, състав, компетенции и т.н. От отчетите на органите на съдебната власт става ясно, че те възприемат тълкуванието, че определението включва и всички новини и прессъобщения (ПРБ например изрично говори за 2485 прессъобщения, публикувани през 2016 г.). В този смисъл се препоръчва да се преразгледа целевата стойност на този индикатор, като се вземе предвид обхвата му.

С оглед на развитието на онлайн потреблението и осъзнаването на нуждата информацията в онлайн сайтовете, както и самите сайтове да е постоянно обновявана се препоръчва отчитането по този индикатор да бъде прекратено.

III. 3.15. Информационни системи, осигуряващи онлайн достъп до информация за граждани и фирми

Според Комуникационната стратегия заложеният индикатор се измерва на двугодишни периоди. В този смисъл конкретни данни и резултати по изпълнението на заложените целеви стойности ще бъдат публикувани в следващия доклад и ще обхващат периода 2016-2017 г.

III. 3.16. Подобрене на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт

В проведените за периода на анализа социологически проучвания одобрението към съдебната система в България беше оценено на 15%, а неодобрението – на 72%. 13% от запитаните не взеха отношение.

В по-подробна разбивка на мненията прокуратурата се ползва с по-добра репутация от съда – 16% одобрение спрямо 77% неодобрение и 7% въздържали се. Нивото на одобрение по отношение на съда като институция е 14%, като неодобрението е 71%, а неутрални остават 15% от респондентите.

Като основни проблеми в българската съдебна система запитаните посочват корупцията, зависимост от политици и политически партии и липса на прозрачност. Според 69% от запитаните съдебната система е корумпирана (спрямо 19% отрицателни отговори и 12% въздържали се), 83% смятат, че е зависима от политическия елит (тук 11% твърдят обратното, а 6% се въздържат от отговор), а 73% смятат, че е твърде бавна и неефективна (10% са доволни от ефективността ѝ, а 17% не заемат позиция).

Болшинството от запитаните също така виждат необходимост от външен контрол в работата на съдебната система. Според 69% намесата на Европейския съюз ще доведе до положителна промяна, докато 25% не са съгласни с това твърдение.

Разбивката на респондентите по възраст показва, че доверието в съдебната система е по-силно у младите (18-34г.) и възрастни респонденти (над 65г.), докато хората на средна възраст са забележимо по-скептични.

Най-негативно настроени са българите на възраст между 35 и 50 години – 82% от запитаните в тази възрастова група изразяват категорично недоверие в съдилищата. Това е също така групата, чиито представители най-често окачествяват съдебната система като корумпирана (76%) и зависима (86%).

Прави впечатление, че мъжете са по-негативно настроени от жените – 74% от запитаните мъже казват, че нямат доверие в съдебната система, спрямо 70% от жените.

Зависимостта между образователния статус на респондентите и доверието им в съдебната система е обратнопропорционална. Най-голямо доверие изпитват хората с основно образование (19%), като този процент е значително по-нисък у хората със средно (14%) и висше образование (9%).

Според заетостта на запитаните най-голямо одобрение към работата на съдебната система се наблюдава у неработещите (21%), докато работещите на пълен работен ден и тези, заети на половин работен ден или почасово са по-скептични (респективно 13% и 15% от представителите на тези групи изразяват одобрение).

Малко по-висок е процентът на доверие у респондентите, работещи в държавната администрация (16%), отколкото у тези, заети в частния сектор (14%).

На въпроса дали се чувстват информирани за работата на съдебната власт положителен отговор дават само 23% от запитаните, докато 73% отговарят с „не“.

Малко по-висока е информираността сред мъжете – 25%, спрямо 21% от жените. Значително по-висок е процентът на информираност сред хората с висше образование (38%), отколкото сред тези със средно (20%) или основно (18%).

Работещите на пълен работен ден също се чувстват по-добре запознати с работата на съдебната система, отколкото работещите на половин работен ден/почасово и неработещите. 24% от представителите на първата група отговарят положително на този въпрос, в сравнение с 20% от втората и 21% от третата.

III. 3.17. Събития и инициативи, насочени към гражданите

Целевата стойност от шест събития и инициативи годишно е изпълнена с 5400% през 2016 г., когато органите на съдебната власт са провели общо 324 подобни прояви. Преобладаващата част (96% или 311 броя) от тези събития са упоменати в отчета на ВКС. Рекордьори в това отношение са Апелативен район София със 117 прояви и Апелативен район Варна с 66 броя. В изрична забележка от ВКС обаче се посочва, че голяма част от отчетените дейности се дублират с тези по индикатора „Информационни кампании,

насочени към повишаване на осведомеността и правната култура”. Съществува колебание по кой от двата индикатора следва да се отчита всяка една дейност. В този смисъл се препоръчва да се обмисли обединяването на двата индикатора или тяхното допълнително прецизиране, което да спомогне за избягване на подобни колебания в бъдеще.

Дори и нито едно от събитията, включени в отчета на ВКС да не е релевантно за посочения индикатор обаче, заложената целева стойност от шест прояви все пак би била преизпълнена двукратно. Останалите органи на съдебната власт са организирали общо 13 събития или инициативи при заложена целева стойност от шест.

Препоръчва се формулировка „брой събития или инициативи“ да бъде допълнително прецизирана, като се вземе предвид въпросът дали отделни събития в рамките на една инициатива се броят сами по себе си, или се смятат колективно за една цялостна инициатива. Нужно е прецизиране на формулировката с оглед по-качествено измерване на индикатора, като се препоръчва това да стане, чрез съвместна работа между различните органи на съдебната власт. Следва да се въведат анкетни карти, резултатите от които да бъдат приложени към следващият отчет, чиято цел ще е да подпомогнат качествено измерване на индикатора, вземайки предвид и обратната връзка от посетилите подобен тип мероприятия.

III. 3.18. Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура

По подобие на предходния индикатор и този, обхващащ информационните кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура, е преизпълнен с внушителните 7050%. През 2016 г. са отчетени общо 282 кампании при зададена целева стойност от четири. Отново 96% (270 броя) идват от отчета на ВКС, където водещи са Апелативен район Варна (107 броя) и Апелативен район Пловдив (45 броя).

Както е посочено в рамките на предходния индикатор обаче, голяма част от кампаниите се дублират с тези, отчетени като „събития и инициативи, насочени към гражданите“. Продължава да стои и проблемът с начина, по който определени съдилища броят кампаниите си. Така например Апелативен район Велико Търново отчита като самостоятелни кампании отделни събития в различни градове, попадащи в рамките на една образователна програма - „Съдебната власт – информиран избор и гражданско доверие. Отворени съдилища и прокуратури“. Този подход изкуствено завишава отчетените бройки и създава пречки пред измерването на резултатите спрямо зададените целеви стойности.

Дори и при изключване на всички кампании, отчетени в рамките на доклада на ВКС, обаче индикаторът би бил преизпълнен трикратно. През 2016 г. останалите органи на съдебната власт са отчетели общо 12 кампании при зададена целева стойност от четири.

III. 3.19. Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор

Според Комуникационната стратегия заложеният индикатор се измерва на двугодишни периоди. В този смисъл конкретни данни и

результати по изпълнението на заложените целеви стойности ще бъдат публикувани в следващия доклад и ще обхващат периода 2016-2017 г.

III. Заинтересовани страни и потенциални ползватели на анализа и годишния доклад

Настоящият анализ и годишен доклад е създаден за ползване от Комисия „Публична комуникация“ и Висшият съдебен съвет, които са координиращ и контролен орган по отношение на изпълнението на Комуникационната стратегия на съдебната власт и отчитането на резултатите според Механизма за мониторинг и оценка към Стратегията.

Информацията (вкл. изводи и препоръки) съдържаща се в анализа и доклада следва приоритетно да се използва за идентифициране на проблемните области при реализирането на КС, предприемане на коригиращи мерки където е необходимо и планиране на експертното, техническото и финансово обезпечение на комуникационните дейности на съдебната власт. В този смисъл непосредствени ползватели на доклада се явяват ВСС, в качеството си на орган по организацията, координацията и провеждането на комуникационната политика и звената „Връзките с обществеността“ в ОСВ в качеството си на изпълнители на КС и комуникационни политики.

Заинтересованите страни имат ключово значение за разбиране на обществения и институционалния контекст за изпълнението на КС, а взаимодействието с тях и в частност неправителствения сектор и съсловните организации е от решаващо значение в процеса на реализиране на КС.

Поради естеството на информацията, съдържаща се в доклада, при разпространението ѝ към заинтересованите страни трябва да се има предвид, че в някои части има чувствителна

информация, която може да бъде насочена само към вътрешните страни в процеса на изпълнение на КС.

Заинтересовани страни/ползватели	Тип
Органи звена на съдебната власт на всички равнища (ВСС, Инспекторат към ВСС, съдилища на всички нива, ПРБ, НСлС, следствени отдели към окръжни прокуратури	Вътрешни
Магистрати; служители за връзки обществеността, говорители на прокуратури; други съдебни служители.	Вътрешни
Граждански съвет към ВСС;	Външни
Законодателна и изпълнителна власт;	Външни
Специализирани структури на Европейския съюз в областта на Правосъдието; Специализирани европейски структури, сред които: Съвета на Европа, Европейската мрежа на съдебните съвети, Европейската асоциация на съдиите, Консултативния съвет на европейските прокурори, Балканска Евросредиземноморска мрежа на съдебните съвети, Европейска съдебна мрежа по граждански търговски и наказателни дела, регулаторни съдебни органи Югоизточна Европа	Външни
Професионална общност, включително юридическа – професионални съсловни организации, ангажирани развитието подобряване работата на съдебната система	Външни
Адвокати/адвокатски сдружения;	Външни
Неправителствени организации в сферата на правосъдието	Външни

Посолства	Външни
Граждани, живеещи на територията на Република България, потребители на административни услуги - физически и юридически лица	Външни
Българска общност зад граница	Външни
Младежи – студенти и в частност студентите от правните факултети;	Външни
Медии, вкл. традиционни „нови“ медии, включително неформални групи.	Външни

VI. Медиен анализ

Методология

Мониторинговият доклад включва анализ на медийното отразяване на институциите в съдебната система и Висшия съдебен съвет.

Докладът използва количествени и качествени методи на изследване на репутацията на институцията в традиционни новинарски медии, дигитални онлайн издания и социални мрежи. С цел гарантиране обективността на резултатите е използвана двустепенна методология, която осигурява безпристрастност и точност на изходните данни.

Обект на изследването са статии и потребителски коментари, свързани с Висшия съдебен съвет, неговите представители и членове и съдебната система.

Първият етап включва идентифициране на релевантните ключови думи за Висшия съдебен съвет и водещи институции от съдебната система, създаване на специален низ от думи, релевантни за изследването, и прилагането им към наличната база данни.

В рамките на втория етап чрез специализирана система за медиен анализ е генерирана първоначална извадка от данни. Получената информация е анализирана ръчно от медийни анализатори за изключване и премахване на нерелевантни и незасягащи съдебната система комуникационни единици.

Резултатите са обработени със специализиран софтуер за анализ на медийни данни, след което е извършена категоризация и визуализация на изходните комуникационни извадки.

Обобщените и кодирани данни са представени визуално и анализирани текстово ръчно от експерти по управление на репутацията и медийно съдържание. Получените данни са категоризирани и разпределени според вида споменаване, медийния източник на информацията, конкретния представител на ВСС и водеща тема.

Целта на изследването е проследяването на медийната репутация на Висшия съдебен съвет и съдебната система като цяло в различни новинарски и потребителски платформи.

Ситуационният годишен медиен анализ включва:

1. Количествен анализ:

- Общ брой публикации по теми, свързани с органи на съдебната власт;
- Брой публикации по видове медии – новинарски и социални;
- Брой публикации по всяка от водещите теми и разпределение по видове медии (новинарски и социални);
- Най-активни медии в отразяването на теми, свързани със съдебната власт;

2. Качествен анализ:

- Анализ на отношението на медиите към водещите теми – позитивно, неутрално или негативно;

- Анализ на отношението по медии (анализират се водещите новинарски и социални медии, с най-голяма активност на отразяването);
- Анализ на обществената нагласа по обществената нагласа по водещи теми, изчислено на база публикациите в социални медии.

Медийният анализ включва определяне на най-често отразявани теми, анализ на отношението на медиите към всяка от тях (позитивно, неутрално, негативно), както и акцентите в отразяването за разглеждания период.

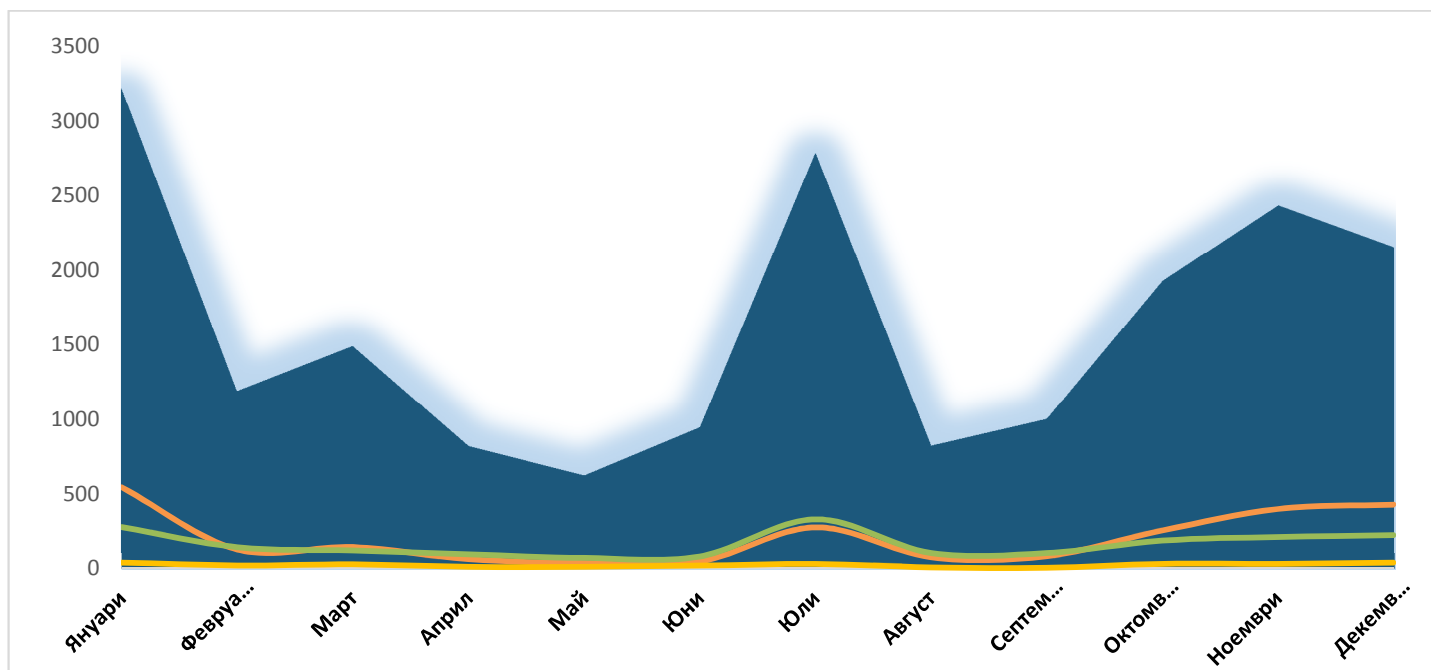
Списъкът с анализирани медийни канали включва традиционни новинарски медии (онлайн издания, радио и телевизия), над 1000 специализирани и мейнстрийм потребителски блогове, над 120 форума, над 1500 страници и групи в социалната мрежа Facebook и над 800 потребителски и новинарски акаунти в микроблогинг платформата Twitter.

Цялото съдържание е събрано чрез специален софтуерен инструмент за изследване на медийното отразяване и споменаване. Под внимание са взети само коментари и публикации от публично достъпни профили и страници в социалните мрежи Facebook и Twitter.

Информационен източник	Вид източник	Платформен капацитет
Онлайн новинарски сайтове	Традиционни медии	Над 1200
Радио и телевизия	Традиционни медии	Национални и регионални
Преса	Традиционни медии	Национални и регионални
Facebook	Социални медии	Над 1500 страници и потребителски групи
Twitter	Социални медии	Над 800 акаунта и страници
Форуми	Социални медии	Над 120 форума
Блогове	Социални медии	Над 1000 блога

1. Медийна динамика

1.1 Отразяване по месеци



През анализирания период онлайн медиите публикуват 19386 статии, докато социалните мрежи генерират 2447 публикации. Печатните издания публикуват общо 1915 статии, а споменаванията на ВСС и съдебната система в радиото и телевизията са общо 245.

Пикът на интереса на традиционните новинарски медии е през месец януари, когато фокусът на разговора във всички канали е насочен към двете топ теми – докладът на Европейската комисия и натискът от страна на правителството за разпускане на ВСС. Докладът на ЕК продължава да бъде обсъждан до март месец, когато други теми го изместват.

Пикът на интереса на традиционните новинарски медии през юли месец, е свързан с различни събития като дискусиите за съдебните сгради без охрана, изказванията на премиера Бойко Борисов, свързани с доклада на евроекспертите за прокуратурата, както и развързката на скандала „Яневагейт“. Месец юли е най-активен, защото тогава се гласуват и увеличението на заплатите на магистратите, както и наказанието на Владимира Янева от страна на ВСС, който предизвиква най-голям отзвук.

Пикът през ноември месец е провокиран основно от президентските избори и изказванията на трима от кандидатите – Трайчо Трайков, Цеца Цачева и Румен Радев, които генерират огромна част от споменаванията на съдебната реформа за този месец. Второ място по обем е описваният от медиите “отказ” на ВСС да се възобнови разследването по случая “Яневагейт”, по искане на Лозан Панов, което той мотивира с новите обстоятелства (коментари на един от участниците).

2. Разпределение на медийния разговор

2.1 Обобщени данни за целия анализиран период



През анализирания период традиционните медии публикуват общо 21546 статии. Онлайн изданията са най-активни с 19386 публикации, с които заемат 81% от цялото съдържание по темата.

На второ място са социалните мрежи, които са отговорни за 10% от споменаванията (2447 общо). Последните две места са запазени за печатните медии, които генерират 1915 статии (8% от съдържанието), и за радио и телевизия – 1%.

3. Медиен разговор в традиционните медии

3.1 Разпределение на разговора



Онлайн новинарските медии са най-активни (19386 публикации) при отразяването на ВСС и играят основна роля при изграждането на имиджа на съдебната система. От друга страна печатните медии са публикували общо 9% от общия разговор по темата в традиционните медии (около 10% спрямо съдържанието в онлайн медиите). Радиото и телевизията отразяват едва 1% от обема на печатните медийни издания.

3.2 Тон на разговора



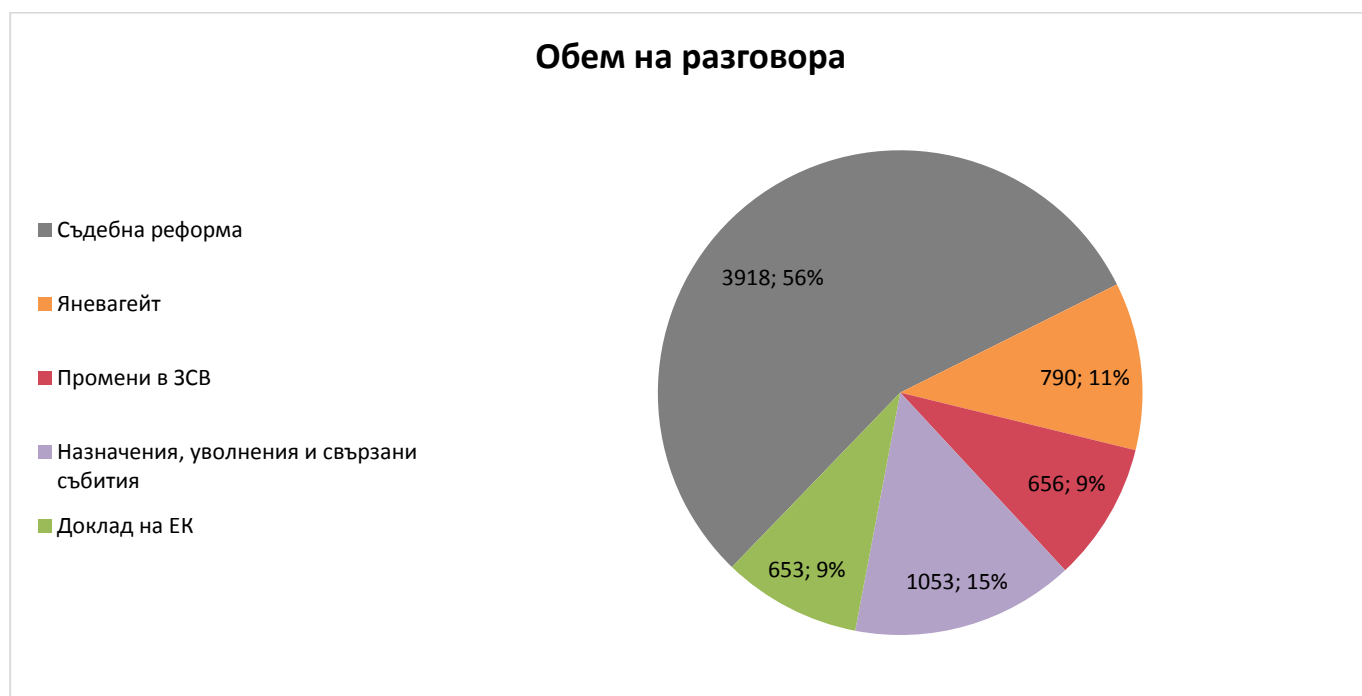
Основната причина за неблагоприятния тон спрямо ВСС са критики към съдебната реформа и негативни оценки провокирани от доклада на ЕК. Други открояващи се негативни теми така наречените „SMSгейт“ и „Яневагейт“ съпътствани от произтичащите от тях усложнения.

Положителният тон е генериран от статии, свързани с отказа на ВСС да се саморазпусне под натиска на ГЕРБ и РБ, също така и от интервюта по темата дадени от Христо Иванов, в които той защитава позицията на ВСС. През периода октомври-декември се наблюдава значително увеличение на положителните медийни настроения спрямо ВСС спрямо предишни периоди. То се дължи основно на инициативите, част от кампанията на Висшия съдебен съвет (ВСС) за провеждане на „Дни на отворените врати в органите на съдебната власт“ в различни области.

Около 80% от медиите запазват неутрален тон към съдебната система и ВСС. Те отразяват различни събития, свързани с ВСС, без да заемат конкретна позиция или страна по разглежданите въпроси.

4. Водещи теми в медиите

4.1 Обем на разговора

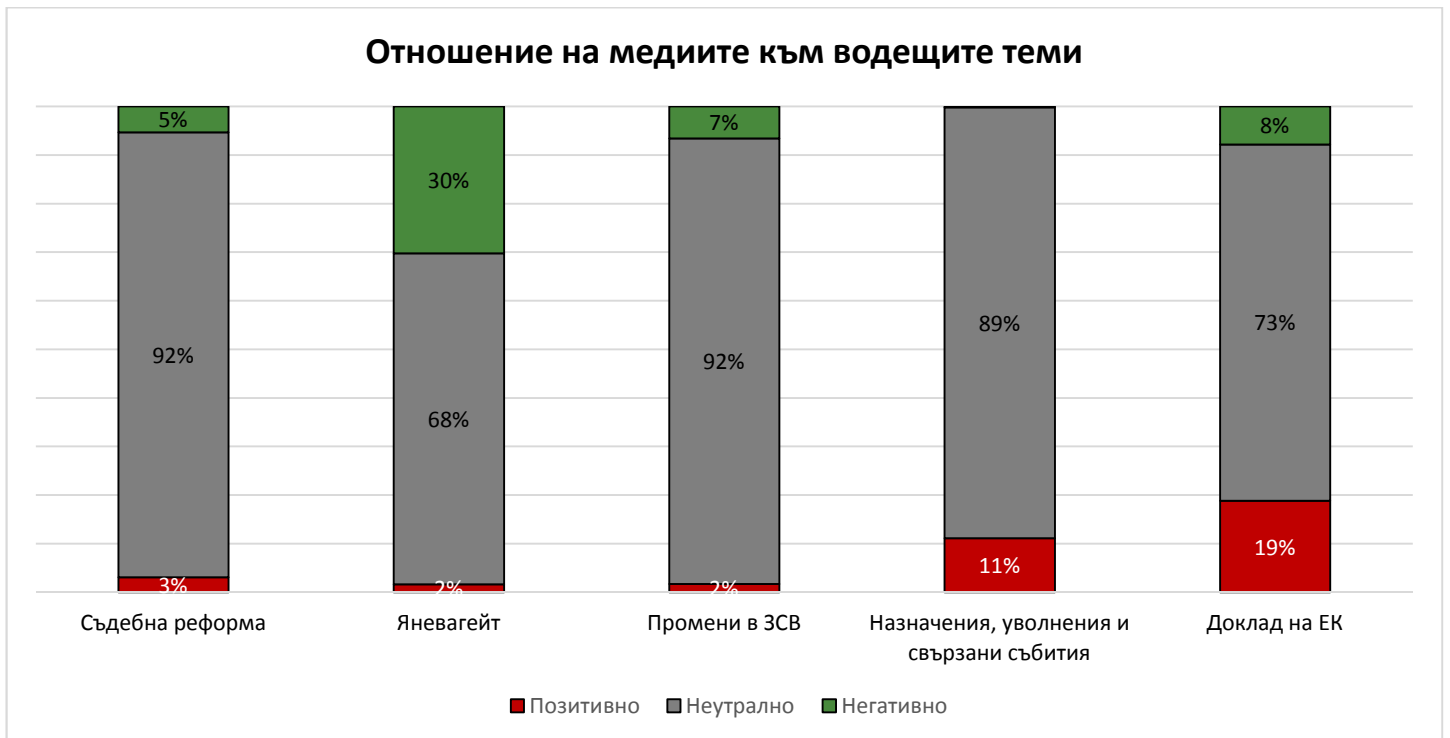


През разглеждания период новинарските онлайн медии успяват да генерират 81% от релевантния разговор за ВСС и съдебната система. Онлайн медиите продължават с фокуса върху съдебната реформа (гласуването на промените в ЗСВ и др.) и върху назначения на съдии, прокурори, както и уволнения и свързани

събития. Втората най-често отразявана тема за „Назначения, уволнения и свързани събития“. Традиционните медии не пропускат да информират читателите си за всички по-значими кадрови смени в съдебната система.

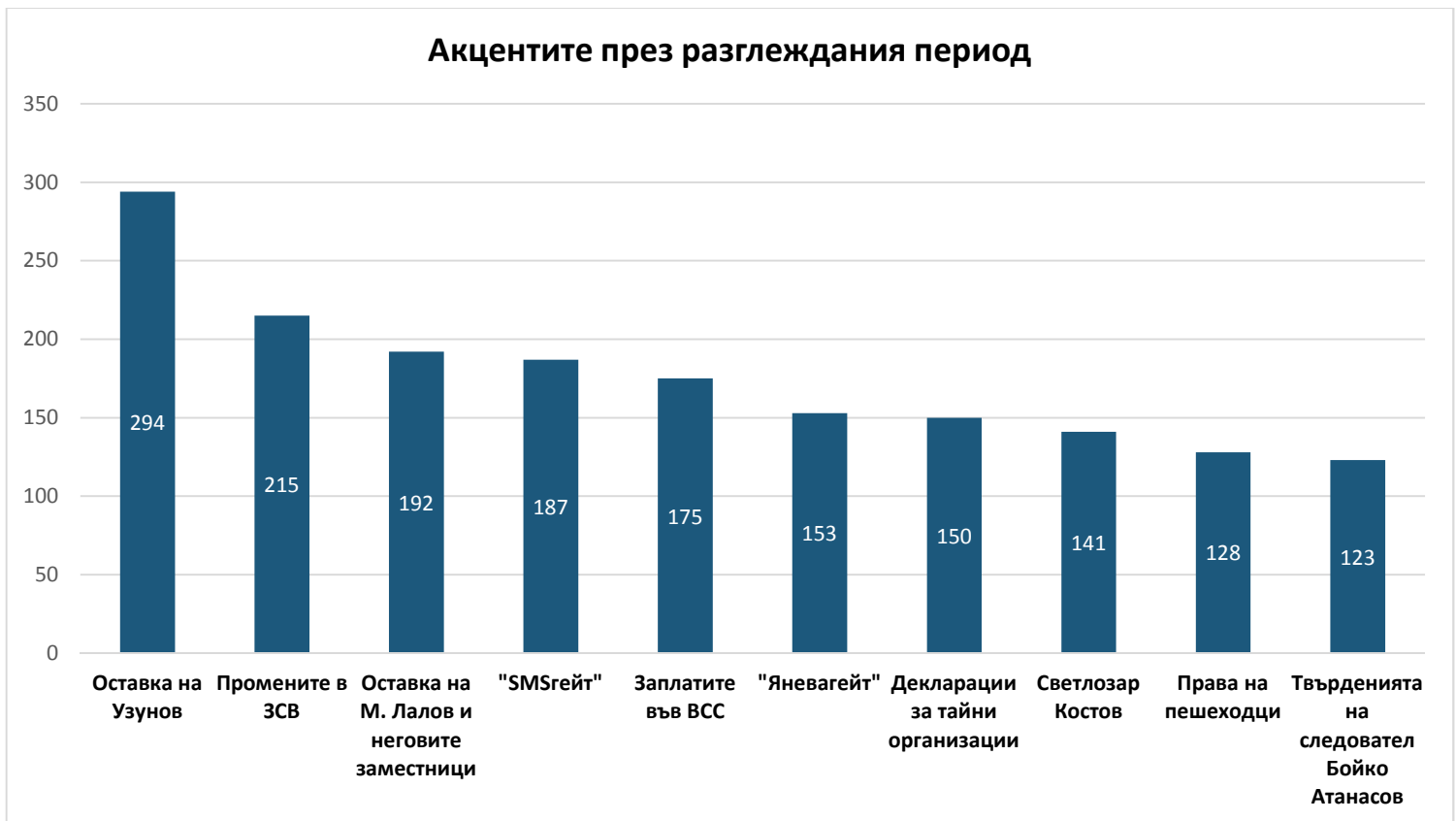
Във третата най-често отразявана тема 26% от статиите свързани със скандала „Яневагейт“ са негативни, като хората изразяват позиция, че понижението на Янева не е достатъчна мярка спрямо нея. 2% от отразяването на „Яневагейт“ е позитивно. Публикациите идват от онлайн и печатните медии, които одобряват решението на Янева да коментира публично „гнилите ябълки“, разкрити от френския посланик Ксавие Лапер дьо Кабан. Въпреки това част от медиите омаловажават скандала и насочват критиките си към френския посланик, с което пренасочват фокуса на разговора към друга линия.

4.2. Тон на разговора



Съдебната реформа и доклада на ЕК са темите с най-поляризираны мнения както от страна на традиционните медии, така и от страна на социалните. 19% от отразяването на ЕК доклада е негативно, като хората изразяват позиция, това е поредният доклад, който доказва липсата на воля за реформа на съдебната власт. Публикациите идват от онлайн и печатните медии, не спестяват критики по отношение на липсата на прогрес отразена в доклада на ЕК. Въпреки това част от медиите омаловажават изводите от доклада, цитирайки само положителни части от него с което пренасочват фокуса на разговора към друга линия.

4.3 Акценти в отразяването



Исканата оставка на Димитър Узунов е водещ акцент през анализирания период. Единствените позитивни статии по темата идват от издания като "Телеграф" и "Монитор", които определят исканата оставка като опит за преврат. Основните лица, които коментират темата и допринасят за негативния тон, са Калин Калпакчиев, Лозан Панов, Кристиан Таков. Към тях се присъединява и Съюзът на съдиите в България (ССБ), който разпространява писмо, в което обвинява ВСС в двойни стандарти.

Промените в Закона за съдебната власт повдигат дискусии около сигналите срещу магистрати (нуждата от ЕГН при подаване

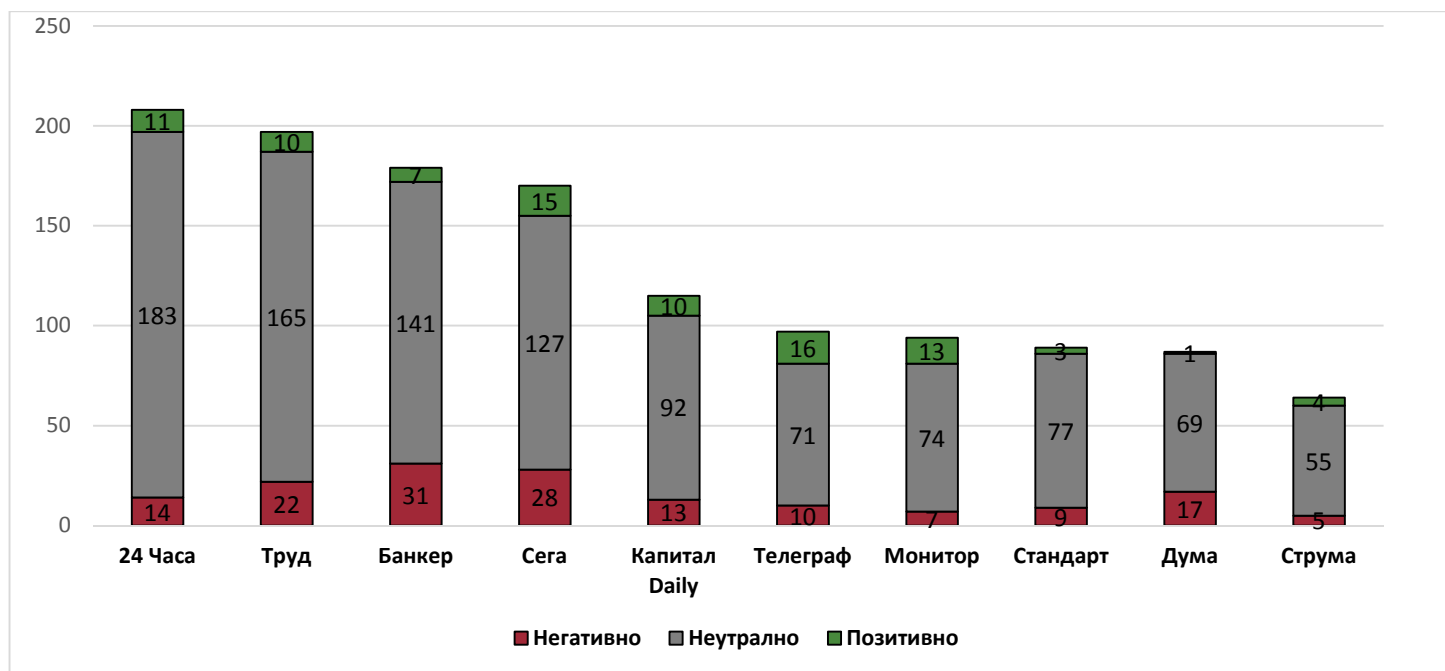
на такъв), идеята за създаване на специален съд, който да гледа делата срещу хората на властта, както и отказа на магистратите от Върховния касационен съд да изразят мнение за измененията в закона.

Оставката на Методи Лалов и неговите заместници допринася за неблагоприятния тон спрямо ВСС. Особено негативно е отразена новината, че на поканата на Лалов за разговор за свръхнатовареността на съда са откликнали само Калин Калпакчиев, Соня Найденова и Галя Карагъзова. Изтеклата информация, че Узунов е изпращал SMS-и на Лалов допълнително засилва впечатлението, че ВСС се опитва да влияе върху протеста, че го negliжира, с което отново на преден план излиза скандалът “Яневагейт” (заради идентичната ситуация – SMS-и по Viber).

„SMSгейт“ е четвъртата най-коментирана тема през анализирания период. В рамките на продължаващото събитие се дискутират сигналите срещу магистрати (нуждата от ЕГН при подаване на такъв), идеята за създаване на специален съд, който да гледа делата срещу хората на властта, както и отказа на магистратите от Върховния касационен съд да изразят мнение за измененията в закона.

5. Най-активни медийни източници на информация

5.1 Водещи печатни издания



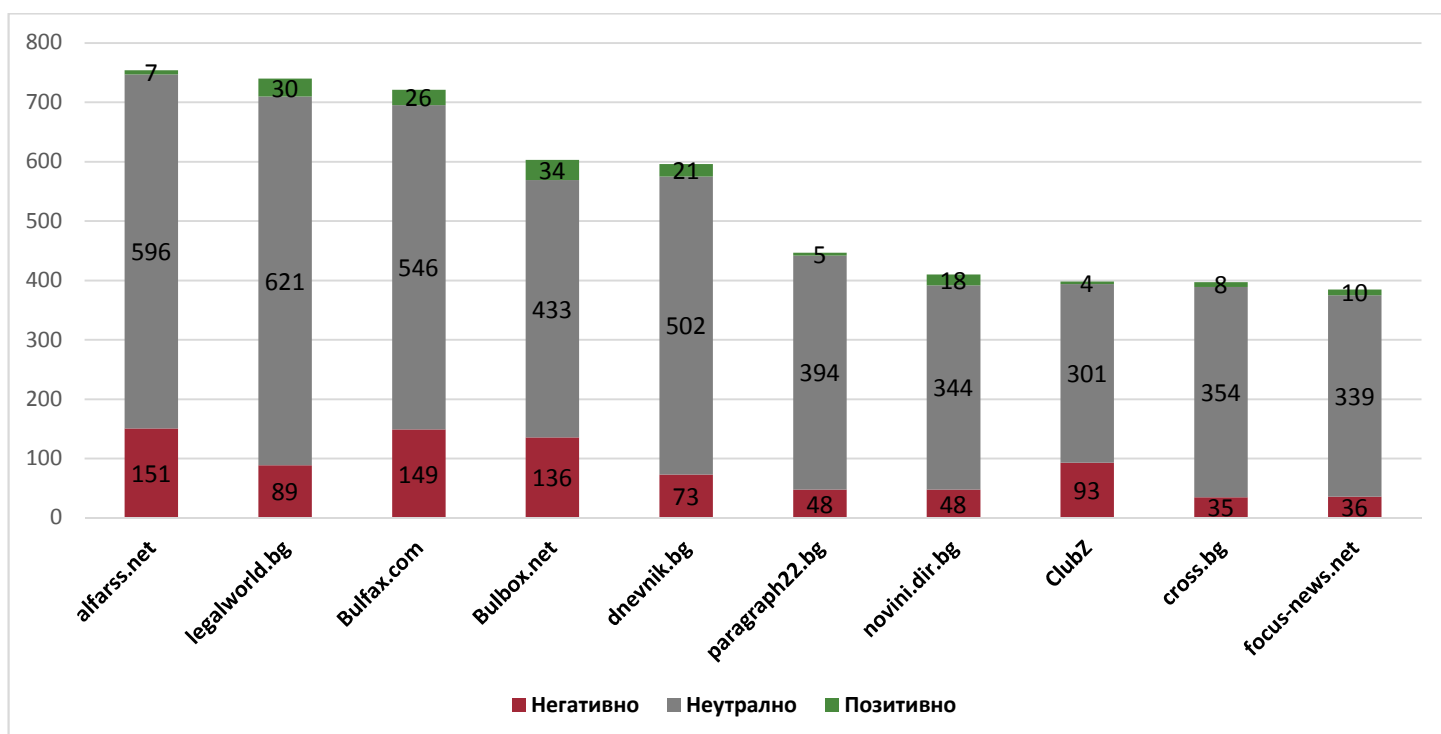
Най-активните вестници през анализирания период са 24 Часа, Труд и Банкер. При всички печатни издания основен е неутралният тон, като негативните статии обикновено са повече от позитивните. Изключение правят единствено Телеграф и Монитор.

Най-голям процент негативни статии публикуват Банкер, Сега и Дума, докато 24 Часа и Труд остават относително неутрални. Въпреки това тези две издания не се свенят да критикуват ВСС, особено по темата за съдебната реформа.

”Сега” често критикува главния прокурор, нарича заседанията на ВСС ”театрални”, изтъква факта, че няма реална съдебна реформа и недостатъчното разследване на ”Яневагейт”. ”Дума” категорично застава на страната на протестиращите срещу ВСС в редица публикации.

„Капитал“, и при „Капитал Daily” основно се разглеждат предложените промени в ЗВС и цялостната съдебна реформа. Заглавия като „ВСС замете гнилите ябълки под килима“ допълнително допринасят за негативното отношение спрямо ВСС.

5.2 Водещи онлайн издания



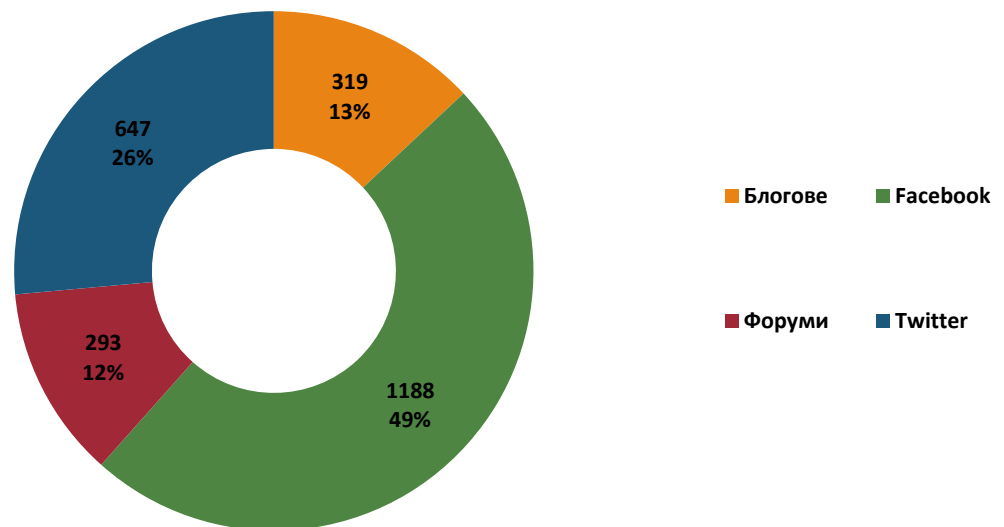
При всички големи традиционни медии неутралният тон доминира, но негативните споменавания винаги са повече от позитивните. Най-активните онлайн издания през 2016 г. са alfarss.net, legalworld.bg, bulfax.com и bulbox.net. Те, заедно с ClubZ, са и най-често критични към ВСС и съдебната система.

Специализираното издание legalworld.bg отразява почти всичко от сферата, като при негативните публикации акцентира върху "непоносимостта между членовете" и "постоянните свади" в институцията.

ClubZ.bg и dnevnik.bg отразяват активно протестите срещу ВСС и поставят под съмнение действията му, обвинявайки го в negliжиране на проблемите на СРС. Почти винаги негативно са отразени и всички новини, свързани с "Яневагейт".

6. Медиен разговор в социалните мрежи

Разпределение на коментарите по социални канали

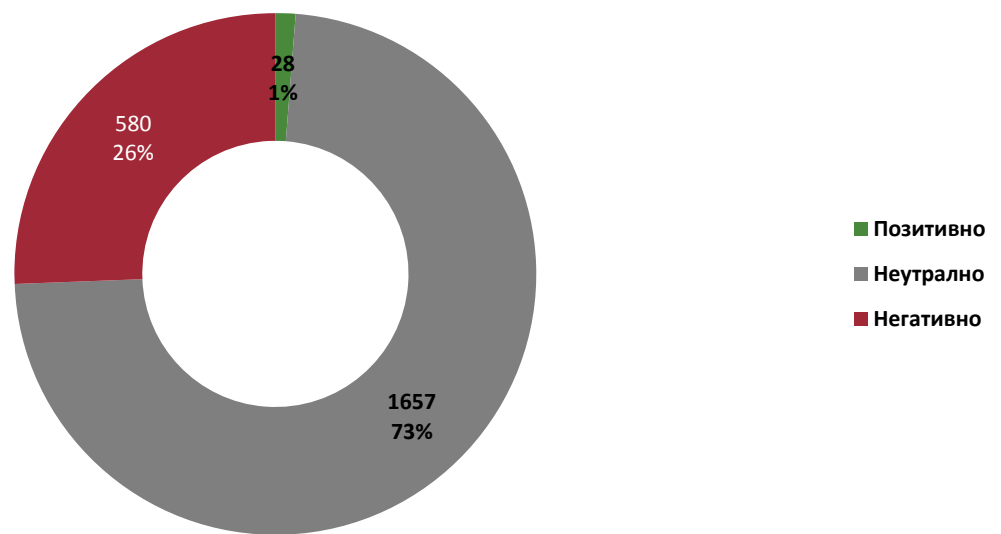


Съдържанието в социалните медии се дели на две основни групи: споделени новини и потребителски коментари. Докато споделените статии по-често са с неутрален тон, потребителските коментари в голямата си част са негативни или позитивни.

Facebook е най-активната социална медия през 2016 г. с 49% от общия обем на разговора, като болшинството от споменаванията в тази платформа са споделени статии от традиционни медии. Същото важи за Twitter, откъдето идват 26% от всички споменавания. Блоговете и форумите допринасят респективно 13% и 12% от общия разговор, като коментарите там дават по-добра представа за обществените нагласи. Основна тема във форумите е

„провалената“ съдебна реформа. Коментиращите във форума на segabg.com, например, смятат, че съдебна реформа няма, както и че липсва желание от страна на съдебната система да разследва корупцията и корупционните сделки. Корупцията и зависимостта от политически партии са сред големите теми, генериращи негативизъм у потребителите на социални медии.

Обществена нагласа спрямо ВСС в социалните мрежи



социалните мрежи най-много са неутралните коментари (73%), основно заради големия дял на споделени статии в Twitter и Facebook. 26% от коментарите са негативни, като потребителите на форуми и коментиращите в Twitter имат особено голям принос за това. Положителните споменавания са само 1% от общия обем.

7. Сравнителен анализ – традиционни и социални медии



Разговор в новинарските медии

В социалните мрежи се забелязват негативните очаквания на потребителите спрямо съдебната реформа, която според тях е невъзможна заради обвързаността на политиците с магистратите.

7. Препоръки

- Съкращаване на времето за реакция при възникване на кризисна ситуация, чрез унифициране на процедурата при реакция и унифициране на стандартите между различните отделения в съдебната власт.
- Регистрация и поддръжка на официални профили и страници във социалните мрежи (Twitter, Facebook) с цел съкращаване времето за реакция при кризисни ситуации.

- Профилите в социалните мрежи могат да се ползват и за разпространение на полезна информация с цел повишаване осведомеността на широката публика по юридически въпроси.
- Поддръжката на подобен тип профили би спомогнала в управлението на негативните нагласи, които се забелязват главно в гореспоменатите социални мрежи.
- Забелязва се остра липса на трети лица, защитници на съдебната власт в социалните мрежи. Това може да бъде преодоляно чрез постоянна комуникация и разпространение на информация чрез официални профили в социалните мрежи.
- Препоръчва се насърчаване на взаимодействията между профилите и страниците в социалните мрежи на различните органи на съдебната власт с цел увеличаване на достигната аудитория.
- Преоръчително е оценката на представянето на профилите в социалните мрежи да бъде извършвано от независими експерти в областта.
- Повишаване на медийната активност на юристи и експерти от областта на съдебната система не само в телевизионните медии, но и в онлайн изданията. Присъствието трябва да се случва не само чрез регулярни и ad hoc интервюта, но и под формата на кратки коментари по важни за обществото проблеми, които са на дневен ред. Особено полезно е изграждането на репутация на членовете на ВСС не само като такива, а като правни експерти, готови да помагат на обществото да разбере сложни юридически казуси.
- Коментарите в традиционните медии трябва да се предоставят не само от лимитиран брой членове на ВСС, а от по-широк и съгласуван от Съвета кръг.

- Идентифициране на ключови лица от съдебната система и унификация на техните медийни послания в традиционните и социални мрежи.
- Инвестиция в повече пиар усилия по метода на образователните инициативи, които ВСС представя в училищата. Медийният анализ показва, че тези събития отчитат силно присъствие в регионални издания, а биват игнорирани от много по-влиятелни национални медии. Поради тази причина е нужно засилване на връзките с ключови за Съвета журналисти, работещи в национални издания.
- Препоръчително е ВСС и институциите от съдебната власт трябва да инвестират повече средства и време в разработката на CSR кампании, които да подобрят позитивния тон в социалните и традиционни медии. Успехът на образователните инициативи доказва нуждата от продължаващи усилия в тази насока.

IV. Изводи и препоръки – комуникационен и финансов ресурс

- Мерки като работа и комуникация с медиите, информационни събития (събития и инициативи, насочени към гражданите; кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура на различните целеви групи) са се доказали през разглеждания период, като най-ефективни за постигане на целите на КС.
- Препоръчително е органите на съдебната власт и добрите практики да станат по-видими в социалните медии и мрежи. Необходимо да се използват повече интернет и социалните медии и мрежи в провеждането на комуникационни кампании и действия по информиране на външните публики, както и интеракция с потребителите на информация. При планирането на инициативи в тази посока, трябва да се има предвид, че

управлението на социалните медии и съдържанието в тях е необходимо да се води/извършва от експерт(и) сферата на комуникациите и работа в социалните медии, като за това също е необходимо да бъде подсигурен необходимия финансов ресурс.

- Необходимо е дългосрочно планиране и развитие на собствен комуникационен ресурс за органите на съдебната власт за управлението и координацията на комуникационните дейности. Работата директно с медии предполага наличие на сериозен експертен комуникационен ресурс в рамките на съдебната система, което не е било налице по време на целия разглеждан период. Препоръчително е да се преразгледа необходимостта и възможността за увеличаване на капацитета на органите на съдебната власт в посока на комуникационната обезпеченост – експерти и/или като се заделят достатъчно средства за консултантски услуги, тъй като външните експерти притежават не само специализиран опит, но и значително по-голяма гъвкавост от тази на институционалните комуникатори. Наблюдава се, че организационно в много голям брой звена задължения и отговорности присъщи изцяло на експерти в комуникацията са вменени или се извършват по подразбиране от съдии, административен персонал и др. професионалисти от съдебната система.
- Необходимо е да продължи и да се задълбочи координацията по отношение на комуникацията към външните публики между органите на съдебната власт с цел постигане на по-голяма плътност на посланията и достигане до по-голям брой крайни публики, които на практика са и най-важните за изграждане на

образа и цялостното разбиране и положителен имидж на съдебната власт.

- Наблюдават се слабости в процеса на събиране и отчитане на данни и обмяна на информация, което може да бъде обект на допълнителен анализ на процеса и идентифициране на проблемните точки с цел оптимизация и подобрене на съответните процеси.
- Препоръчва се да се планиран кратки сесии за работа по разбирането на заложените индикатори, съдържанието и начина на отчитането им, вкл. анализиране на съществуващите практики и данни и подпомагане с класифицирането им за целите на Механизма за мониторинг и оценка от страна на ангажираните в процеса по събиране и отчитане на данните и информацията.
- Препоръчително е да се предвиди достатъчно финансов ресурс в социологически инструменти, анализи на репутацията в социалните медии и външни консултантски услуги. Чрез първите две ще може да има по-точна представа за междинното изпълнение на целите и планиране на коригиращи действия, когато това е необходимо, за да се постигнат най-пълноценно целите при максимална икономическа ефективност. Външните консултантски услуги ще преодолеят институционалните дефицити, ще дадат различна и нова гледна точка и перспектива, както и ще осигурят необходимата гъвкавост, която от стратегическо значение за успеха на комуникационните усилия.

Периодичните социологически проучвания и анализи на репутацията на съдебната власт в социалните медии ще измерват систематично и редовно ефектите от предприетите

действия и полаганите усилия в изпълнение на КС, както и биха дали представа за дневния ред и важните теми за външните публики.

- КС, която е с много голям обхват и предвижда използването на голям комуникационен инструментариум и експертен капацитет се изпълнява в условия на рестриктивен бюджет на съдебната власт, вкл. експертното, техническото и финансово подsigуряване, което е предпоставка и представлява опасност за изпълнението КС и заложените в нея цели. Препоръчва се централизиран подход при планирането на комуникационните дейности на съдебната власт и съответното обезпечаване.

VII. SWOT Анализ

S Силни страни	W Слаби страни
<ul style="list-style-type: none">• ВСС и органите на съдебната власт осъзнават необходимостта подобряване на имиджа на съдебната система и систематично работят за изпълнението на КС;• Работата по подобряването на вътрешната и външната комуникация е в унисон със стратегическите цели на реформата в съдебната власт;• Наблюдава се ангажираност от страна на органите на съдебната власт за изпълнението на КС.• Наличие на воля и последователност от страна на ВСС в изпълнението на приетата КС.• Използвани добри практики в комуникациите в много от органите на съдебната власт;• Положителни резултати от работа и комуникация с медиите, информационни събития (събития и инициативи, насочени към гражданите; кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура на различните целеви групи).	<ul style="list-style-type: none">• Недоверие в съдебната власт;• Политически натиск над съдебната власт и често политизиране на темите комуникирани от страна на органите на съдебната власт;• Липса на външна подкрепа и трети говорители подкрепящи позитивния образ на съдебната власт;• Неразбиране за ролята и важността на комуникацията сред част от магистратите;• Липса на финансов ресурс за използване на социологически инструменти, анализи на репутацията в социалните медии и външни консултантски услуги.• Невъзможност да се мобилизират ресурси за осигуряване на професионална комуникация;• Ангажиране и вменияване на ролята на комуникатор на магистрати без опит, компетентност и/или подготовка в сферата на комуникациите.• Липса на говорители и служители за връзки с обществеността във всички органи на съдебната власт;• Недостатъчно ресурсно осигуряване на комуникационната дейност;• Дългосрочно планиране и развитие на собствен комуникационен ресурс за органите на съдебната власт за

	<p>управлението и координацията на комуникационните дейности.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Координацията по отношение на комуникацията към външните публики между органите на съдебната власт. • Слабости в процеса на събиране и отчитане на данни и обмяна на информация. • Наличие на дефицити във вътрешната комуникация;
О Възможности	Т Заплахи

<ul style="list-style-type: none"> • Формирана обществена нагласа и очаквания за реформи в съдебната власт, които дават възможност за провеждане на активна комуникационна политика; • Възможност за комуникация на добрите практики в социалните медии и мрежи, достигайки бързо да огромен брой заинтересовани външни публики. • Осигуряване регулярни формати за професионално обучение по комуникации на магистрати; • Разработване и налагане на единни стандарти в комуникацията на органите на съдебната власт. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Задълбочаване на кризата в доверието в съдебната власт. • Рестриктивен бюджет на съдебната власт, вкл. експертното, техническото и финансово подsigуряване за изпълнението на КС. • Необходимостта от професионализация на комуникацията на органите на съдебната власт; • Неразбиране на важността от проактивна комуникация и прозрачност. • Липса на експертен капацитет за управлението на социални медии и съдържанието в тях и необходимия финансов ресурс. • Невъзможност да се гарантира необходимото ресурсно осигуряване на връзките с обществеността; • Възможна съпротива срещу КС поради вменияване на неписъщи на магистратите комуникационни роли; • Обективна невъзможност за изпълнение на КС поради липса на комуникационни експерти. • Неспособност да се използват новите медии и информационни технологии комуникация. • Несъответствия в разбирането на индикаторите, които са предпоставка за изкривяване на отчитаните данни и разбирането за изпълнението им.
---	---

ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Приложение 1: Таблица за отчитане на напредъка на ВСС през 2016 г. по Комуникационния план 2014-2020
2. Приложение 2: Медиен анализ на медийното отразяване на Висшия съдебен съвет и съдебната система за 2016 г.

ОБРАЗЕЦ на таблица за отчетане на напредъка по Комуникационния план 2014-2020

Индикатор	Отчетни стойности	Година						
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация	Базова стойност							
	Целева стойност (% на изменение на б. м. база)	5% ↑	36	56				
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт	Базова стойност							
	Целева стойност (бр. годишно)	2	1	12				
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост	Базова стойност							
	Целева стойност (бр. годишно)	4	6	15				
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Брой медийни изяви	Базова стойност							
	Целева стойност (бр. годишно)	3000	145	157				
	Данни за изпълнението (бр. годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики	Базова стойност							
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6	7	0				
	Целева стойност 2 (% одобрение)	50%						
	Данни за изпълнението (бр. годишно)							
	Данни за изпълнението (% одобрение)							
Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт	Базова стойност							
	Целева стойност (бр. годишно)	16	0	0				
	Данни за изпълнението (бр. годишно)							
Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации	Базова стойност							
	Целева стойност (%)	30%						
	Данни за изпълнението (%)							
Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии	Базова стойност							
	Целева стойност (бр. годишно)	19000						
	Данни за изпълнението (бр. годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Достигната аудитория по целеви групи	Базова стойност							
	Целева стойност (% годишно)	40%						
	Данни за изпълнението (% годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система	Базова стойност (индекс на отношението)							
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑						
	Данни за изпълнението (% годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии	Базова стойност (индекс на репутацията)							
	Целева стойност (% подобрение)	0.5% ↑						
	Данни за изпълнението (% годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Време за реакция при комуникационни/медийни кризи	Базова стойност (часове осреднено за криза)							
	Целева стойност (часове)	12		36				
	Данни за изпълнението (часове)							
Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт	Базова стойност							
	Целева стойност (% увеличение)	10% ↑	1	1				
	Данни за изпълнението (бр. годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение на 2 години)							
Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт	Базова стойност (дни осреднено)							
	Целева стойност (дни)	15	1	1				
	Данни за изпълнението (дни)							
Информационни системи, осигуряващи	Базова стойност (бр.)							

онлайн достъп до информация за граждани и фирми	Целева стойност (% увеличение)	5% ↑	5	11				
	Данни за изпълнението (бр. годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Подобрение на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт	Базова стойност (%)							
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑	10					
	Данни за изпълнението (% годишно)							
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)							
Събития и инициативи, насочени към гражданите	Базова стойност							
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6	6	11				
	Целева стойност 2 (% удовлетвореност)	50%						
	информационни кампании, популяризиращи конкретни дейности на							
	Данни за изпълнението (% удовлетвореност)							
Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура	Базова стойност							
	Целева стойност (бр. кампании)	4						
	Данни за изпълнението (бр. кампании)							
Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор	Базова стойност							
	Целева стойност 1 (бр. срещи годишно)	8	1					
	Целева стойност 2 (бр. съвместни инициативи годишно)	2						
	Данни за изпълнението (бр. срещи годишно)							
	Данни за изпълнението (бр. съвместни инициативи годишно)							

Исполнение
V
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...

ОБРАЗЕЦ на таблица за отчетане на напредъка по Комуникационния план 2014-2020

Индикатор	Отчетни стойности	2014	2015	2016
Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация	Базова стойност			
	Целева стойност (% на изменение на б м. база)	5% ↑		4
	Данни за изпълнението			
Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	2		3
	ВКС, ВАС и ИВСС относно провеждане на обучения на пресаташетата,			
Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	4		0
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Брой медийни изяви	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	3000		31
	медийни изяви на директора- Драгомир Йорданов (2011- 05.07.2016)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		0
	Целева стойност 2 (% одобрение)	50%		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% одобрение)			
Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	16		0
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации	Базова стойност			
	Целева стойност (%)	30%		
	Данни за изпълнението (%)			
Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	19000		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)НИП не разполага с необходимия			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Достигната аудитория по целеви групи	Базова стойност			
	Целева стойност (% годишно)	40%		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система	Базова стойност (индекс на отношението)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии	Базова стойност (индекс на репутацията)			
	Целева стойност (% подобрение)	0.5% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Време за реакция при комуникационни/медийни кризи	Базова стойност (часове осреднено за криза)			
	Целева стойност (часове)	12		2
	Данни за изпълнението (часове)НИП не е регистрирал кому			
Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (% увеличение)	10% ↑		0
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение на 2 години)			

Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт	Базова стойност (дни осреднено)			
	Целева стойност (дни)	15		3
	Данни за изпълнението (дни)			
Информационни системи, осигуряващи онлайн достъп до информация за граждани и фирми	Базова стойност (бр.)			
	Целева стойност (% увеличение)	5% ↑		
	Данни за изпълнението (бр. годишно) Интернет сайтът на НИП има			
Подобрение на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт	Базова стойност (%)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
Събития и инициативи, насочени към гражданите	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		0
	Целева стойност 2 (% удовлетвореност)	50%		
Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. кампании)	4		0
	Данни за изпълнението (бр. кампании)			
Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. срещи годишно)	8		0
	Целева стойност 2 (бр. съвместни инициативи годишно)	2		
	Данни за изпълнението (бр. срещи годишно)			
	Данни за изпълнението (бр. съвместни инициативи годишно)			

ОБРАЗЕЦ на таблица за отчетане на напредъка по Комуникационния план 2014-2020

Индикатор	Отчетни стойности	2014	2015	2016
Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация	Базова стойност			
	Целева стойност (% на изменение на годишна база)	5% ↑	0	361
	Данни за изпълнението			
Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	2		2
	Данни за изпълнението			
Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	4		42
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Брой медийни изяви	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	3000		202
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		4
	Целева стойност 2 (% одобрение)	50%		
Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	16		317
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации	Базова стойност			
	Целева стойност (%)	30%		
	Данни за изпълнението (%)			
Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	19000		5000
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Достигната аудитория по целеви групи	Базова стойност			
	Целева стойност (% годишно)	40%		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система	Базова стойност (индекс на отношението)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии	Базова стойност (индекс на репутацията)			
	Целева стойност (% подобрение)	0.5% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
Време за реакция при комуникационни/медийни кризи	Базова стойност (часове осреднено за криза)			
	Целева стойност (часове)	12		2
	Данни за изпълнението (часове)			
Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (% увеличение)	10% ↑		15
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение на 2 години)			

Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт	Базова стойност (дни осреднено)			
	Целева стойност (дни)	15		1
	Данни за изпълнението (дни)			
Информационни системи, осигуряващи онлайн достъп до информация за граждани и фирми	Базова стойност (бр.)			
	Целева стойност (% увеличение)	5% ↑		29
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Подобрение на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт	Базова стойност (%)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Събития и инициативи, насочени към гражданите	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		1
	Целева стойност 2 (% удовлетвореност)	50%		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% удовлетвореност)			
Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. кампании)	4		1
	Данни за изпълнението (бр. кампании)			
Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. срещи годишно)	8		1
	Целева стойност 2 (бр. съвместни инициативи годишно)	2		
	Данни за изпълнението (бр. срещи годишно)			
	Данни за изпълнението (бр. съвместни инициативи годишно)			

ОБРАЗЕЦ на таблица за отчетане на напредъка по Комуникационния план 2014-2020

Индикатор	Отчетни стойности	2014	2015	2016
Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация	Базова стойност			
	Целева стойност (% на изменение на б м. база)	5% ↑		185
	Данни за изпълнението			
Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	2		2
	Данни за изпълнението			
Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	4		194
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Брой медийни изяви	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	3000		231
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		136
	Целева стойност 2 (% одобрение)	50%		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% одобрение)			
Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	16		1371
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации	Базова стойност			
	Целева стойност (%)	30%		
	Данни за изпълнението (%)			
Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	19000		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Достигната аудитория по целеви групи	Базова стойност			
	Целева стойност (% годишно)	40%		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система	Базова стойност (индекс на отношението)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии	Базова стойност (индекс на репутацията)			
	Целева стойност (% подобрение)	0.5% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Време за реакция при комуникационни/медийни кризи	Базова стойност (часове осреднено за криза)			
	Целева стойност (часове)	12		2
	Данни за изпълнението (часове)			
Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (% увеличение)	10% ↑		21
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение на 2 години)			

Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт	Базова стойност (дни осреднено)			
	Целева стойност (дни)	15		2
	Данни за изпълнението (дни)			
Информационни системи, осигуряващи онлайн достъп до информация за граждани и фирми	Базова стойност (бр.)			
	Целева стойност (% увеличение)	5% ↑		15
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Подобрение на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт	Базова стойност (%)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Събития и инициативи, насочени към гражданите	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		311
	Целева стойност 2 (% удовлетвореност)	50%		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% удовлетвореност)			
Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. кампании)	4		270
	Данни за изпълнението (бр. кампании)			
Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. срещи годишно)	8		17
	Целева стойност 2 (бр. съвместни инициативи годишно)	2		
	Данни за изпълнението (бр. срещи годишно)			
	Данни за изпълнението (бр. съвместни инициативи годишно)			

ОБРАЗЕЦ на таблица за отчетане на напредъка по Комуникационния план 2014-2020

Индикатор	Отчетни стойности	2014	2015	2016
Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация	Базова стойност			
	Целева стойност (% на изменение на б м. база)	5% ↑		15
	Данни за изпълнението			
Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	2		2
	Данни за изпълнението			
Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	4		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Брой медийни изяви	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	3000		143
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		
	Целева стойност 2 (% одобрение)	50%		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% одобрение)			
Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	16		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации	Базова стойност			
	Целева стойност (%)	30%		
	Данни за изпълнението (%)			
Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	19000		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Достигната аудитория по целеви групи	Базова стойност			
	Целева стойност (% годишно)	40%		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система	Базова стойност (индекс на отношението)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии	Базова стойност (индекс на репутацията)			
	Целева стойност (% подобрение)	0.5% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Време за реакция при комуникационни/медийни кризи	Базова стойност (часове осреднено за криза)			
	Целева стойност (часове)	12		2
	Данни за изпълнението (часове)			
Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (% увеличение)	10% ↑		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение на 2 години)			

Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт	Базова стойност (дни осреднено)			
	Целева стойност (дни)	15		
	Данни за изпълнението (дни)			
Информационни системи, осигуряващи онлайн достъп до информация за граждани и фирми	Базова стойност (бр.)			
	Целева стойност (% увеличение)	5% ↑		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Подобрение на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт	Базова стойност (%)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
Събития и инициативи, насочени към гражданите	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		1
	Целева стойност 2 (% удовлетвореност)	50%		
Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. кампании)	4		
	Данни за изпълнението (бр. кампании)			
Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. срещи годишно)	8		3
	Целева стойност 2 (бр. съвместни инициативи годишно)	2		
	Данни за изпълнението (бр. срещи годишно)			
	Данни за изпълнението (бр. съвместни инициативи годишно)			

ОБРАЗЕЦ на таблица за отчетане на напредъка по Комуникационния план 2014-2020

Индикатор	Отчетни стойности	2014	2015	2016
Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация	Базова стойност			
	Целева стойност (% на изменение на б м. база)	5% ↑		
	Данни за изпълнението			
Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	2		3
	Данни за изпълнението			
Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	4		0
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Брой медийни изяви	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	3000		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6		1
	Целева стойност 2 (% одобрение)	50%		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% одобрение)			
Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	16		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации	Базова стойност			
	Целева стойност (%)	30%		
	Данни за изпълнението (%)			
Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	19000		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Достигната аудитория по целеви групи	Базова стойност			
	Целева стойност (% годишно)	40%		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система	Базова стойност (индекс на отношението)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии	Базова стойност (индекс на репутацията)			
	Целева стойност (% подобрение)	0.5% ↑		
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Време за реакция при комуникационни/медийни кризи	Базова стойност (часове осреднено за криза)			
	Целева стойност (часове)	12		8
	Данни за изпълнението (часове)			
Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (% увеличение)	10% ↑		1
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение на 2 години)			

Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт	Базова стойност (дни осреднено)				
	Целева стойност (дни)	15			1
	Данни за изпълнението (дни)				
Информационни системи, осигуряващи онлайн достъп до информация за граждани и фирми	Базова стойност (бр.)				
	Целева стойност (% увеличение)	5% ↑			1
	Данни за изпълнението (бр. годишно)				
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)				
Подобрение на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт	Базова стойност (%)				
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑			
	Данни за изпълнението (% годишно)				
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)				
Събития и инициативи, насочени към гражданите	Базова стойност				
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6			
	Целева стойност 2 (% удовлетвореност)	50%			
	Данни за изпълнението (бр. годишно)				
	Данни за изпълнението (% удовлетвореност)				
Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура	Базова стойност				
	Целева стойност (бр. кампании)	4			
	Данни за изпълнението (бр. кампании)				
Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор	Базова стойност				
	Целева стойност 1 (бр. срещи годишно)	8			
	Целева стойност 2 (бр. съвместни инициативи годишно)	2			
	Данни за изпълнението (бр. срещи годишно)				
	Данни за изпълнението (бр. съвместни инициативи годишно)				

ОБРАЗЕЦ на таблица за отчетане на напредъка по Комуникационния план 2014-2020

Индикатор	Отчетни стойности	2014	2015	2016
Обслужени запитвания по Закона за достъп до обществена информация	Базова стойност			
	Целева стойност (% на изменение на б м. база)	5% ↑	36	621
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Координационни срещи/разговори на представители на връзки с обществеността на органите на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	2	1	24
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Съвместно координирани между органите на съдебната власт медийни изяви и други инициативи, насочени към широката общественост	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	4	6	251
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Брой медийни изяви	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	3000	145	764
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Проведени обучения за повишаване на квалификацията свързана с комуникацията с вътрешни и външни публики	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6	7	141
	Целева стойност 2 (% одобрение)	50%		
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% одобрение)			
Вътрешни информационни бюлетини, разпространени в рамките на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	16	0	1688
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
Успеваемост на прессъобщенията и продължаващи тематични публикации	Базова стойност			
	Целева стойност (%)	30%	0	39%
	Данни за изпълнението (%)			
Публикации и излъчвания в печатните и електронните медии	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. годишно)	19000	0	5000
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Достигната аудитория по целеви групи	Базова стойност			
	Целева стойност (% годишно)	40%	0	0
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Отношение на медиите по теми, свързани със съдебната система	Базова стойност (индекс на отношението)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑	0	0
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Репутация на органите на съдебната власт в социалните медии	Базова стойност (индекс на репутацията)			
	Целева стойност (% подобрение)	0.5% ↑	0	0
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Време за реакция при комуникационни/медийни кризи	Базова стойност (часове осреднено за криза)			
	Целева стойност (часове)	12	36	#REF!
	Данни за изпълнението (часове)			
Нови/обновени уебсайтове на органи на съдебната власт	Базова стойност			
	Целева стойност (% увеличение)	10% ↑	1	38
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение на 2 години)			

Честота на обновяване на информацията на уебсайтовете на органите на съдебната власт	Базова стойност (дни осреднено)			
	Целева стойност (дни)	15	1	8
	Данни за изпълнението (дни)			
Информационни системи, осигуряващи онлайн достъп до информация за граждани и фирми	Базова стойност (бр.)			
	Целева стойност (% увеличение)	5% ↑	5	56
	Данни за изпълнението (бр. годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Подобрение на нагласите и отношението на широката общественост към органите на съдебната власт	Базова стойност (%)			
	Целева стойност (% подобрение)	1% ↑	10	0
	Данни за изпълнението (% годишно)			
	Данни за изпълнението (% изменение спрямо предходен период)			
Събития и инициативи, насочени към гражданите	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. годишно)	6	6	324
	Целева стойност 2 (% удовлетвореност)	50%		
	информационни кампании, популяризиращи конкретни дейности на			
	Данни за изпълнението (% удовлетвореност)			
Информационни кампании, насочени към повишаване на осведомеността и правната култура	Базова стойност			
	Целева стойност (бр. кампании)	4	0	271
	Данни за изпълнението (бр. кампании)			
Взаимодействие между органите на съдебната власт и организациите от неправителствения сектор	Базова стойност			
	Целева стойност 1 (бр. срещи годишно)	8	1	21
	Целева стойност 2 (бр. съвместни инициативи годишно)	2		
	Данни за изпълнението (бр. срещи годишно)			
	Данни за изпълнението (бр. съвместни инициативи годишно)			

Висш съдебен съвет и съдебна система

Годишен медиен анализ (2016г.)

Методология

- Мониторинговият доклад включва анализ на медийното отразяване на институциите в съдебната система и Висшия съдебен съвет.
- Докладът използва количествени и качествени методи на изследване на репутацията на институцията в традиционни новинарски медии, дигитални онлайн издания и социални мрежи. С цел гарантиране обективността на резултатите са използвани двустепенна методология, която осигурява безпристрастност и точност на изходните данни.
- Обект на изследването са статии и потребителски коментари, свързани с Висшия съдебен съвет, неговите представители и членове и съдебната система.
- Първият анализационен етап включва идентифициране на релевантните ключови думи за Висшия съдебен съвет и водещи институции от съдебната система, създаване на специален низ от думи, релевантни за изследването, и прилагането им към наличната база данни.
- В рамките на втория етап чрез специализирана система за медиен анализ е генерирана първоначална извадка от данни. Получената информация е анализирана ръчно от медийни анализатори за изключване и премахване на нерелевантни и незасягащи съдебната система комуникационни единици.
- Резултатите са обработени със специализиран софтуер за анализ на медийни данни, след което е извършена категоризация и визуализация на изходните комуникационни извадки.

- Обобщените и кодирани данни са представени визуално и анализирани текстово ръчно от експерти по управление на репутацията и медийно съдържание. Получените данни са категоризирани и разпределени според вида споменаване, медийния източник на информацията, конкретния представител на ВСС и водеща тема.
- Целта на изследването е проследяването на медийната репутация на Висшия съдебен съвет и съдебната система като цяло в различни новинарски и потребителски платформи.

Ситуационният годишен медиен анализ включва:

1. Количествен анализ:
 - Общ брой публикации по теми, свързани с органи на съдебната власт;
 - Брой публикации по видове медии – новинарски и социални;
 - Брой публикации по всяка от водещите теми и разпределение по видове медии (новинарски и социални);
 - Най-активни медии в отразяването на теми, свързани със съдебната власт;
2. Качествен анализ:
 - Анализ на отношението на медиите към водещите теми – позитивно, неутрално или негативно;
 - Анализ на отношението по медии (анализират се водещите новинарски и социални медии, с най-голяма активност на отразяването);
 - Анализ на обществената нагласа по обществената нагласа по водещи теми, изчислено на база публикациите в социални медии.

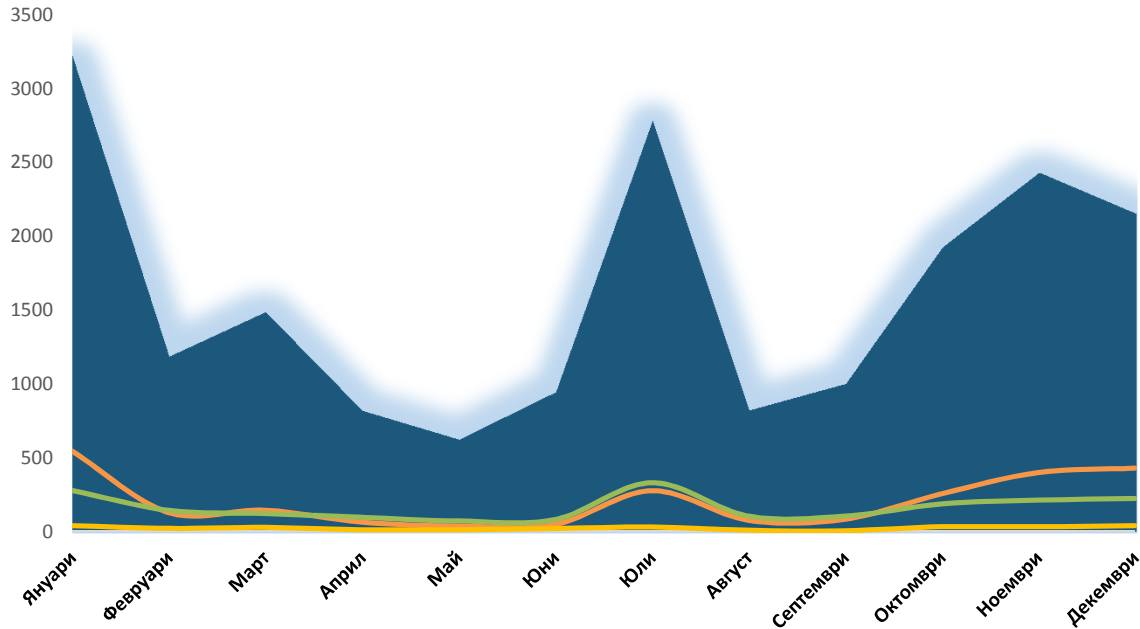
Медийният анализ включва определяне на най-често отразявани теми, анализ на отношението на медиите към всяка от тях (позитивно, неутрално, негативно), както и акцентите в отразяването за разглеждания период.

Списъкът с анализирани медийни канали включва традиционни новинарски медии (онлайн издания, радио и телевизия), над 1000 специализирани и мейнстрийм потребителски блогове, над 120 форума, над 1500 страници и групи в социалната мрежа Facebook и над 800 потребителски и новинарски акаунти в микроблогинг платформата Twitter.

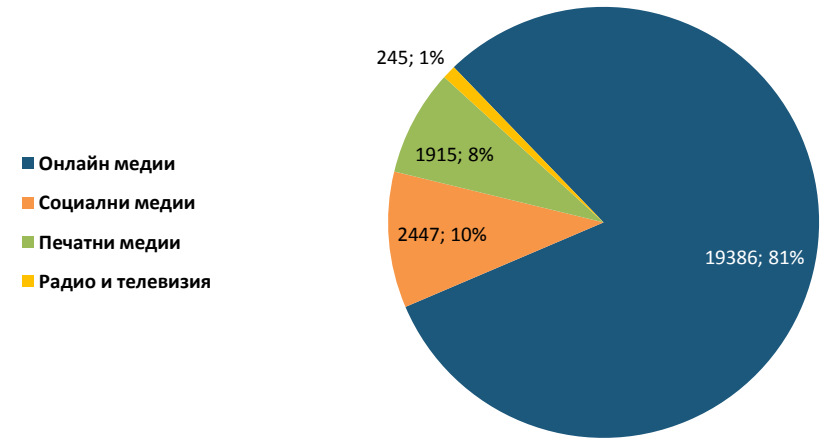
Цялото съдържание е събрано чрез специален софтуерен инструмент за изследване на медийното отразяване и споменаване.

Под внимание са взети само коментари и публикации от публично достъпни профили и страници в социалните мрежи Facebook и Twitter.

Брой релевантни публикации по месеци



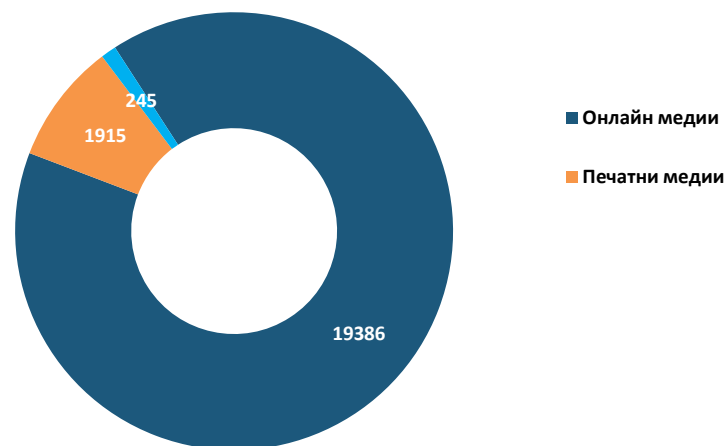
Общ брой публикации за целия период



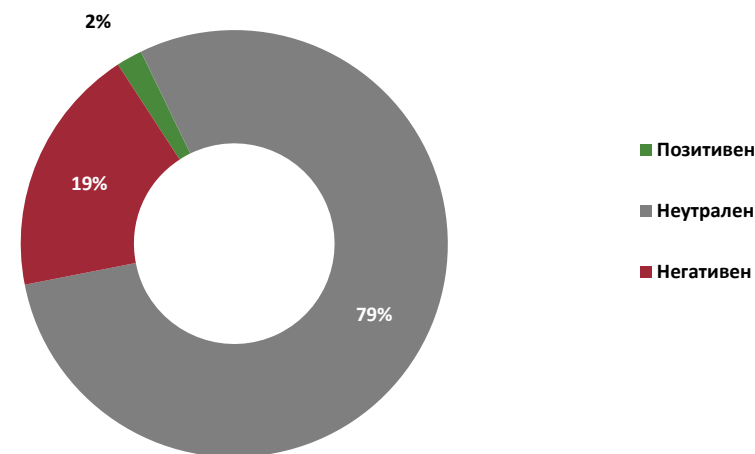
- През анализирания период онлайн медиите публикуват 19386 статии, докато социалните мрежи генерират 2447 публикации. Печатните издания публикуват общо 1915 статии, а споменаванията на ВСС и съдебната система в радиото и телевизията са общо 245.
- Пикът на интереса на традиционните новинарски медии е през месец януари, когато фокусът на разговора във всички канали е насочен към двете топ теми – докладът на Европейската комисия и натискът от страна на правителството за разпускане на ВСС. Докладът на ЕК продължава да бъде обсъждан до март месец, когато други теми го изместват.
- Пикът на интереса на традиционните новинарски медии през юли месец, е свързан с различни събития като дискусиите за съдебните сгради без охрана, изказванията на премиера Бойко Борисов, свързани с доклада на евроекспертите за прокуратурата, както и развръзката на скандала „Яневагейт“. Месец юли е най-активен, защото тогава се гласуват и увеличението на заплатите на магистратите, както и наказанието на Владимира Янева от страна на ВСС, който предизвиква най-голям отзвук.
- Пикът през ноември месец е провокиран от основно от президентските избори и изказванията на трима от кандидатите – Трайчо Трайков, Цеца Цачева и Румен Радев, които генерират огромна част от споменаванията на съдебната реформа за този месец. Второ място по обем е описваният от медиите “отказ” на ВСС да се възобнови разследването по случая “Яневагейт”, по искане на Лозан Панов, което той мотивира с новите обстоятелства (коментари на един от участниците).

Разпределение на разговора в традиционните медии

Разпределение на разговора по традиционни канали



Тон на разговора в новинарските онлайн медии



•Онлайн новинарските медии са най-активни (19386 публикации) при отразяването на ВСС и играят основна роля при изграждането на имиджа на съдебната система. От друга страна печатните медии са публикували общо 9% от общия разговор по темата в традиционните медии (около 10% спрямо съдържанието в онлайн медиите). Радиото и телевизията отразяват едва 1% от обема на печатните медийни издания.

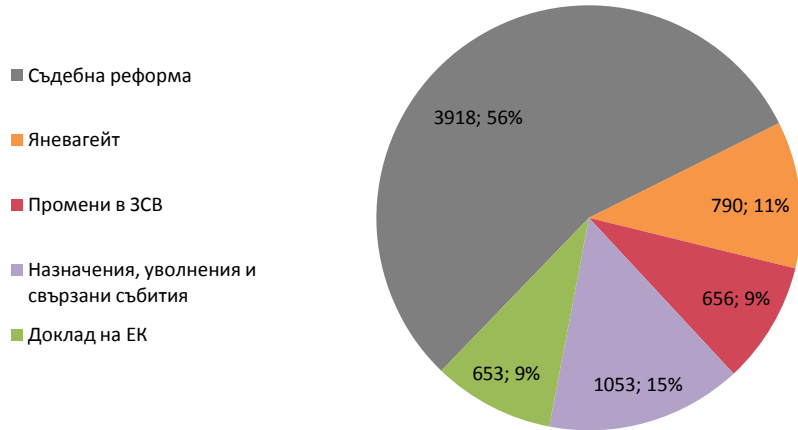
•Основната причина за неблагоприятния тон спрямо ВСС са критики към съдебната реформа и негативни оценки провокирани от доклада на ЕК. Други открояващи се негативни теми така наречените „SMSгейт“ и „Яневагейт“ съпътствани от произтичащите от тях усложнения.

• Положителният тон е генериран от статии, свързани с отказа на ВСС да се саморазпусне под натиска на ГЕРБ и РБ, също така и от интервюта по темата дадени от Христо Иванов, в които той защитава позицията на ВСС. През периода октомври-декември се наблюдава значително увеличение на положителните медийни настроения спрямо ВСС спрямо предишни периоди. То се дължи основно на инициативите, част от кампанията на Висшия съдебен съвет (ВСС) за провеждане на „Дни на отворените врати в органите на съдебната власт“ в различни области.

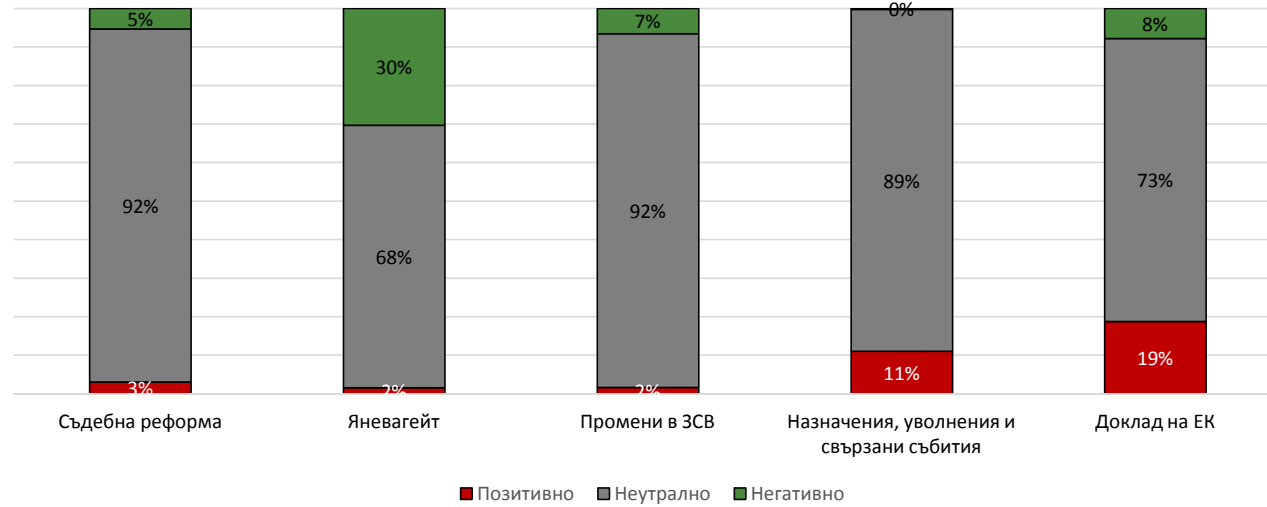
•Около 80% от медиите запазват неутрален тон към съдебната система и ВСС. Те отразяват различни събития, свързани с ВСС, без да заемат конкретна позиция или страна по разглежданите въпроси.

Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Обем на разговора



Отношение на медиите към водещите теми



• През разглеждания период новинарските онлайн медии успяват да генерират 81% от релевантния разговор за ВСС и съдебната система. Онлайн медиите продължават с фокуса върху съдебната реформа (гласуването на промените в ЗСВ и др.) и върху назначения на съдии, прокурори, както и уволнения и свързани събития.

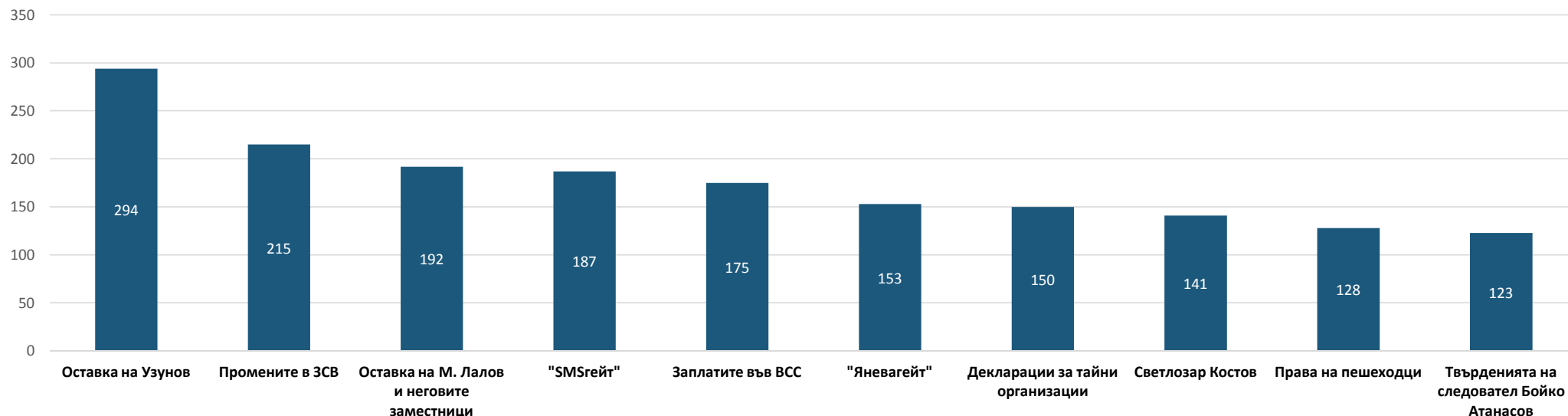
• Съдебната реформа и доклада на ЕК са темите с най-поляризираны мнения както от страна на традиционните медии, така и от страна на социалните. 19% от отразяването на ЕК доклада е негативно, като хората изразяват позиция, това е поредният доклад, който доказва липсата на воля за реформа на съдебната власт. Публикациите идват от онлайн и печатните медии, не спестяват критики по отношение на липсата на прогрес отразена в доклада на ЕК. Въпреки това част от медиите омаловажават изводите от доклада, цитирайки само положителни части от него с което пренасочват фокуса на разговора към друга линия.

• Втората най-често отразявана тема за „Назначения, уволнения и свързани събития“. Традиционните медии не пропускат да информират читателите си за всички по-значими кадрови смени в съдебната система.

• Във третата най-често отразявана тема 26% от статиите свързани със скандала „Яневагейт“ са негативни, като хората изразяват позиция, че понижението на Янева не е достатъчна мярка спрямо нея. 2% от отразяването на „Яневагейт“ е позитивно. Публикациите идват от онлайн и печатните медии, които одобряват решението на Янева да коментира публично „гнилите ябълки“, разкрити от френския посланик Ксавие Лапер дьо Кабан. Въпреки това част от медиите омаловажават скандала и насочват критиките си към френския посланик, с което пренасочват фокуса на разговора към друга линия.

Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Акцентите през разглеждания период



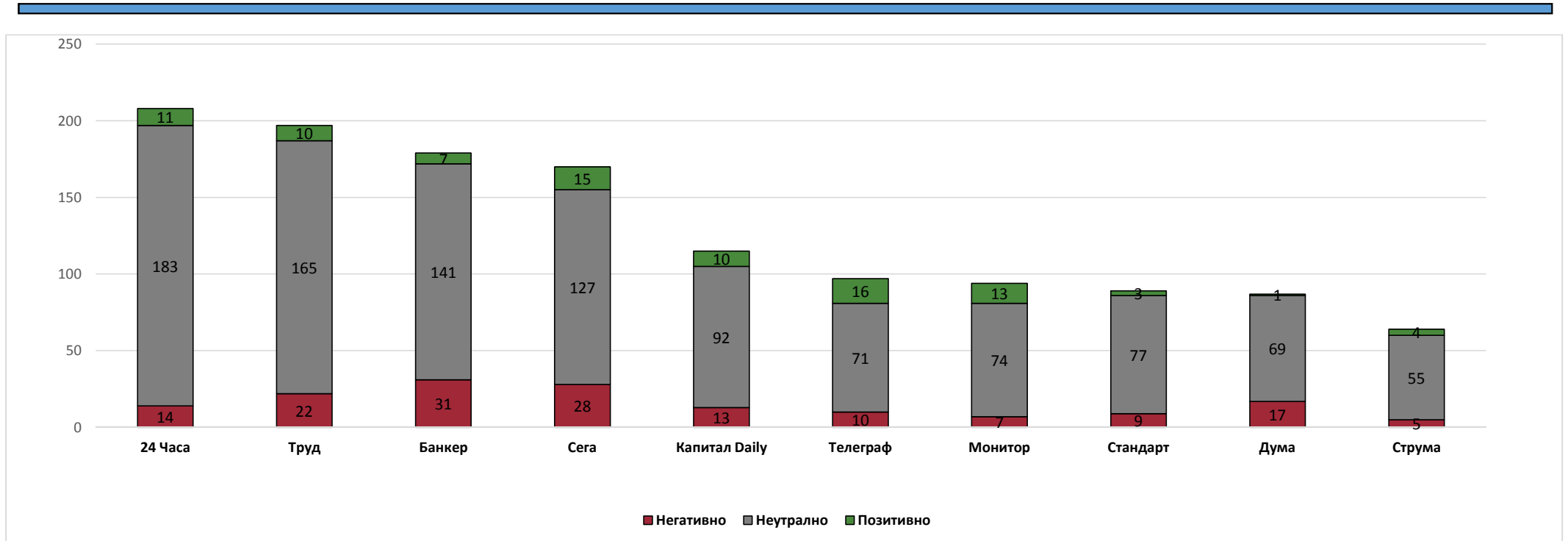
• Исканата оставка на Димитър Узунов е водещ акцент през анализирания период. Единствените позитивни статии по темата идват от издания като “Телеграф” и “Монитор”, които определят исканата оставка като опит за преврат. Основните лица, които коментират темата и допринасят за негативния тон, са Калин Калпакчиев, Лозан Панов, Кристиан Таков. Към тях се присъединява и Съюзът на съдиите в България (ССБ), който разпространява писмо, в което обвинява ВСС в двойни стандарти.

• Промените в Закона за съдебната власт повдигат дискусии около сигналите срещу магистрати (нуждата от ЕГН при подаване на такъв), идеята за създаване на специален съд, който да гледа делата срещу хората на властта, както и отказа на магистратите от Върховния касационен съд да изразят мнение за измененията в закона.

• Оставката на Методи Лалов и неговите заместници допринася за неблагоприятния тон спрямо ВСС. Особено негативно е отразена новината, че на поканата на Лалов за разговор за свръхнатовареността на съда са откликнали само Калин Калпакчиев, Соня Найденова и Галя Карагьозова. Изтеклата информация, че Узунов е изпращал SMS-и на Лалов допълнително засилва впечатлението, че ВСС се опитва да влияе върху протеста, че го negliжира, с което отново на преден план излиза скандалът “Яневагейт” (заради идентичната ситуация – SMS-и по Viber).

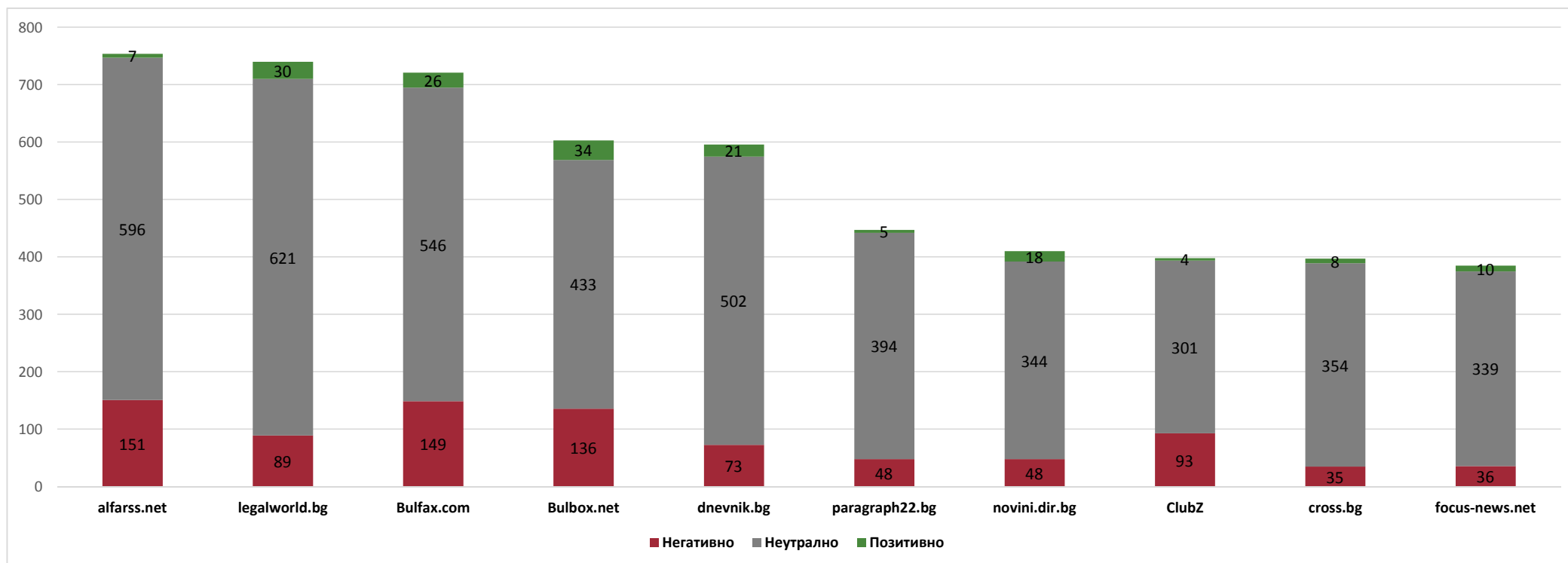
• „SMSрейт“ е четвъртата най-коментирана тема през анализирания период. В рамките на продължаващото събитие се дискутират сигналите срещу магистрати (нуждата от ЕГН при подаване на такъв), идеята за създаване на специален съд, който да гледа делата срещу хората на властта, както и отказа на магистратите от Върховния касационен съд да изразят мнение за измененията в закона.

Най-активни печатни медии



- Най-активните вестници през анализирания период са 24 Часа, Труд и Банкер. При всички печатни издания основен е неутралният тон, като негативните статии обикновено са повече от позитивните. Изключение правят единствено Телеграф и Монитор.
- Най-голям процент негативни статии публикуват Банкер, Сега и Дума, докато 24 Часа и Труд остават относително неутрални. Въпреки това тези две издания не се свенят да критикуват ВСС, особено по темата за съдебната реформа.
- „Сега“ често критикува главния прокурор, нарича заседанията на ВСС „театрални“, изтъква факта, че няма реална съдебна реформа и недостатъчното разследване на „Яневагейт“. „Дума“ категорично застава на страната на протестиращите срещу ВСС в редица публикации.
- „Капитал“, и при „Капитал Daily“ основно се разглеждат предложените промени в ЗВС и цялостната съдебна реформа. Заглавия като „ВСС замече гнилите ябълки под килима“ допълнително допринасят за негативното отношение спрямо ВСС.

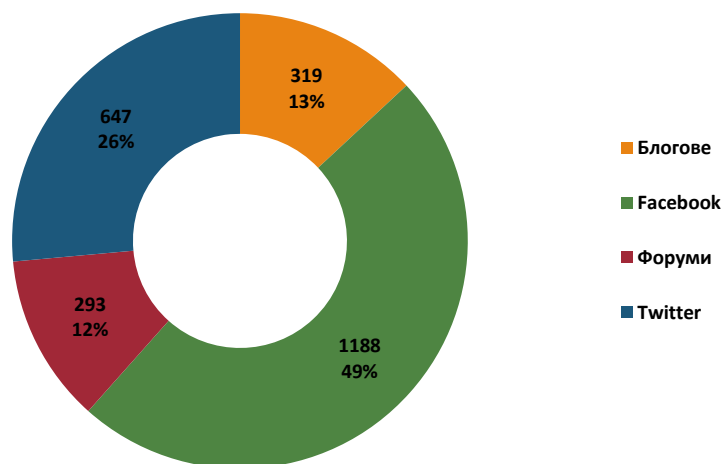
Най-активни онлайн медии



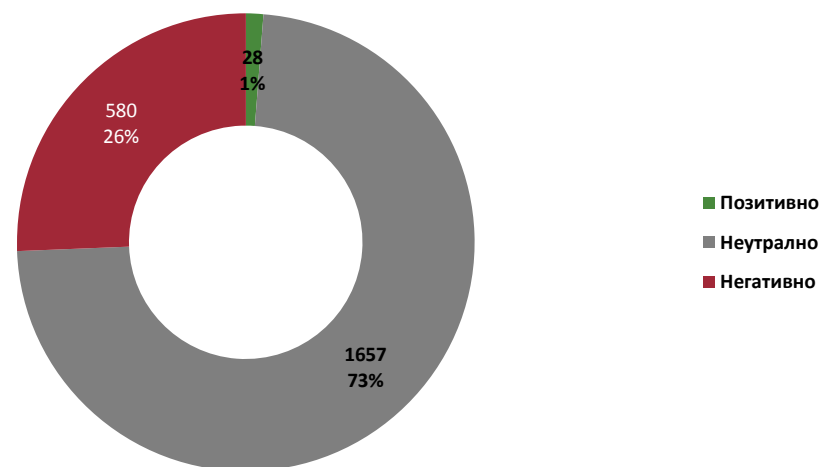
- При всички големи традиционни медии неутралният тон доминира, но негативните споменавания винаги са повече от позитивните. Най-активните онлайн издания през 2016 г. са alfarss.net, legalworld.bg, bulfax.com и bulbox.net. Те, заедно с ClubZ, са и най-често критични към ВСС и съдебната система.
- Специализираното издание legalworld.bg отразява почти всичко от сферата, като при негативните публикации акцентира върху "непоносимостта между членовете" и "постоянните свади" в институцията.
- ClubZ.bg и dnevnik.bg отразяват активно протестите срещу ВСС и поставят под съмнение действията му, обвинявайки го в negliжиране на проблемите на СРС. Почти винаги негативно са отразени и всички новини, свързани с "Яневагейт".

Социални медии

Разпределение на коментарите по социални канали



Обществена нагласа спрямо ВСС в социалните мрежи



- Facebook е най-активната социална медия през 2016 г. с 49% от общия обем на разговора, като болшинството от споменаванията в тази платформа са споделени статии от традиционни медии. Същото важи за Twitter, откъдето идват 26% от всички споменавания. Блоговете и форумите допринасят респективно 13% и 12% от общия разговор, като коментарите там дават по-добра представа за обществените нагласи.
- В социалните мрежи най-много са неутралните коментари (73%), основно заради големия дял на споделени статии в Twitter и Facebook. 26% от коментарите са негативни, като потребителите на форуми и коментиращите в Twitter имат особено голям принос за това. Положителните споменавания са само 1% от общия обем.
- Основна тема във форумите е „провалената“ съдебна реформа. Коментиращите във форума на segabg.com, например, смятат, че съдебна реформа няма, както и че липсва желание от страна на съдебната система да разследва корупцията и корупционните сделки. Корупцията и зависимостта от политически партии са сред големите теми, генериращи негативизъм у потребителите на социални медии.

Препоръки

- Съкращаване на времето за реакция при възникване на кризисна ситуация, чрез унифициране на процедурата при реакция и унифициране на стандартите между различните отдели в съдебната власт.
- Регистрация и поддръжка на официални профили и страници във социалните мрежи (Twitter, Facebook) с цел съкращаване времето за реакция при кризисни ситуации.
- Профилите в социалните мрежи могат да се ползват и за разпространение на полезна информация с цел повишаване осведомеността на широката публика по юридически въпроси.
- Поддръжката на подобен тип профили би спомогнала в управлението на негативните нагласи, които се забелязват главно в гореспоменатите социални мрежи.
- Забелязва се остра липса на трети лица, защитници на съдебната власт в социалните мрежи. Това може да бъде преодоляно чрез постоянна комуникация и разпространение на информация чрез официални профили в социалните мрежи.
- Препоръчва се насърчаване на взаимодействията между профилите и страниците в социалните мрежи на различните органи на съдебната власт с цел увеличаване на достигната аудитория.
- Преоръчително е оценката на представянето на профилите в социалните мрежи да бъде извършвано от независими експерти в областта.

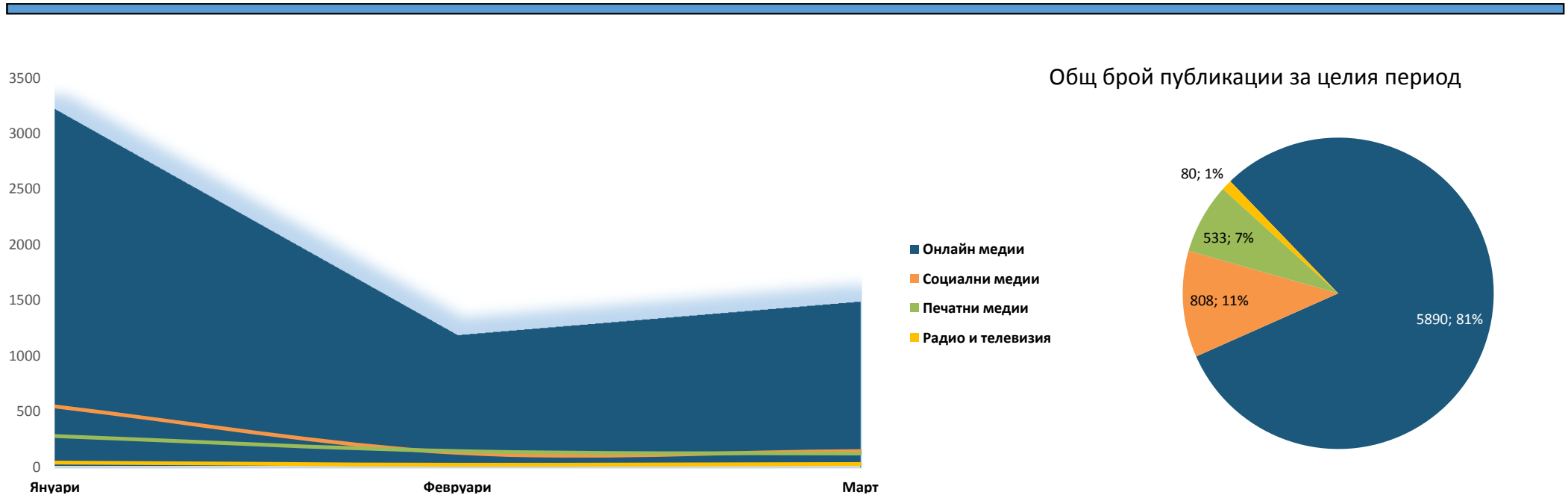
Препоръки

- Повишаване на медийната активност на юристи и експерти от областта на съдебната система не само в телевизионните медии, но и в онлайн изданията. Присъствието трябва да се случва не само чрез регулярни и ad hoc интервюта, но и под формата на кратки коментари по важни за обществото проблеми, които са на дневен ред. Особено полезно е изграждането на репутация на членовете на ВСС не само като такива, а като правни експерти, готови да помагат на обществото да разбере сложни юридически казуси.
- Коментарите в традиционните медии трябва да се предоставят не само от лимитиран брой членове на ВСС, а от по-широк и съгласуван от Съвета кръг.
- Идентифициране на ключови лица от съдебната система и унификация на техните медийни послания в традиционните и социални мрежи.
- Инвестиция в повече пиар усилия по метода на образователните инициативи, които ВСС представя в училищата. Медийният анализ показва, че тези събития отчитат силно присъствие в регионални издания, а биват игнорирани от много по-влиятелни национални медии. Поради тази причина е нужно засилване на връзките с ключови за Съвета журналисти, работещи в национални издания.
- Препоръчително е ВСС и институциите от съдебната власт трябва да инвестират повече средства и време в разработката на CSR кампании, които да подобрят позитивния тон в социалните и традиционни медии. Успехът на образователните инициативи доказва нуждата от продължаващи усилия в тази насока.

Висш съдебен съвет и съдебна система

*Медиен анализ
януари-март*

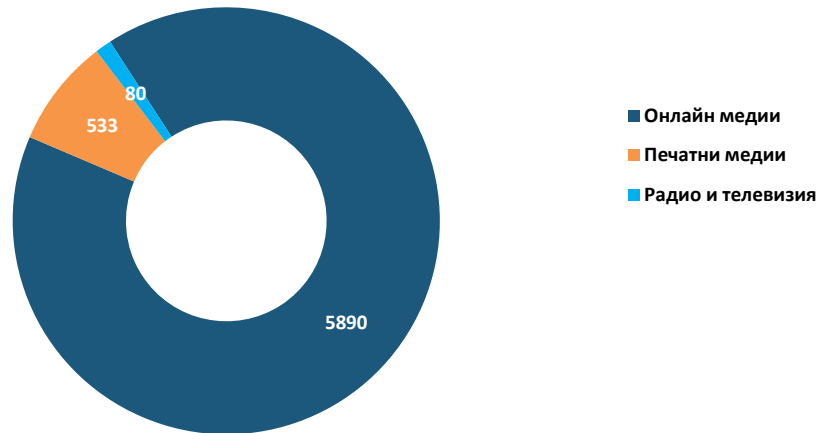
Брой релевантни публикации по месеци



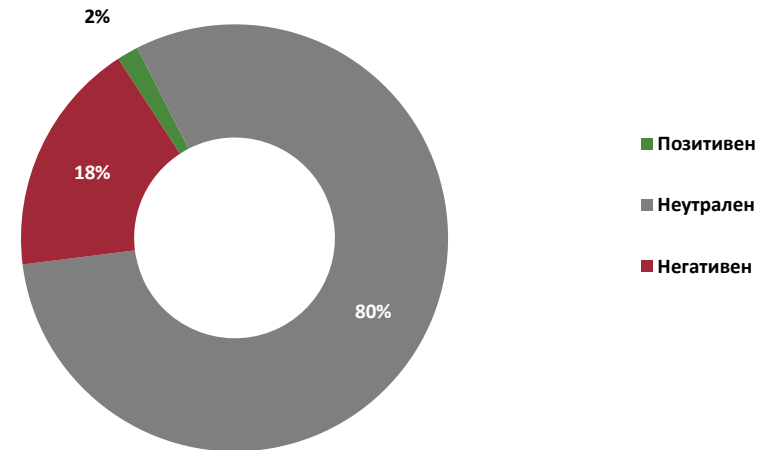
- През анализирания период онлайн медиите публикуват 5890 статии, докато социалните мрежи генерират 808 публикации. Печатните издания публикуват общо 533 статии, а споменаванията на ВСС и съдебната система в радиото и телевизията са общо 80.
- Пикът на интереса на традиционните новинарски медии е през месец януари, когато фокусът на разговора във всички канали е насочен към двете топ теми – докладът на Европейската комисия и натискът от страна на правителството за разпускане на ВСС. Докладът на ЕК продължава да бъде обсъждан до март месец, когато други теми го изместват.
- Традиционните медии се интересуват и от изказвания на министъра на правосъдието Екатерина Захариева, както и от съдебната реформа. Гласуването на промените в Закона за съдебната власт (ЗСВ) от парламента също влияе при общото медийно отразяване на съдебната система.
- През февруари отразяването рязко спада, като фокусът както на традиционните новинарски сайтове, така и на социалните мрежи е „SMSгейт“. През март съдържанието вече не е фокусирано върху две теми и разговорът се диверсифицира.

Разпределение на разговора в традиционните медии

Разпределение на разговора по традиционни канали



Тон на разговора в новинарските онлайн медии



•Онлайн новинарските медии са най-активни при отразяването на ВСС и играят основна роля при изграждането на имиджа на съдебната система. От друга страна печатните медии са публикували общо 7% от общия разговор по темата в традиционните медии (около 10% спрямо съдържанието в онлайн медиите). Паралелно, радиото и телевизията отразяват едва 1% от обема на печатните медийни издания.

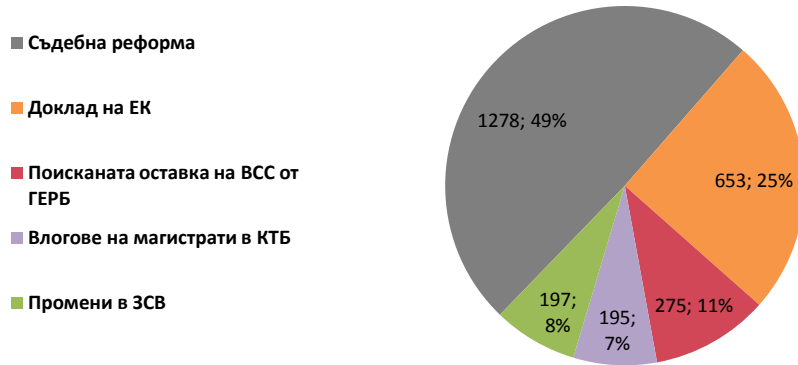
•Основната причина за неблагоприятния тон (18% от общия разговор) спрямо ВСС са критики към съдебната реформа и негативни оценки провокирани от доклада на ЕК. Друга негативна тема така нареченият „SMSрейт“ и произтичащите от него усложнения.

• Положителният тон е генериран от статии, свързани с отказа на ВСС да се саморазпусне под натиска на ГЕРБ и РБ, също така и от интервюта по темата дадени от Христо Иванов, в които той защитава позицията на ВСС.

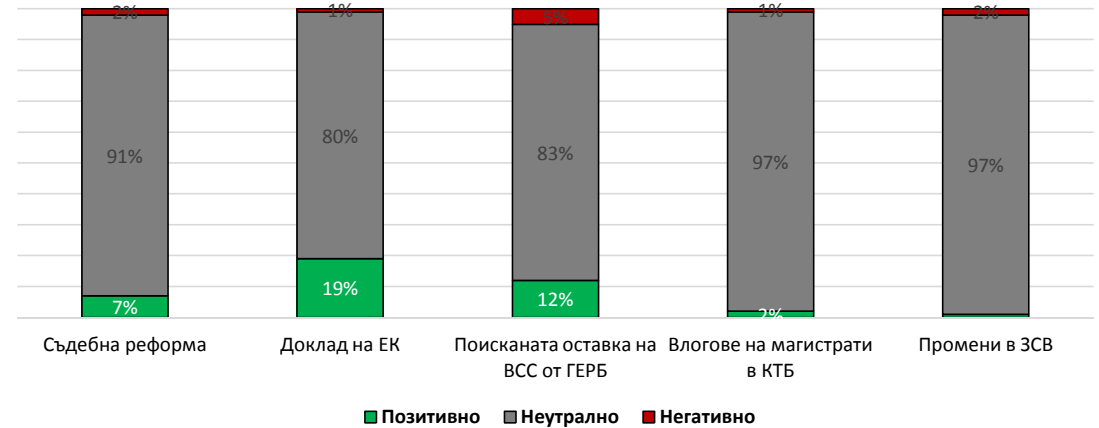
•80% от медиите запазват неутрален тон към съдебната система и ВСС. Те отразяват различни събития, свързани с ВСС, без да заемат конкретна позиция или страна по разглежданите въпроси.

Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Обем на разговора



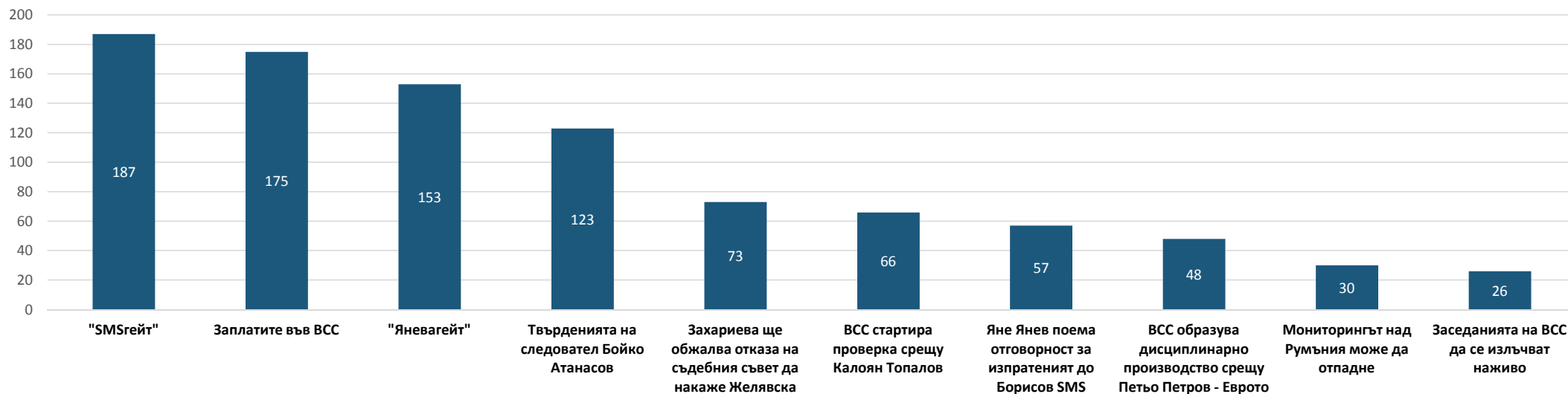
Отношение на медиите към водещите теми



- През разглеждания период новинарските онлайн медии успяват да генерират 91% от релевантния разговор за ВСС и съдебната система. Онлайн медиите продължават с фокуса върху съдебната реформа (гласуването на промените в ЗСВ и др.) и върху назначения на съдии, прокурори, както и уволнения и свързани събития.
- Съдебната реформа и доклада на ЕК са темите с най-поляризираны мнения както от страна на традиционните медии, така и от страна на социалните. 19% от отразяването на ЕК доклада е негативно, като хората изразяват позиция, това е поредният доклад, който доказва липсата на воля за реформа на съдебната власт. Публикациите идват от онлайн и печатните медии, не спестяват критики по отношение на липсата на прогрес отразена в доклада на ЕК. Въпреки това част от медиите омаловажават изводите от доклада, цитирайки само положителни части от него с което пренасочват фокуса на разговора към друга линия.
- Третата най-популярна тема се оказва поисканата оставка на ВСС от ГЕРБ и РБ . Дебатът се развива най-вече в традиционните медии, където са представени различни гледни точки на прокурорите, съдиите и следователите, както и на главните политически фигури.
- Значително отразяване получава решението на да разследва магистратите, декларирали влогове в КТБ. Промените в ЗСВ също са широко отразени в онлайн пространството.

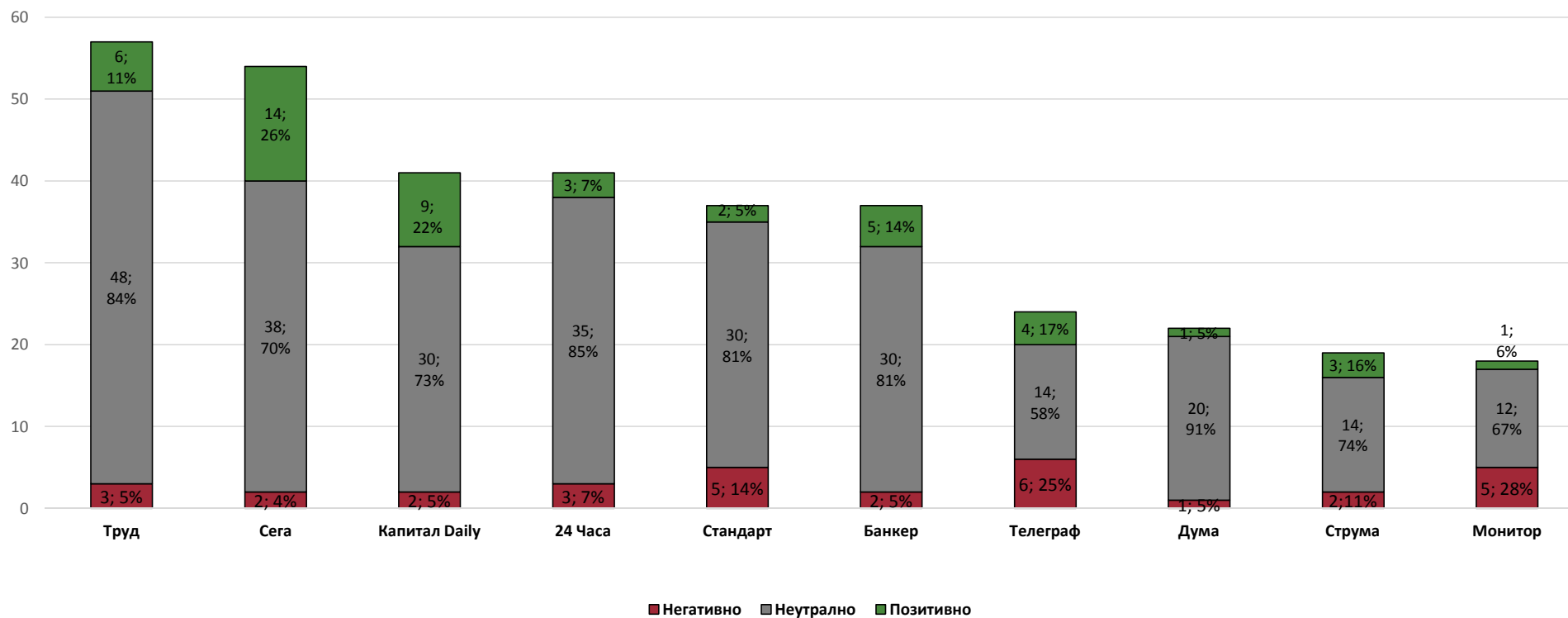
Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Акцентите през разглеждания период



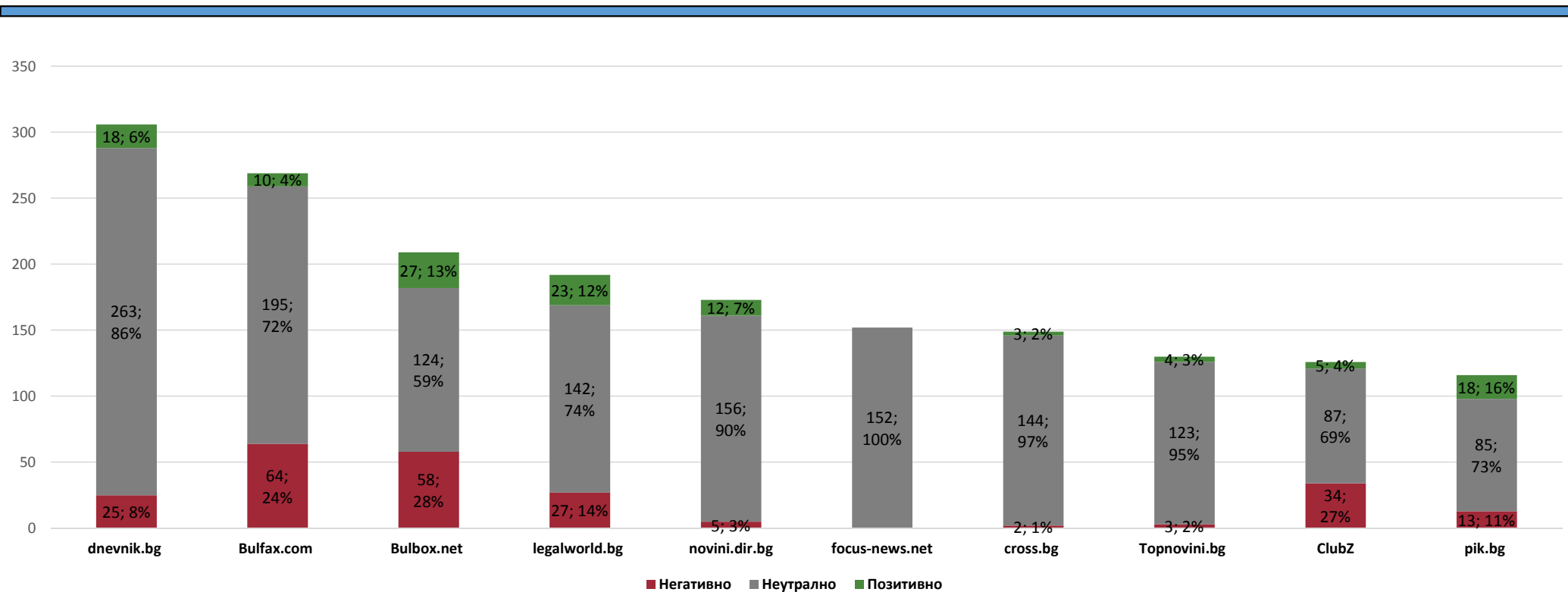
- „SMSгейт“ генерира най-много коментари и новинарски публикации през анализирания период. В рамките на продължаващото събитие се дискутират сигналите срещу магистрати (нуждата от ЕГН при подаване на такъв), идеята за създаване на специален съд, който да гледа делата срещу хората на властта, както и отказа на магистратите от Върховния касационен съд да изразят мнение за измененията в закона.
- По-скоро негативно влияят изказванията на Екатерина Захариева, че ВСС трябва да спре да генерира скандали, както и това, че с ВСС са в „студен мир“, а не „студена война“.
- Твърденията на следовател Бойко Атанасов за „шпиц команди под заповедите на Сотир Цацаров“ получават отразяване в 123 материала за тримесечния период на анализ.
- Друг акцент в медийните публикации са новините за стартиралата проверка срещу Калоян Топалов във връзка със самоубийството на съдия Цветан Ценов.
- Впечатление прави и продължаващият медиен интерес към темата „Яневагейт“. Цялата генерира 153 статии.
- Идеята за пряко излъчване на заседанията на ВСС и предложенията мониторинга над Румъния да отпадне също предизвикват интерес, макар и с малко на брой статии.

Най-активни печатни медии



- При всички печатни издания доминира неутралният тон. Неодобрителните публикации са изравнени с позитивните, като тази тенденция важи за всички медии.
- Най-активното печатно издание, което отразява почти всички важни теми от сектора е „Труд“. Медията отразява почти всички разглеждани събития, като акцентира върху кадровите решения на ВСС. Негативно са отразени изводите от доклада на Европейската комисия както и скандала „SMSрейт“.
- Вестниците „Сега“ и „Стандарт“ най-често критикуват съдебната реформа и назначенията на ВСС. От друга страна при „Капитал Daily“ и „Дума“ се запазва неутралният тон към ВСС, като най-често се отразява натиска за оставка от страна на правителството.
- „Дума“ е вестникът с най-умерено отразяване на иначе поляризиращи обществото теми, като твърденията на следовател Бойко Атанасов.

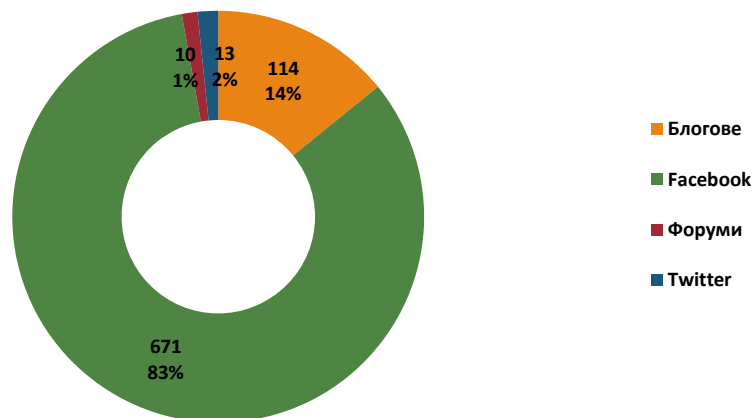
Най-активни онлайн медии



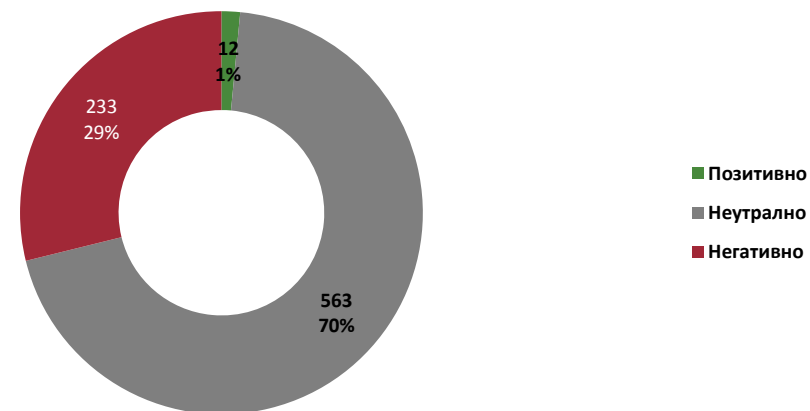
- По-голямата част от най-активните новинарски издания запазват неутралния тон спрямо ВСС. Най-критични са bulbox.net, bulfax.com, ClubZ и legalworld.bg. Най-често те критикуват ВСС във връзка с доклада на ЕК, както и скандалите „Яневагейт“ и „SMSгейт“.
- Позитивните настроения са малко и представляват препубликуване на изказвания в защита на ВСС като това на Христо Иванов.
- Най-активната онлайн медия е dnevnik.bg. Изданието публикува почти всяка тема, свързана със съдебната реформа и съдебната система като цяло. Въпреки това доминира неутралният тон към ВСС (86% от съдържанието).

Социални медии

Разпределение на коментарите по социални канали



Обществена нагласа спрямо ВСС в социалните мрежи

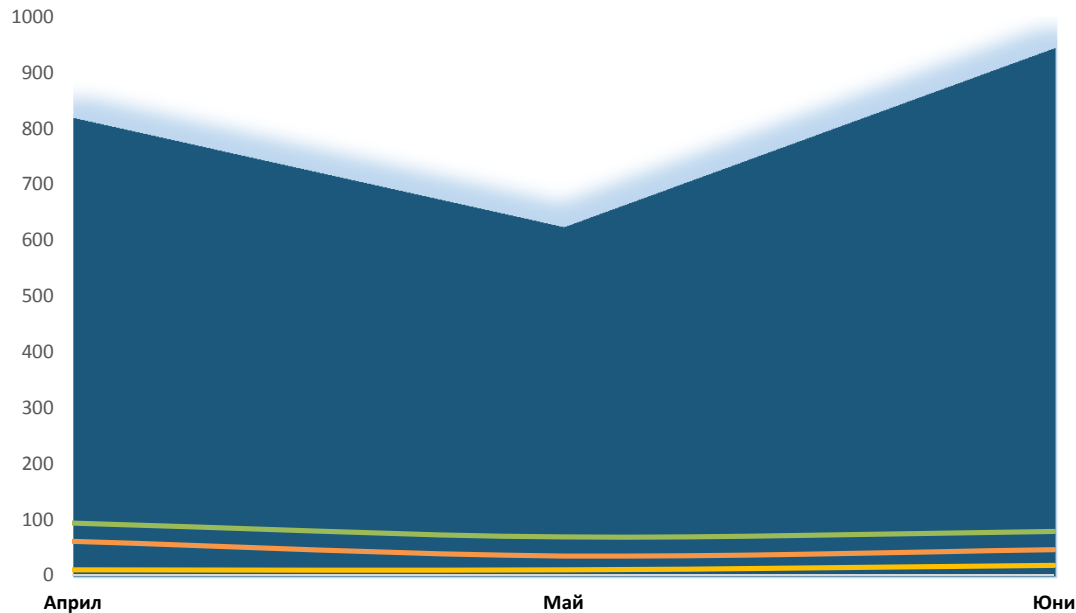


- Съдържанието в социалните медии се дели на две основни групи: споделени новини и потребителски коментари. Докато споделените статии по-често са с неутрален тон, потребителските коментари в голямата си част са негативни или позитивни.
- Facebook и Twitter са социалните мрежи, където най-много се обсъжда съдебната система и ВСС. Facebook доминира по негативен тон, като най-обсъжданата тема е доклада на ЕК. Във всички канали тонът е предимно неутрален, като провокиралите негативно отношение теми са съдебната реформа и скандалите „SMSгейт“ и „Яневагейт“.
- Основна тема за потребителите във форумните дискусии е „провалената“, според тях, съдебна реформа. Коментиращите във форума на investor.bg, например, смятат, че съдебна реформа няма, както и че липсва желание от страна на съдебната система да разследва корупцията и корупционните сделки, което от своя страна оказва негативен ефект на бизнес средата в страната.
- Най-активно ВСС е представена в блога „Съдебни репортажи“. Той представя задълбочен поглед и обширни репортажи на проблемите на предложенията, част от съдебната реформа, както и за назначенията в съдебната система.

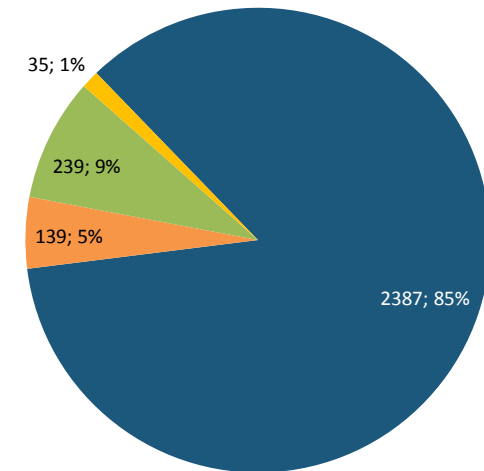
Висш съдебен съвет и съдебна система

*Медиен анализ
април-юни*

Брой релевантни публикации по месеци



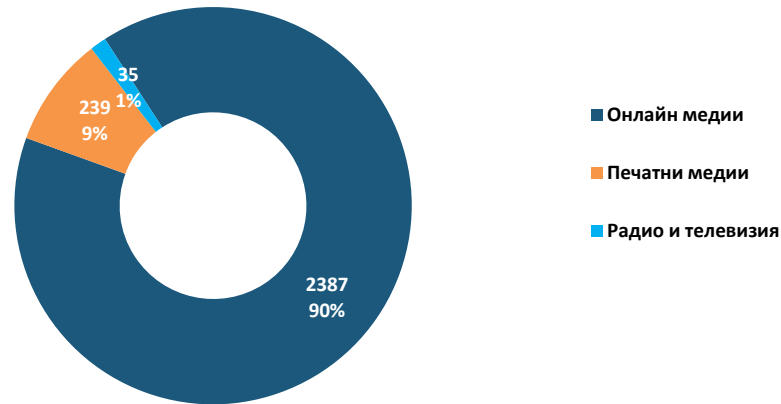
Общ брой публикации за целия период



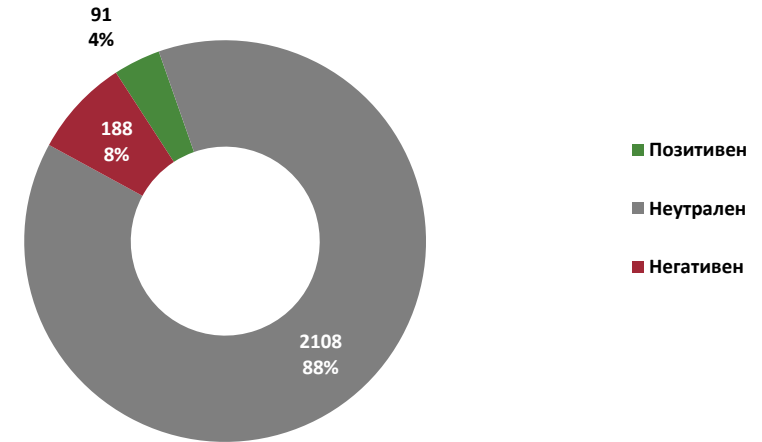
- Както в други периоди, най-големият процент медийно отразяване идва от онлайн медиите – общо 2387 статии. На второ място са печатните медии с 239 статии, следвани от социалните медии с 139 публикации и радио/телевизия с 35 споменавания.
- Второто тримесечие на 2016 е най-спокойният откъм новини анализиран период, като най-много споменавания има през юни. Тогава активно се разискват промените в Закона за съдебната власт и възраженията на ВСС срещу законопроекта на министъра на правосъдието Екатерина Захариева. Други важни теми са изборът на председател на Софийския апелативен съд, както и редица други назначения в областни градове.
- През м. април най-голямата новина е разделянето на ВСС на две колегии – съдийска и прокурорска, като медиите активно отразяват коментарите на различни ключови личности по въпроса. Увеличението в заплатите на ВСС също генерира значителен брой публикации.
- Най-малко са споменаванията през май, когато най-голямата тема отново са предложените от министерството на правосъдието последни поправки в съдебния закон.

Разпределение на разговора в традиционните медии

Разпределение на разговора по традиционни канали



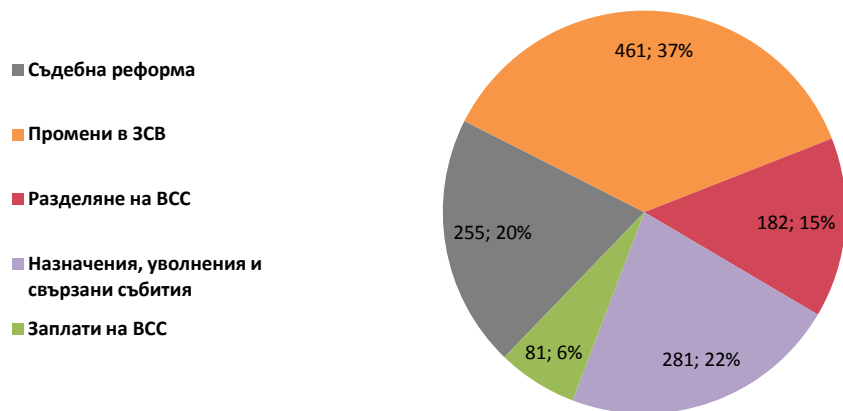
Тон на разговора в новинарските онлайн медии



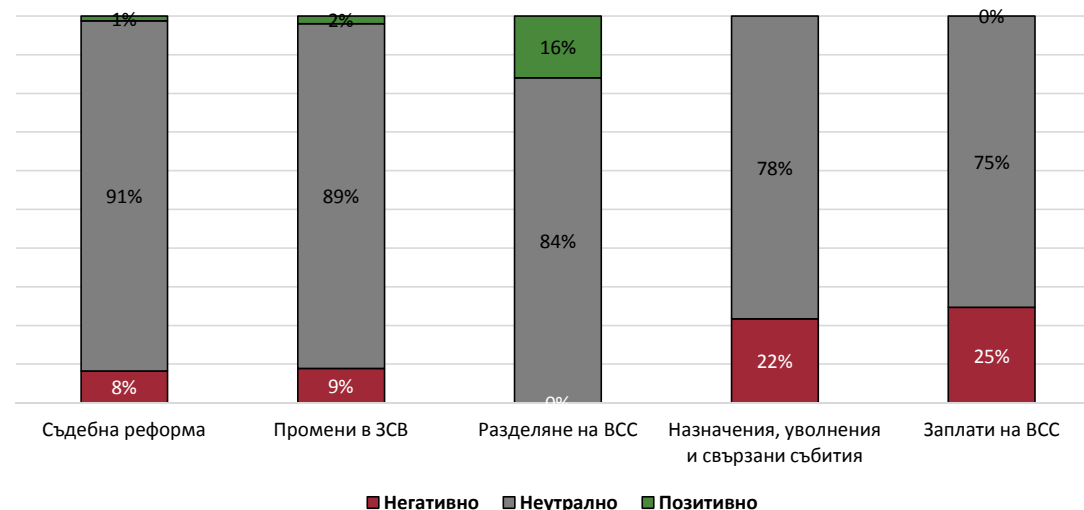
- Цели 2387 статии, или 90% от цялостното отразяване по темата в традиционни канали, идват от онлайн медиите, които остават най-активният източник на споменавания. Дялът на печатните медии и радиото/телевизията в общия обем на разговора е значително по-малък – респективно 9% и 1%.
- Негативни са 8% от споменаванията, основно заради разногласията между ВСС и Министерството на правосъдието относно промените в Закона за съдебната власт, увеличението в заплатите на ВСС и по-малки новини като забавянето в избора на ръководители на съдилища в областни градове.
- Положителното отразяване е два пъти по-малко от негативното – само 4%, като най-много положителни коментари получава разделянето на ВСС на съдийска и прокурорска колегия, което според министъра на правосъдието Екатерина Захариева е протекло гладко.
- Болшинството от статиите в онлайн медиите (88%) са неутрални, като повечето водещи новини се отразяват безпристрастно.

Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Обем на разговора



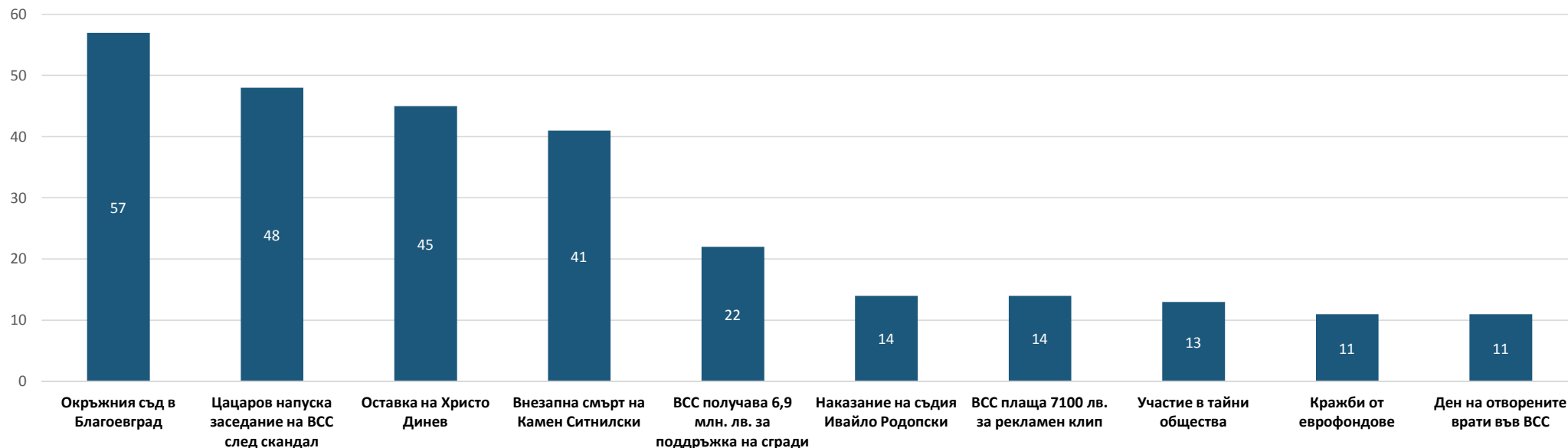
Отношение на медиите към водещите теми



- Най-разискваните теми през разглеждания период са промените в Закона за съдебната власт (461 споменавания), съдебната реформа (255 споменавания) и разделянето на ВСС на две колегии (182 споменавания).
- Най-много негативни споменавания има по темата за увеличените заплати на членовете на Висшия съдебен съвет, като редица медии ги сравняват със заплатата на премиера. Според правосъдния министър Екатерина Захариева увеличението е „помрачило хубавите неща в Закона за съдебната власт.
- Голям процент от статиите, свързани с назначения и уволнения, също е негативен – основно заради забавяния в назначения на ключови позиции.
- Най-много положителни споменавания има по темата за разделянето на ВСС на две колегии, която получава положителни коментари както от правосъдния министър, така и от членове на ВСС.

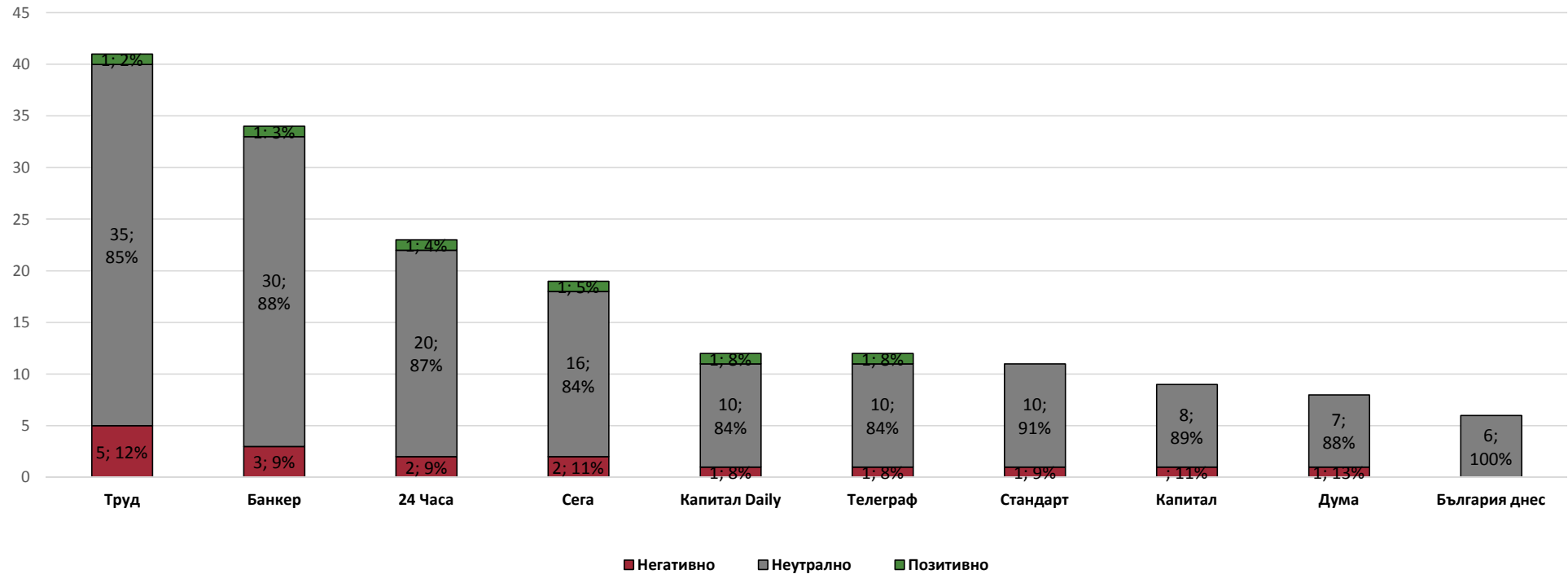
Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Акцентите през разглеждания период



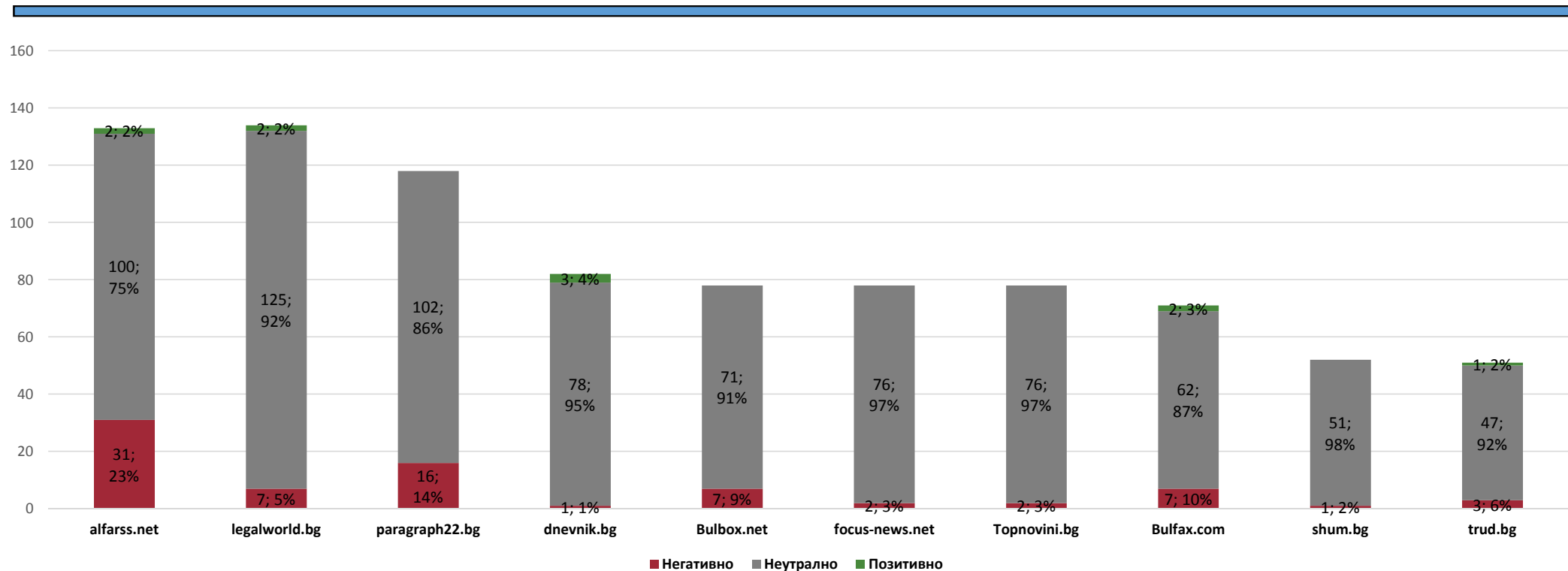
- Окръжният съд в Благоевград присъстваше в медиите през целия разглеждан период, като една от основните теми беше свързана с адвокатските протести за спешно приемане на промените в закона за адвокатурата. Друга голяма тема беше отказът на ВСС да сформира временна комисия, която да извърши проверка в Окръжния и Районния съд в Благоевград във връзка със смущаващи факти в двете процедури по избор на председател на Окръжния съд в града.
- Широко медийно покритие получи и скандалът между главния прокурор Сотир Цацаров и Соня Найденова по време на заседание на ВСС. Според онлайн медиите цацаров напуснал заседанието, като затръшнал вратата след себе си. Повод за разногласието са поисканите от Цацаров спешни мерки за съдилищата и прокуратурите в граничните на Гърция и Турция населени места заради миграционния натиск.
- Оставката на Христо Динев като градски прокурор на София заради неразбирателство с ръководството на прокуратурата беше основната новина в края на май и началото на юни, докато внезапната смърт на бившия зам.-главен прокурор Камен Ситнилски генерира пик в медийното отразяване в края на април.

Най-активни печатни медии



- При всички печатни издания основен е неутралният тон, като негативните статии винаги са повече от позитивните.
- Най-активен през разглеждания период е вестник Труд, като основните теми там са свързани с назначения и уволнения. По-малко внимание се обръща на съдебната реформа и промените в Закона за съдебната власт. Негативните споменавания в изданието са 12% заради няколко особено критични анализа, които обвиняват системата в зависимост и корупция.
- Вестник „Банкер“ е втори по брой на релевантните споменавания, като там промените в съдебния закон са основна тема, за която се пише активно през целия анализиран период.
- На трето място е 24 часа, където основни теми са разделянето на ВСС на две колегии и възраженията на Съвета срещу поправките в съдебния закон.

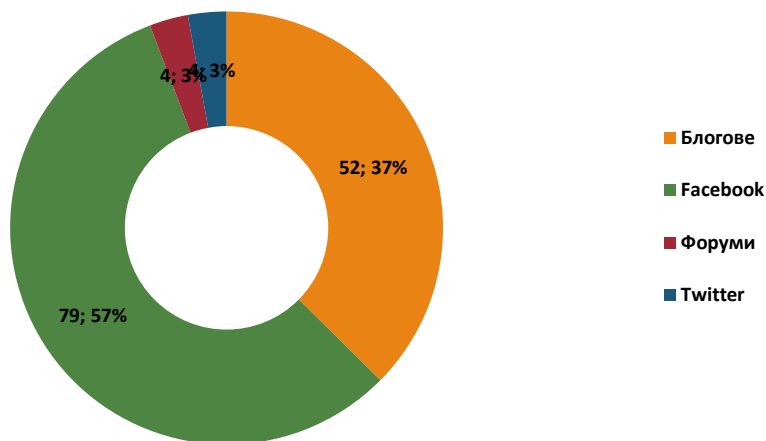
Най-активни онлайн медии



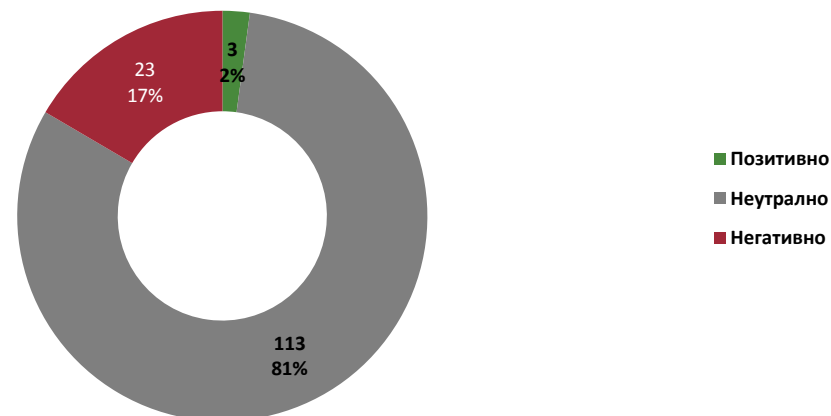
- Неутралният тон на отразяване преобладава и при традиционните онлайн медии, но при тях процентът негативни споменавания е значително по-висок, отколкото при печатните издания. Най-негативни са Alfarss, Paragraph 22, Bulbox и Bulfax, като при първата медия процентът негативни споменавания е 23%
- Позитивните споменавания при водещите медии са малко и са свързани най-вече с успешното разделяне на ВСС на две колегии.
- Негативните споменавания са свързани с най-различни теми (промените в съдебния закон, забавяния в назначения, увеличението на заплатите), като голяма част идват от аналитични статии, чиито автори обвиняват ВСС в корупция и зависимост.

Социални медии

Разпределение на коментарите по социални канали



Обществена нагласа спрямо ВСС в социалните мрежи

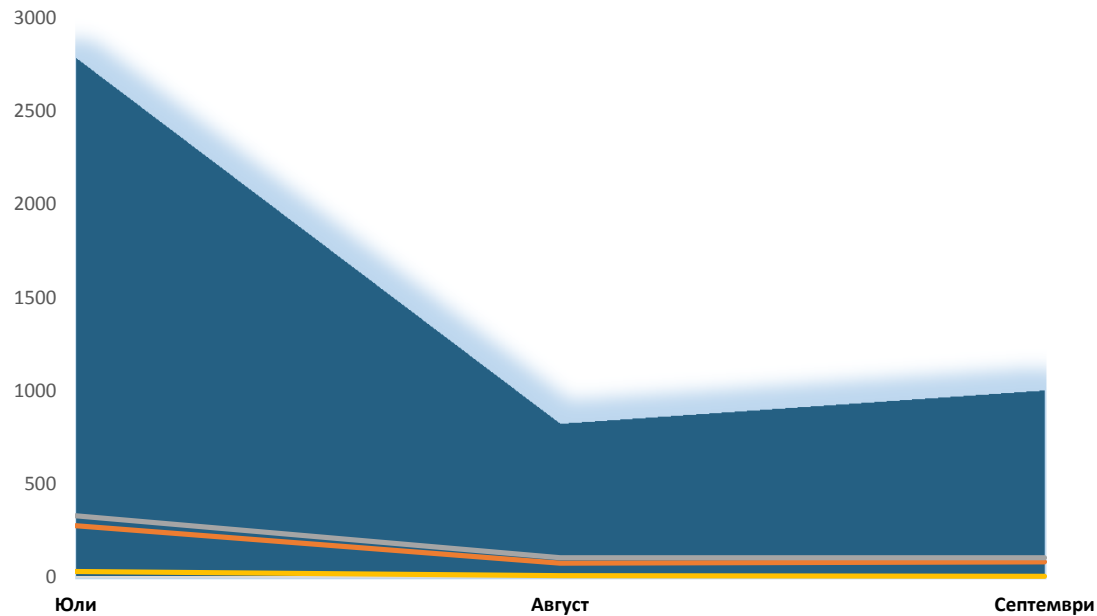


- Броят на коментарите в социалните медии през второто тримесечие на 2016 е сравнително малък, като най-голям брой споменавания (57%) идват от социалната мрежа Facebook и представляват споделени статии от традиционни онлайн медии. Блоговете са на второ място с 37% от общото съдържание, следвани от форумите и Twitter, които имат по 3%.
- Болшинството релевантни споменавания през разглеждания период са просто споделени статии, поради което тематиката следва тази на традиционните медии. Основни теми са промените в съдебния закон, съдебната реформа и различни скандали, свързани с назначения на важни посточе.
- Лично мнение изразяват предимно потребителите на форуми, като споменаванията през анализирания тримесечие са твърде оскъдни за тематичен анализ. Коментарите са основно негативни.

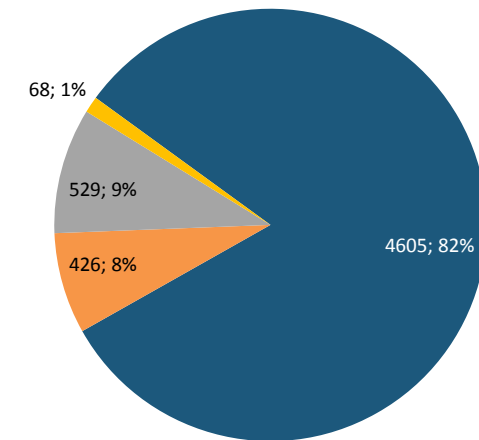
Висш съдебен съвет и съдебна система

*Медиен анализ
юли-септември*

Брой релевантни публикации по месеци



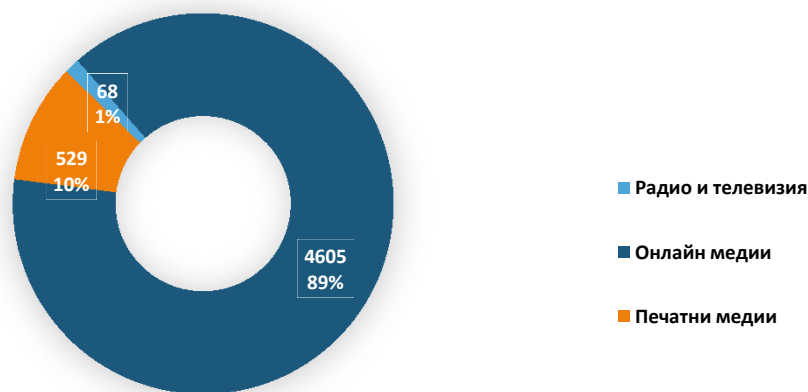
Общ брой публикации за целия период



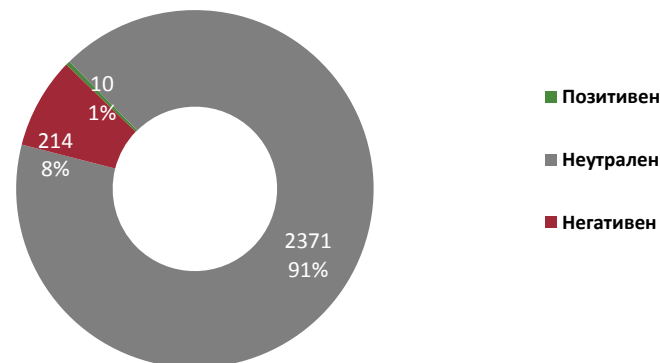
- През анализирания период онлайн медиите публикуват 4605 статии, докато социалните мрежи генерират 426 публикации. Печатните издания публикуват общо 529 статии, а споменаванията на ВСС и съдебната система в радиото и телевизията са общо 68.
- Пикът на интереса на традиционните новинарски медии е през юли месец, когато се случват различни събития като дискусиите за съдебните сгради без охрана, изказванията на премиера Бойко Борисов, свързани с доклада на евроекспертите за прокуратурата, както и развръзката на скандала „Яневагейт“. Месец юли е най-активен, защото тогава се гласуват и увеличението на заплатите на магистратите, както и наказанието на Владимир Янева от страна на ВСС, който предизвиква най-голям отзвук.
- Традиционните медии се интересуват и от изказвания на министъра на правосъдието Екатерина Захариева, както и от съдебната реформа. Гласуването на промените в Закона за съдебната власт (ЗСВ) от парламента също влияе при общото медийно отразяване на съдебната система.
- През август отразяването рязко спада, защото редица институции излизат в почивка. През септември медийното отразяване отново се увеличава, провокирано от новини като тази, че България губи позиции в класация за свобода заради съдебната система, както и споровете около това къде трябва да се гледат делата за корупция.

Разпределение на разговора в традиционните медии

Разпределение на разговора по традиционни канали



Тон на разговора в новинарските онлайн медии



•Онлайн новинарските медии са най-активни при отразяването на ВСС и играят основна роля при изграждането на имиджа на съдебната система. От друга страна печатните медии са публикували общо 10% от общия разговор по темата в традиционните медии (около 12% спрямо съдържанието в онлайн медиите). Паралелно, радиото и телевизията отразяват само 12% от обема на печатните медийни издания.

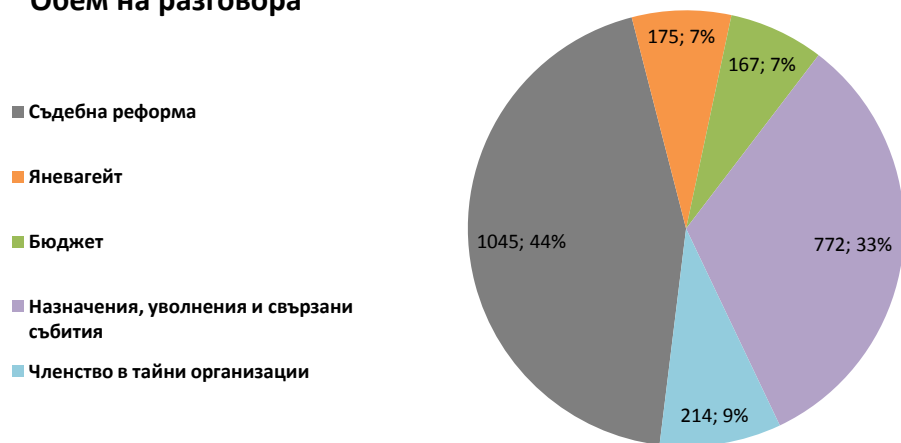
•Основната причина за неблагоприятния тон (8% от общия разговор) спрямо ВСС са изказванията на Лозан Панов, който смята, че Владимир Янева трябва да бъде уволнена, а не понижена. Друга негативна тема е становището на Инспектората на ВСС, според което пешеходците нямат абсолютно право да пресичат на пешеходна пътека.

• Положителният тон е генериран от статии, свързани с атаките срещу бившия френски посланик Ксавие Лапер дьо Кабан, където ВСС е представен като жертва на обстоятелствата. Положителните изказвания за ВСС на председателя на Българската съдийска асоциация Богдана Желявска също допринасят за благоприятния тон.

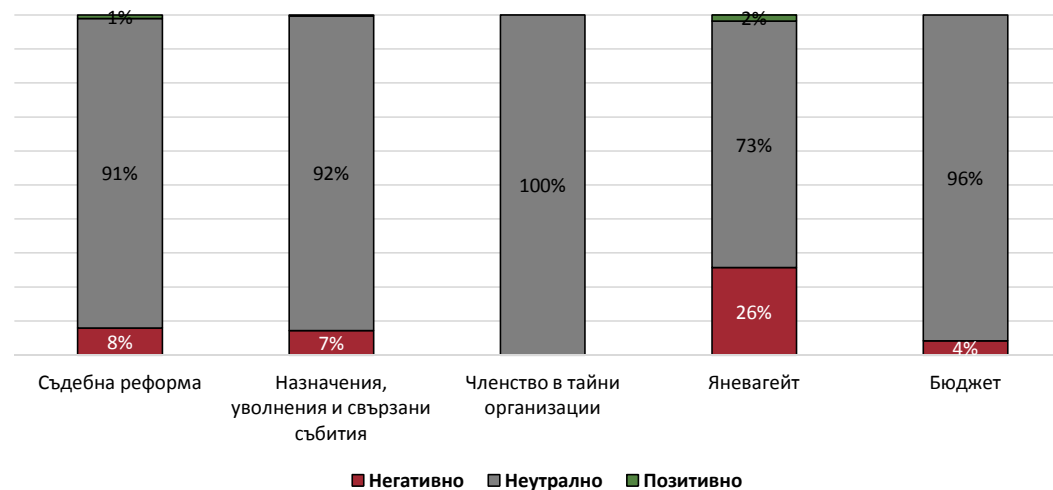
•91% от медиите запазват неутрален тон към съдебната система и ВСС. Те отразяват различни събития, свързани с ВСС, без да заемат конкретна позиция или страна по разглежданите въпроси.

Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Обем на разговора



Отношение на медиите към водещите теми



• През разглеждания период новинарските онлайн медии успяват да генерират 92% от релевантния разговор за ВСС и съдебната система. Онлайн медиите продължават с фокуса върху съдебната реформа (гласуването на промените в ЗСВ и др.) и върху назначения на съдии, прокурори, както и уволнения и свързани събития.

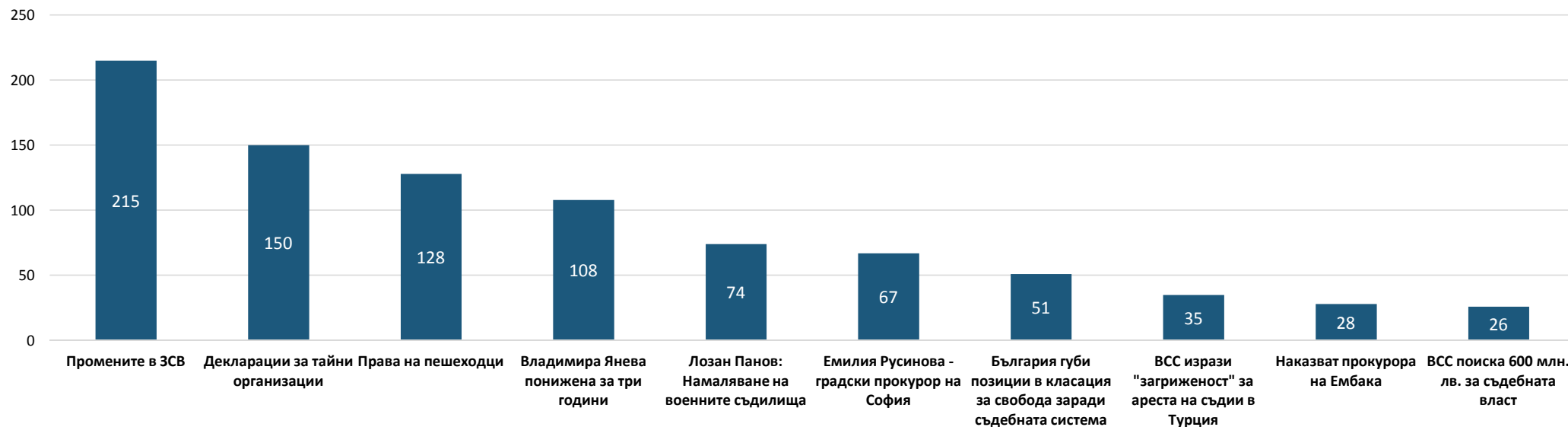
• Съдебната реформа и скандала „Яневагейт“ са темите с най-поляризираны мнения както от страна на традиционните медии, така и от страна на социалните. 26% от отразяването на скандала „Яневагейт“ е негативно, като хората изразяват позиция, че понижението на Янева не е достатъчна мярка спрямо нея. 2% от отразяването на „Яневагейт“ е позитивно. Публикациите идват от онлайн и печатните медии, които одобряват решението на Янева да коментира публично „гнилите ябълки“, разкрити от френския посланик Ксавие Лапер дьо Кабан. Въпреки това част от медиите омаловажават скандала и насочват критиките си към френския посланик, с което пренасочват фокуса на разговора към друга линия.

• Третата най-популярна тема се оказва предложението магистратите да декларират членство в тайни организации. Дебатът се развива най-вече в традиционните медии, където са представени различни гледни точки на прокурорите, съдиите и следователите.

• Значително отразяване получава призивът на Съюза на съдиите, Българската съдийска асоциация и Асоциацията на прокурорите в България към народните представители да не приемат при второто гласуване предложението, одобрено от правната комисия на НС.

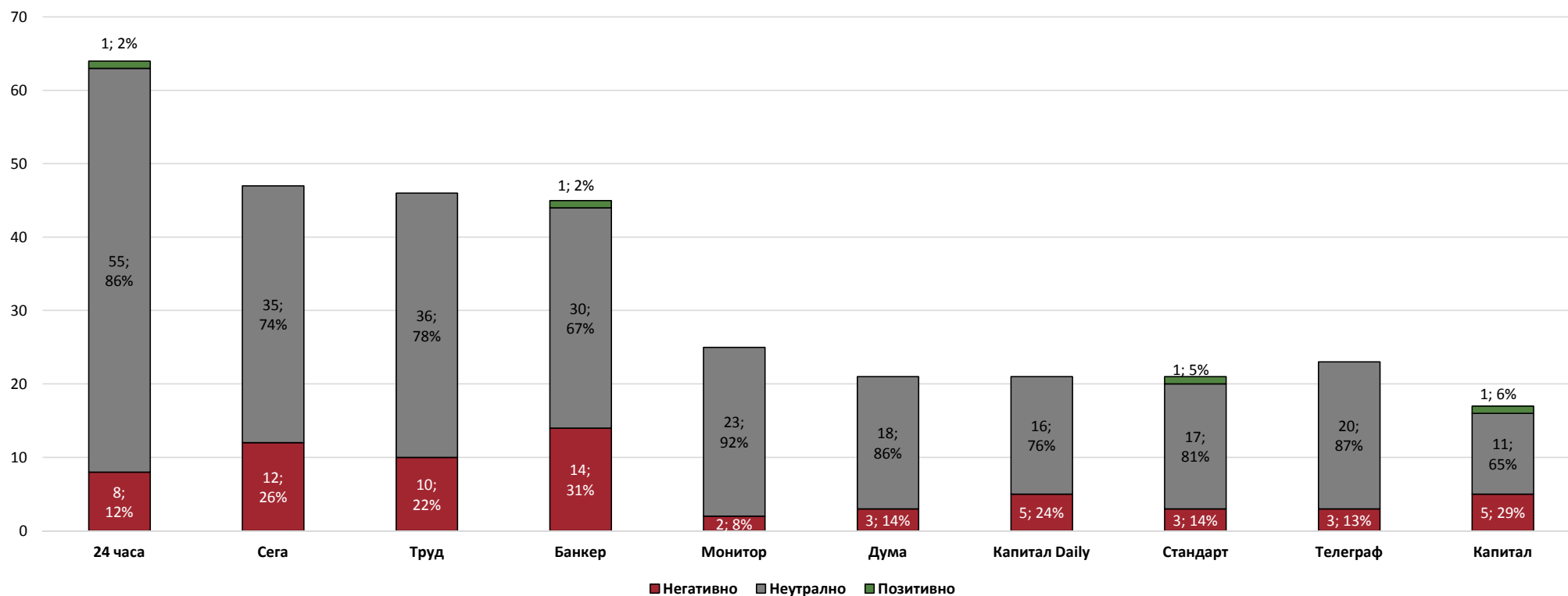
Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Акцентите през разглеждания период



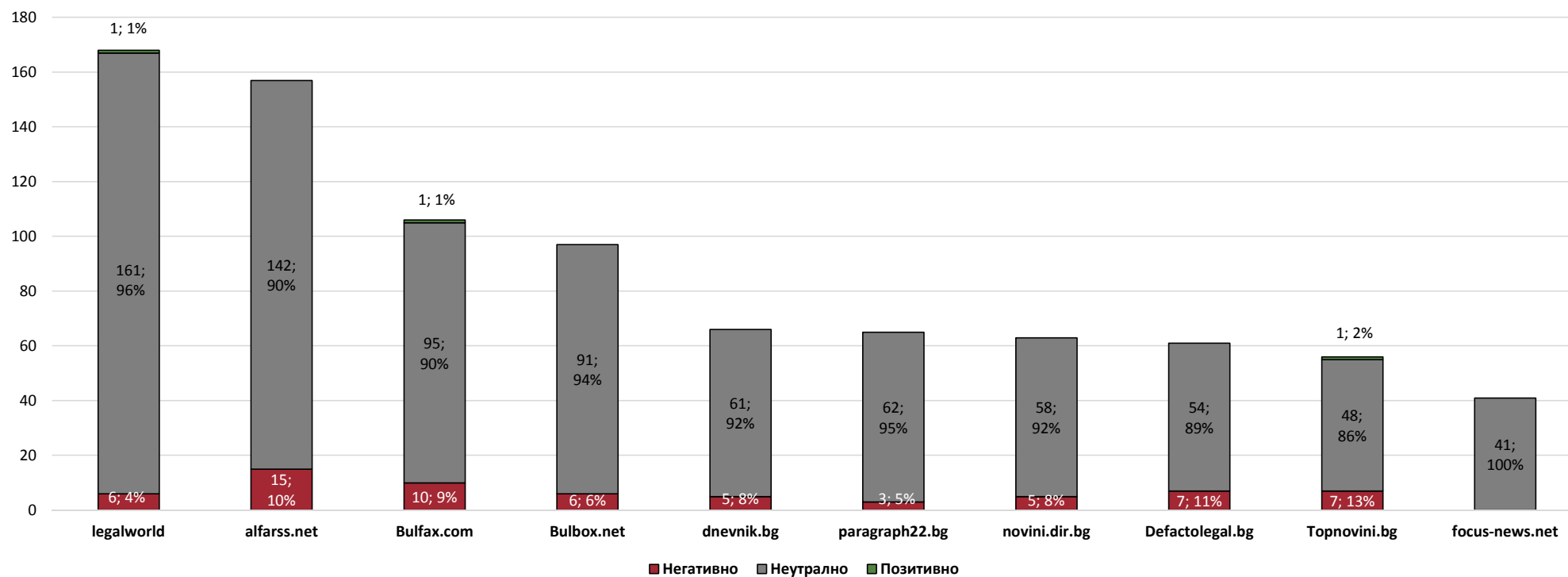
- Промените в Закона за съдебната власт генерират най-много коментари и новинарски публикации през анализирания период. В рамките на продължаващото събитие се дискутират сигналите срещу магистрати (нуждата от ЕГН при подаване на такъв), идеята за създаване на специален съд, който да гледа делата срещу хората на властта, както и отказа на магистратите от Върховния касационен съд да изразят мнение за измененията в закона.
- По-скоро негативно влияят изказванията на Екатерина Захариева, че ВСС трябва да спре да генерира скандали, както и това, че с ВСС са в „студен мир“, а не „студена война“.
- Предложенията за декларации за участие в тайни масонски организации получават отразяване в 150 материала за тримесечния период на анализ. Тези предложения са подкрепени и от хората в социалните мрежи, които казват, че това е „стъпка в правилната посока“.
- Друг акцент в медийните публикации са правата на пешеходците, които са обявени за „неабсолютни“ от ВСС и по-късно потвърдени от становище на Висшия адвокатски съвет. Те генерират голяма част от негативните настроения срещу ВСС.
- Впечатление прави и продължаващият медиен интерес към темата „Яневагейт“. Цялата тема отговаря за 648 статии, като 108 от тях са за решението на ВСС да понижи Янева.
- От назначенията най-голям интерес предизвикват тези на Емилия Русинова (градски прокурор на София), Иван Гешев (спецпрокуратурата), Незабравка Стоева и др.

Най-активни печатни медии



- При всички печатни издания доминира неутралният тон. Неодобрителните публикации са значително повече от позитивните, като тази тенденция важи за всички медии.
- Най-активното печатно издание, което отразява почти всички важни теми от сектора е „24 часа“. Медията отразява почти всички разглеждани събития, като акцентира върху кадровите решения на ВСС. Негативно са отразени изказванията за правата на пешеходците и решението за прокурора Георги Качорев по делото срещу Емил Първанов (познат като „Ембака“).
- Вестниците „Сега“ и „Труд“ най-често критикуват съдебната реформа и назначенията на ВСС. От друга страна при „Монитор“ и „Дума“ се запазва неутралният тон към ВСС, като най-често се отразяват кадровите промени в системата.
- „Капитал Daily“ не публикува нито една позитивна новина спрямо ВСС. И при „Капитал“, и при „Капитал Daily“ основно се разглеждат предложените промени в ЗВС и цялостната съдебна реформа. Заглавия като „ВСС замече гнилите ябълки под килима“ допълнително допринасят за негативното отношение спрямо ВСС.

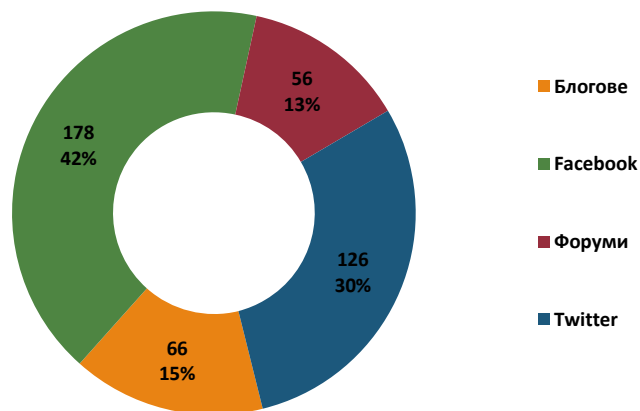
Най-активни онлайн медии



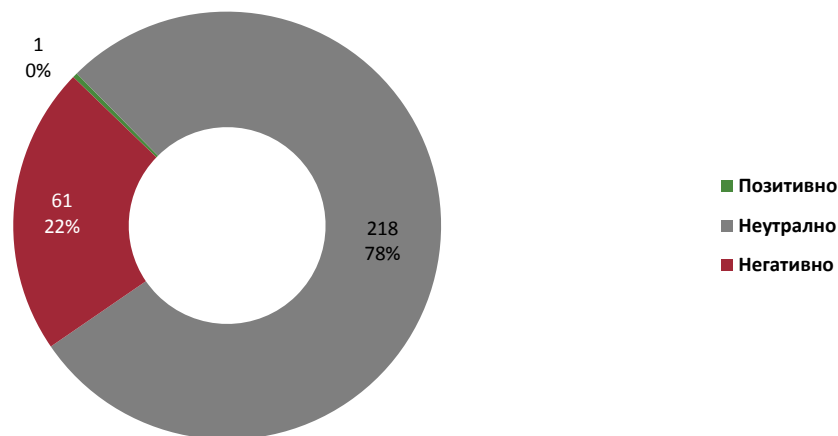
- По-голямата част от най-активните новинарски издания запазват неутралния тон спрямо ВСС. Най-критични са alfarss.net, bulfax.com, topnovini.bg и dnevnik.bg. Най-често те критикуват ВСС за решенията, които взима като това, свързано с правата на пешеходците, понижението на Владимира Янева (критикувано от Лозан Панов) и несъстоялата се, според тях, съдебна реформа.
- Позитивните настроения са малко и представляват препубликуване на изказвания в защита на ВСС като това на Богдана Желявска.
- Най-активната онлайн медия е специализираният правен сайт legalworld. Изданието публикува почти всяка тема, свързана със съдебната реформа и съдебната система като цяло. Въпреки това доминира неутралният тон към ВСС (96% от съдържанието).

Социални медии

Разпределение на коментарите по социални канали



Обществена нагласа спрямо ВСС в социалните мрежи

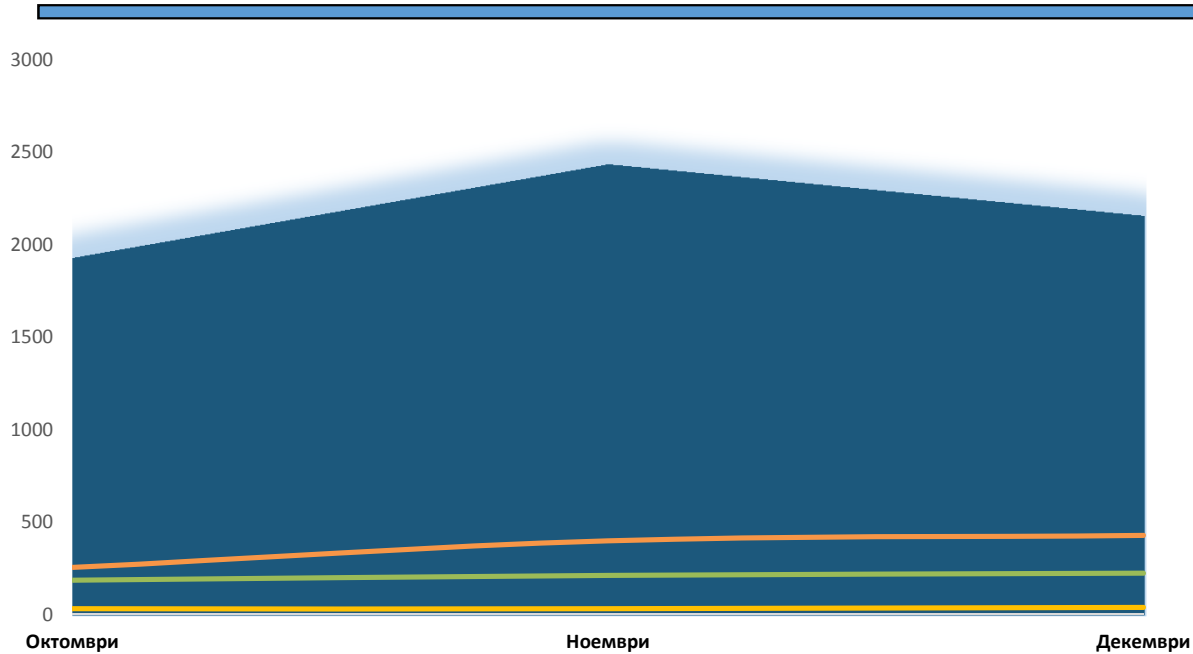


- Съдържанието в социалните медии се дели на две основни групи: споделени новини и потребителски коментари. Докато споделените статии по-често са с неутрален тон, потребителските коментари в голямата си част са негативни или позитивни.
- Facebook и Twitter са социалните мрежи, където най-много се обсъжда съдебната система и ВСС. Twitter доминира по негативен тон, като най-споделяният твит е на потребителя @mindphree, който публикува скрийншот от сайта на ВСС, където пише, че той има детска версия. Обжалването на решението на съдийската колегия на ВСС да накаже Владимира Янева само с „понижаване в ранг за срок от три години години“ получава негативен отзвук във Facebook.
- Основна тема за потребителите във форумните дискусии е „провалената“, според тях, съдебна реформа. Коментиращите във форума на segabg.com, например, смятат, че съдебна реформа няма, както и че липсва желание от страна на съдебната система да разследва корупцията и корупционните сделки.
- Най-активно ВСС е представена в блогите „Съдебни репортажи“ и „Гласът на младите хора“. Те представят задълбочен поглед и обширни репортажи на проблемите на предложенията, част от съдебната реформа, както и за назначенията в съдебната система.

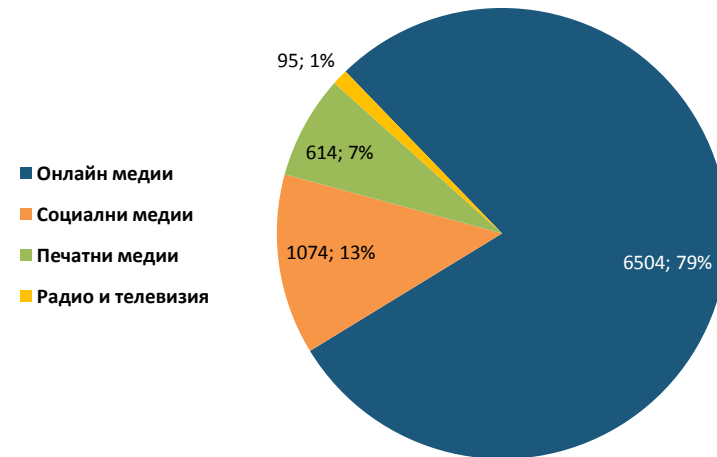
Висш съдебен съвет и съдебна система

*Медиен анализ
октомври-декември*

Брой релевантни публикации по месеци



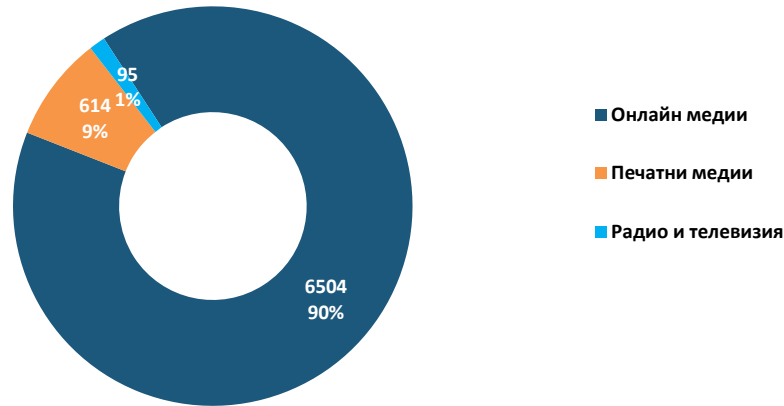
Общ брой публикации за целия период



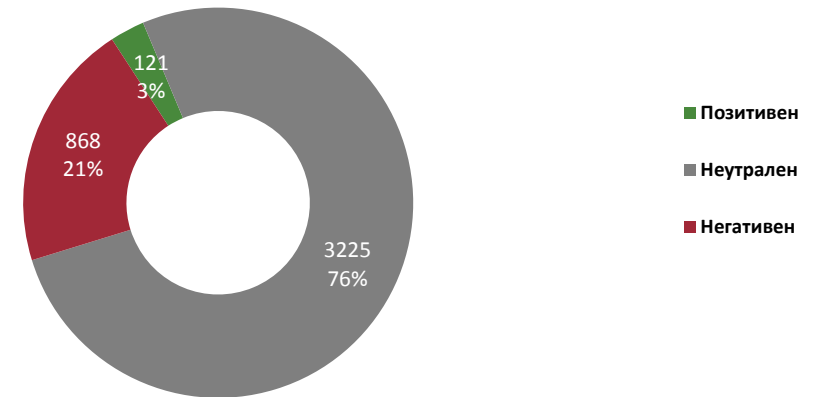
- През разглеждания период традиционните онлайн медии публикуват 6504 статии (или 79% от общото съдържание), следвани от социалните мрежи, отговорни за 13% от медийното отразяване (1074 поста). Печатните издания публикуват общо 614 статии, докато споменаванията на ВСС в радиото и телевизията са 95 (1%). През периода октомври-декември се наблюдава значителен ръст на мненията във всички канали спрямо предишния юли-септември. Увеличеният обем отразяване се дължи на редица продължаващи през целия период събития като исканията за оставка на Узунов от различни членове на ВСС, разговора за съдебната реформа (редовно артикулиран от бившия правосъден министър Христо Иванов) и протеста на СРС срещу Висшия съдебен съвет.
- Пикът на отразяването на ВСС и съдебната система е през месец ноември. Той е провокиран от основно от президентските избори и изказванията на трима от кандидатите – Трайчо Трайков, Цецка Цачева и Румен Радев, които генерират огромна част от споменаванията на съдебната реформа за този месец. Второ място по обем е описваният от медиите “отказ” на ВСС да се възобнови разследването по случая “Яневагейт”, по искане на Лозан Панов, което той мотивира с новите обстоятелства (коментари на един от участниците).
- Медийното внимание остава насочено към ВСС и през декември. Основните причини за това са протестите на съдиите от СРС, в рамките на които влизат изказвания от различни страни. Декември е и месецът, който допринася най-много за негативното отношение на медиите и потребителите към ВСС и съдебната власт.

Разпределение на разговора в традиционните медии

Разпределение на разговора по традиционни канали



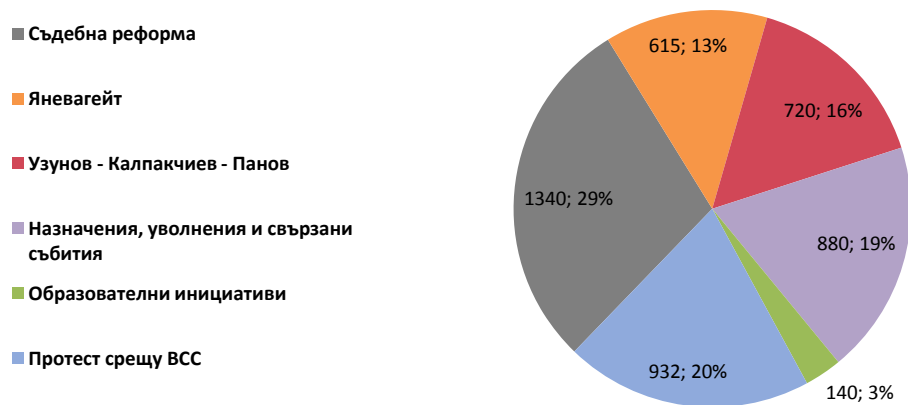
Тон на разговора в новинарските онлайн медии



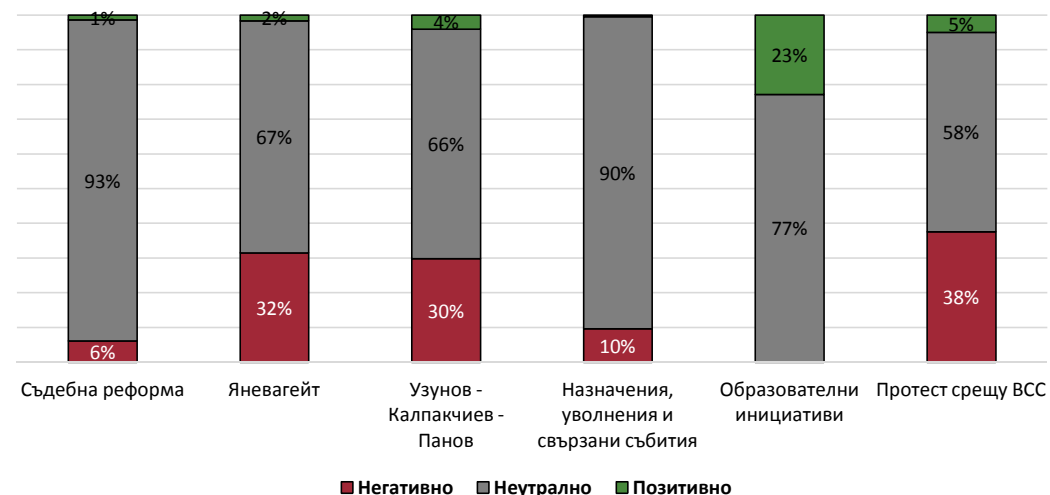
- Традиционните канали остават най-активни при отразяването на ВСС и през този период. Водещ източник на информация са онлайн медиите, които са отговорни за 90% от съдържанието (6504 статии).
- През периода октомври-декември се наблюдава значително увеличение на положителните медийни настроения спрямо ВСС спрямо предишни периоди. То се дължи основно на инициативите, част от кампанията на Висшия съдебен съвет (ВСС) за провеждане на „Дни на отворените врати в органите на съдебната власт“ в различни области. Новините, свързани с тези събития, са представяни почти винаги позитивно в различните медийни издания. Положителният тон е генериран и от статии, отразяващи исканията за оставка на представляващия ВСС Димитър Узунов, които от определени медии са определяни като „атака срещу ВСС“ и „преврат срещу ВСС“, с което се оформя имидж на ВСС като жертва на обстоятелствата.
- Неблагоприятният тон спрямо ВСС отговаря на 21% от общото съдържание в традиционните медии (868 статии). Главната причина за негативните настроения са атаките срещу Узунов, който често е представян като „човек на Бойко“. Други допринасящи към негативния тон събития са спекулациите, че главният прокурор Цацаров е взимал подкупи (обвинения на Ченалова), че се опитва да ограничи медийните изяви на ВСС (спорът с Калпакчиев), както и „отказа“ на Съвета да разследва обстоятелствата около „Яневагейт“ (след коментари на Мондешки). И през този период негативни настроения генерират становищата на Инспектората на ВСС и Висшия адвокатски съвет по повод абсолютното право на пешеходците да пресичат на пешеходна пътека.
- 76% от медиите запазват неутрален тон към съдебната система и ВСС (спрямо 91% през юли-септември). Те отразяват различни събития, свързани с институцията, без да заемат конкретна позиция или страна по разглежданите въпроси.

Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Обем на разговора



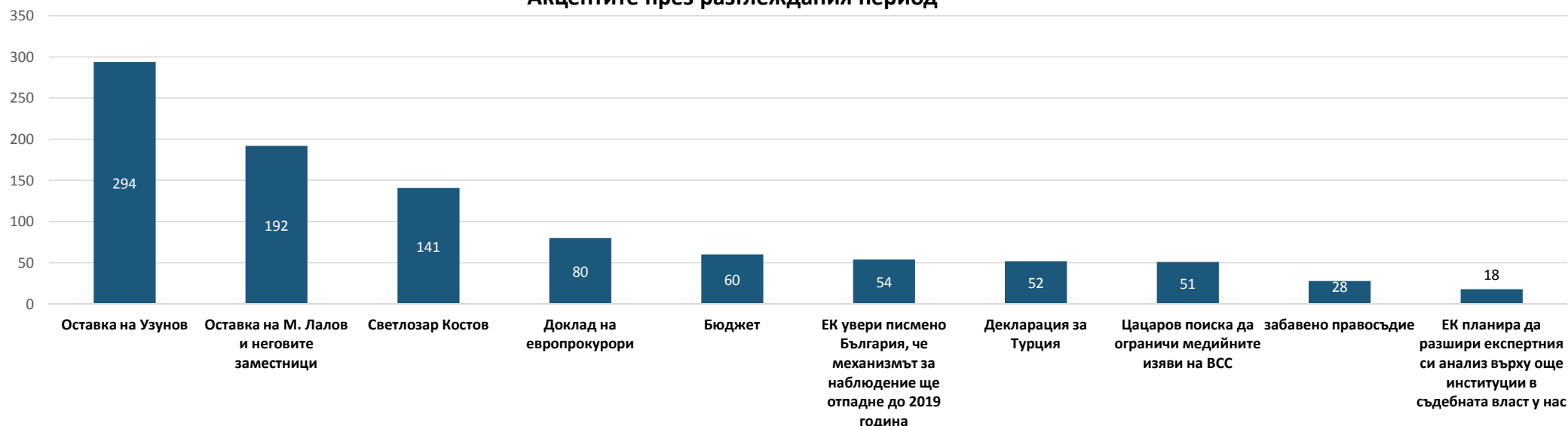
Отношение на медиите към водещите теми



- През наблюдавания период водеща отново остава темата за съдебната реформа (1340 статии или 29% от общото тематично съдържание). На второ място по отразяване е протестът срещу ВСС, започнал през декември, следван от назначенията и уволненията на различни лица в системата.
- Със 720 публикации или 16% от съдържанието ВСС присъства в медийния поток чрез темата за оставката на Узунов и придружаващите изказвания на Калпакчиев, Панов и други представители на съвета. Темата определено носи негативен медиен заряд (30%), като само 4% от мненията са позитивни.
- Медиите продължават да се интересуват и от скандала “Яневагейт” (615 публикации или 13%). Там отразяването на темата е почти винаги негативно спрямо ВСС (32%), а позитивните настроения са едва 2%.
- Протестът от страна на СРС (воден от председателя, подал оставка) генерира най-голям брой негативни мнения спрямо ВСС (38% от случаите). Позитивните коментари представляват само 5% от съдържанието. При негативните статии ВСС бива представяна като “силова” организация, която действа “избирателно”. Негативният заряд допълнително бива подсилен от подкрепата за протеста от бившия правосъден министър Христо Иванов, инициатива “Правосъдие за всеки” и последвалите оставки на Методи Лалов и част от неговите заместници.
- Единствената тема, която категорично повлиява позитивно върху имиджа на институцията, са образователните инициативи, които ВСС организира. В 77% от случаите медиите запазват неутралния тон, но в 23% от публикациите той е категорично позитивен. Най-позитивно са отразени инициативите в Окръжен съд – Русе, Административен съд - Ямбол, Окръжен съд – Варна и др.

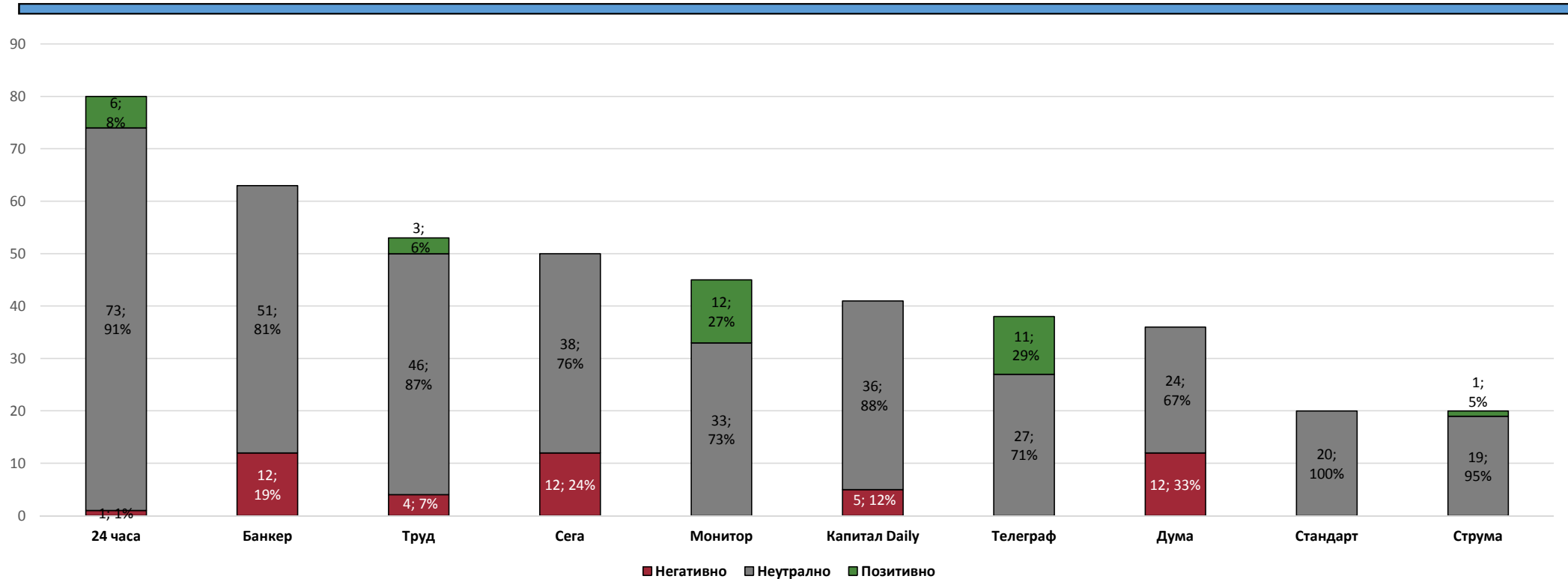
Водещи теми, свързани с ВСС и съдебната власт

Акцентите през разглеждания период



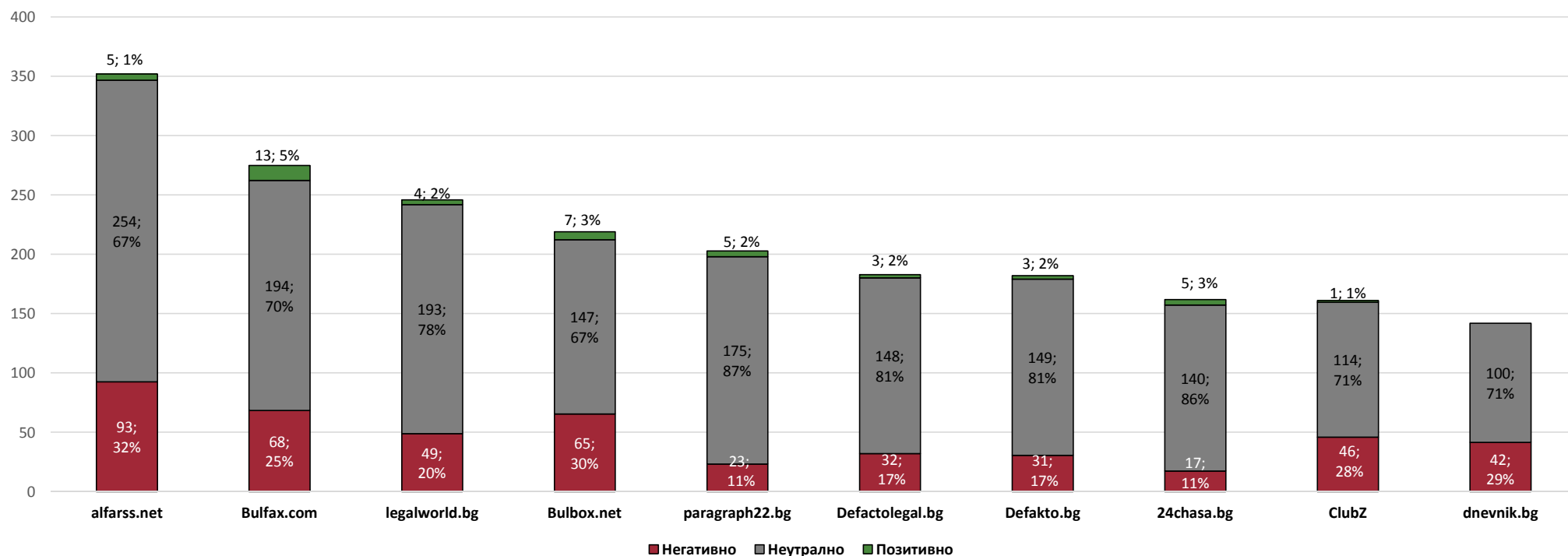
- Исканата оставка на Димитър Узунов е водещ акцент през анализирания период. Това е и темата, която генерира някои от най-сериозните критики към ВСС. Единствените позитивни статии идват от издания като “Телеграф” и “Монитор”, които определят исканата оставка като опит за преврат. Основните лица, които коментират темата и допринасят за негативния тон, са Калин Калпакчиев, Лозан Панов, Кристиан Таков. Към тях се присъединява и Съюзът на съдиите в България (ССБ), който разпространява писмо, в което обвинява ВСС в двойни стандарти.
- Оставката на Методи Лалов и неговите заместници също допринася за неблагоприятния тон спрямо ВСС. Особено негативно е отразена новината, че на поканата на Лалов за разговор за свръхнатовареността на съда са откликнали само Калин Калпакчиев, Соня Найденова и Галя Карагьозова. Изтеклата информация, че Узунов е изпращал SMS-и на Лалов допълнително засилва впечатлението, че ВСС се опитва да влияе върху протеста, че го negliжира, с което отново на преден план излиза скандалът “Яневагейт” (заради идентичната ситуация – SMS-и по Viber).
- 141 статии фокусират вниманието си върху сагата с уволнението на прокурора Светлозар Костов заради “множество нарушения” (отразени неутрално). Изпратеното на по-късен етап отворено писмо от Костов допринася за неблагоприятния тон заради твърденията, че е “репресиран от ВСС”. Водещите новини от категорията “Назначения и уволнения” са свързани с наказанието на Петя Крънчева, Иван Даскалов (преназначен за апелативен прокурор на Пловдив), Веселин Пенгезов, Вера Коева (Районен съд – Благоевград) и др. Повече от тези новини са отразени неутрално.
- Докладът на европрокурорите за съдебната система е отразен двупосочно, в зависимост от медийната група, към която принадлежи изданието. Едните представят позитивните коментари, а другите наблягат на нуждата от съдебна реформа.
- Категорично негативно е отразена новината, че ВСС няма ясна позиция за статута на турския съвет в ЕМСС, с което “де факто защитава магистратските чистки”.

Най-активни печатни медии



- При всички печатни издания доминира неутралният тон. При част от медиите ясно личи тенденцията да се отразява негативно ВСС, докато при други се наблюдава обратен ефект.
- Най-активно по отразяване на съдебната система и ВСС се оказва печатното издание “24 часа”. 91% от съдържанието е отразено неутрално, а негативната публикация е само една.
- Подобни са резултатите и при в. “Труд”, макар там негативните коментари да са повече. Обединяващото между двете издания е, че и двете пропускат изцяло новините за протеста срещу ВСС и активно критикуват Христо Иванов.
- Вестниците “Сега” и “Дума” са най-критични към ВСС. “Сега” често критикува главния прокурор, нарича заседанията на ВСС “театрални”, изтъква факта, че няма реална съдебна реформа и недостатъчното разследване на “Яневагейт”. “Дума” категорично застава на страната на протестиращите срещу ВСС в редица публикации.
- “Банкер” се фокусира върху назначенията и уволненията на ВСС, бюджетни казуси и противопоставянето на съдии и прокурори в институцията. При “Капитал Daily” критиките са насочени най-често към Цацаров и Узунов.
- От друга страна “Монитор” и “Телеграф” активно критикуват Лозан Панов и защитават Узунов в спора им.

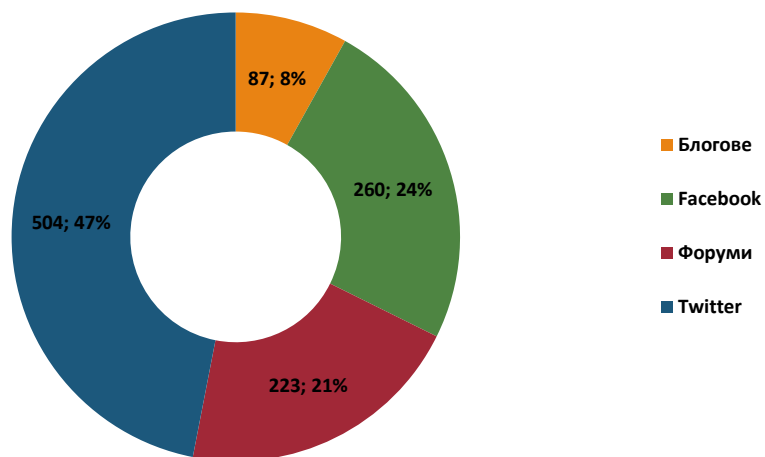
Най-активни онлайн медии



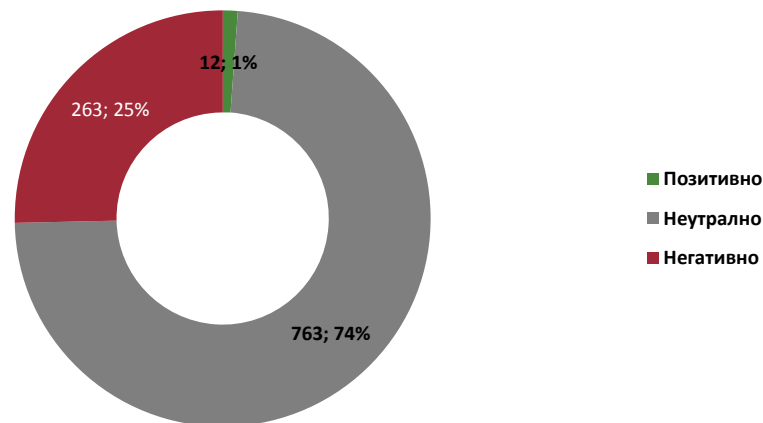
- При всички водещи онлайн издания негативният тон надминава позитивния, въпреки че винаги доминира неутралният. Най-критични към ВСС и съдебната система са сайтовете alfarss.net, bulfax.com, bulbox.net, legalworld.bg и clubz.bg.
- Специализираното издание legalworld.bg отразява почти всичко от сферата, като при негативните публикации акцентира върху "непоносимостта между членовете" и "постоянните свади" в институцията.
- ClubZ.bg и dnevnik.bg отразяват активно протестите срещу ВСС и поставят под съмнение действията му, обвинявайки го в negliжиране на проблемите на СРС. Почти винаги негативно са отразени и всички новини, свързани с "Яневагейт".
- Позитивните настроения са малко и идват от изказвания на Димитър Узунов в рамките на спора с Калпакчиев и Панов, и от образователната инициатива „Съдебната власт - информиран избор и гражданско доверие, отворени съдилища и прокуратури“.

Социални медии

Разпределение на коментарите по социални канали



Обществена нагласа спрямо ВСС в социалните мрежи



- Съдържанието в социалните медии се дели на две основни групи: споделени новини и потребителски коментари. Докато споделените статии по-често са с неутрален тон, потребителските коментари в голямата си част са негативни или позитивни.
- Twitter и Facebook са социалните мрежи, които водят по брой споменавания на съдебната власт и конкретно ВСС. Този път по обем води Twitter с 504 коментара (47% от общото социално съдържание), следван от Facebook с 260 коментара (24%) и форумите (223 поста, 21%). В микроблогинг платформата негативните коментари са 30%, а позитивните само 2%. Във Facebook негативният тон е 18%, а неутралният доминира с 82%.
- Във Facebook най-често се обсъждат кадровите политики на ВСС и споровете между Узунов и Панов. Увеличеният обем на разговора в Twitter се дължи на акаунти като @NewsMixerBG, които препубликуват статии от редица традиционни медии. Темата за оставката на Узунов е водеща по потребителски коментари, следвана от искането на Цацаров да се ограничат медийните изяви на ВСС.
- Основна тема за потребителите във форумните дискусии и този път е съдебната реформа. През този период обаче потребителите споменават съдебната реформа в контекста на изявленията на кандидатите за президент Цеца Цачева и Румен Радев, а ВСС се споменава само косвено. Водещ по брой коментари е форумът на segabg.com, където се обсъждат протестите срещу ВСС и “Яневагейт” (провокирани от новината, че Лозан Панов ще сезира ВСС заради скорошни коментари на един от участниците в записите).
- Най-активно ВСС е отново представена в блоговете „Съдебни репортажи“, „Гласът на младите хора“ и “Биволъ”. Протестите на съдиите са обстойно анализирани в блога “Съдебни репортажи”, а “Биволъ” набляга на записите от “Яневагейт”.

