

**COMMUNICATION STRATEGY OF THE  
DIRECTORATE FOR  
PERSONAL DATA PROTECTION  
(2018-2023)**

**КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА НА  
ДИРЕКЦИЈАТА ЗА ЗАШТИТА НА  
ЛИЧНИТЕ ПОДАТОЦИ  
(2018-2023)**



**ДИРЕКЦИЈА ЗА ЗАШТИТА  
НА ЛИЧНИТЕ ПОДАТОЦИ**



## КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА НА ДИРЕКЦИЈАТА ЗА ЗАШТИТА НА ЛИЧНИТЕ ПОДАТОЦИ (2018-2023)

Издавач

**Дирекција за заштита на личните податоци**

**Февруари 2018**

Автор на документот

**Десислава ТОШКОВА**

Лектура

**Дијана Ристова**

Дизајн на корица

**Маја Димеска-Крпач**

Тираж

**50 примероци**

Овој документ е изработен во рамки на проектот „Поддршка за пристап до правото на заштита на личните податоци“ EuropeAid 135668/IH/SER/MK, финансиран од Европската Унија преку ИПА ТАИБ 2012 програмата и спроведен од Vialto Consulting од Унгарија, во соработка со IPS Институт од Словенија и Националното тело за заштита на личните податоци и слобода на информации од Унгарија. Ставовите и мислењата наведени во овој прирачник во ниеден случај не ги изразуваат ставовите на Европската Унија.





## Содржина на Стратегијата

ЛИСТА НА КРАТЕНКИ.....	3
ВОВЕД ВО СТРАТЕГИЈАТА И ПРОЦЕСОТ НА НЕЈЗИНАТА ПОДГОТОВКА .....	4
АНАЛИЗА НА СИТУАЦИЈАТА .....	6
КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ.....	9
ЦЕЛНА ПУБЛИКА .....	12
СТРАТЕГИСКИ ПРИСТАП, ПОРАКИ И АЛАТКИ .....	14
МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА.....	36
ПЛАН ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА.....	49
АКЦИСКИ ПЛАН.....	50



## ЛИСТА НА КРАТЕНКИ

<b>НОЗЛП</b>	<b>Надлежен орган за заштита на личните податоци</b>
<b>ДЗЛП</b>	Дирекција за заштита на личните податоци
<b>ОЗЛП</b>	Офицер за заштита на личните податоци
<b>ОРЗЛП</b>	Општа регулатива за заштита на личните податоци
<b>КИП</b>	Клучни индикатори за перформансите
<b>ЗЗЛП</b>	Закон за заштита на личните податоци
<b>НВО</b>	Невладина организација
<b>ЗЛП</b>	Заштита на личните податоци
<b>СЦ</b>	Стратешка цел



## ВОВЕД ВО СТРАТЕГИЈАТА И ПРОЦЕСОТ НА НЕЈЗИНАТА ПОДГОТОВКА

Комуникациската стратегија (2018-2023) ја претставува комуникациската политика, принципите и пристапот на Дирекцијата за заштита на лични податоци (ДЗЛП) кон јавноста и засегнатата публика. Целта на оваа Стратегија е да ги дефинира целите на комуникација и целните групи за да му помогне на ДЗЛП да ги реализира севкупните организациски цели преку активна интеракција со сите засегнати страни како и да ги дефинира очекуваните резултати во наредниот стратешки период, имајќи ги предвид специфичните целни публики кон кои ДЗЛП треба да пристапи со планирани стратешки тактики и алатки за комуникација. Кон оваа Стратегија се приложува и едногодишен Акциски план, за периодот февруари 2017 – февруари 2018 година, додека за секоја наредна година се планира изработка на посебен акциски план врз основа на анализа на актуелниот контекст, потребите и можностите за работа.

Оваа Комуникациска стратегија директно ја следи Стратегијата на ДЗЛП (2017-2022), која беше усвоена од ДЗЛП во 2017 година и ја поддржува нејзината имплементација. Во рамките на Стратегијата на ДЗЛП 2017 - 2022 дефинирани се програмските цели и целите за институционален развој кои служат како основа за дизајн на комуникациските цели и клучните целни публики и пораки вклучени во Комуникациската стратегија. При осмислувањето на планираните активности и пораките до целните публики, тимот кој работеше на подготовка на Комуникациската стратегија ги вклучи информациите за досегашните остварувања на ДЗЛП, наодите од извршените анализи на комуникациските потреби на целните публики и секако карактеристиките на секоја целна публика, особено од аспект на избор на соодветни стратешки тактики и алатки.

Комуникациската стратегија беше подготвена од тим на претставници (работна група) од различни сектори во ДЗЛП во која учествуваше и проектниот тим, кои ја дефинираа работната методологија и очекуваните резултати од секој чекор на процесот. Процесот започна со анализа на работни документи на ДЗЛП од изминатиот период, вклучително и анализа на сите документи и извештаи кои беа изработени во рамки на процесот на стратешко планирање за ДЗЛП, а кои се однесуваа на сегментот на односи со јавност. Исто така како дел од процесот на подготовка на Комуникациската стратегија беа водени интервјуа со Генералниот секретар на ДЗЛП, со раководители на сектори и лицето задолжено за односи со јавност. Во дефинирањето на целите, целните публики и активностите се одржаа консултации со работната група и со експертот кој работеше на подготовка на Стратегијата на ДЗЛП 2017- 2022 за да се разменат податоци и усогласат



приодите и планираните резултати. Понатаму, беше организиран состанок на фокус групата за дискусии со засегнатите страни, на кој беше презентирана и дискутирана првата нацрт комуникациска стратегија, и се дадоа низа предлози и информации за подобрувања на истата.



## АНАЛИЗА НА СИТУАЦИЈАТА

---

- Согласно ревидираните документи и спроведените интервјуа со вработените на раководни позиции во различните клучни сектори во ДЗЛП, доминира потребата за зајакнување на свеста кај пошироката јавност за суштината и потребата од заштита на личните податоци;
- Со спроведување на Комуникациската стратегија во претходниот период (2012-2016), адресирани се потребите за подигнување на свеста, знаењето и вештините за заштита на личните податоци, претежно кај офицерите за заштита на лични податоци (ОЗЛП). Во тој контекст, реализирани се обуки со растечки тренд, како во поглед на бројот на обуки, така и во поглед на бројот на опфатени учесници со обуките. Според податоците од извештаите за спроведувањето на претходната Комуникациската стратегија вкупно се реализирани 204 обуки на кои учествувале 4.064 учесници;
- Заштитата на личните податоци како тема и низ мноштво пораки е комуницирана со јавноста преку различни медиуми и тоа: 215 комуникации се остварени со печатени медиуми, 242 со ТВ, 67 со радио и 273 со интернет портали за периодот од 2013-2015.
- Во изминатиот 4 - годишен период ДЗЛП бележи и значен раст на бројот на организирани настани, остварени билатерални и меѓународни соработки и потпишани меморандуми со невладини организации за заедничка работа на проекти од областа на заштита на личните податоци;
- Претходната Комуникациска стратегија, иако во рамки на зацртаните цели и во акцискиот план вклучува индикатори, тие се некомплетни и несоодветни, опфаќаат само мерења за еден дел од периодот за реализација на стратегијата, а еден дел од нив не содржат податоци за посакуваните цели за да може да се мери успешноста во комуникациите со јавноста;
- Согласно податоците од реализираните фокус групи со ОЗЛП, може да се заклучи дека спроведените обуки, кои беа претходно спомнати во оваа анализа, вродиле со плод, па мнозинство од учесниците на фокус групите истакнуваат дека се информирани за законските одредби и подзаконските акти поврзани со заштитата на личните податоци и информираат дека во институциите кои ги претставуваат се



воспоставени најголемиот дел од потребните процедури, збирки и планови за заштита на личните податоци. Сепак тие се изјаснуваат дека е потребна уште поголема едукација на темата заштита на лични податоци;

- Од друга страна поделени се ставовите на испитаните учесници во фокус групите по однос на тоа колку лица адресирале прашања поврзани со заштитата на личните податоци во институцијата од која доаѓаат. Половина од испитаниците изјавуваат дека во нивната институција досега не било иницирано прашање за повреда на правото за заштита на личните податоци што укажува индиректно на потребата за зајакнување на свеста кај граѓаните и кај различните професии и институции за потребата за заштита на личните податоци;

- Целите и активностите во претходната Комуникациска стратегија не се нужно поврзани со општите стратешки цели на ДЗЛП. Нема јасни дефинирани комуникациски пораки преку кои ќе се трансферираат општите цели и клучната дејност на ДЗЛП до јавноста. Не се јасно дефинирани специфични комуникациски методи за тоа како да се пристапи кон одредени целни публики што значително ја намалува мерливоста на реализираната комуникација со општата јавност;

- Анализите покажаа дека информирањето на младите за заштита на личните податоци преку проектот „Час по приватност“ има големо влијание врз младите и треба и понатаму да се реализира. Паралелно со насочувањето кон оваа целна публика важно е да се цели и кон возрасните, во нивната непосредна околина, т.е. кај родителите и наставниците;

- ДЗЛП досега има спроведено репрезентативно истражување чиешто резултати откриваат што знае јавноста за заштитата на личните податоци и кои се потребните активности, а предложено е и ново истражување за претстојниот период со цел да се добијат ажурирани податоци. Вакво истражување треба да се направи со цел да се дефинираат показателите на успех и да се утврди нивото на свесност за заштитата на личните податоци;

- Во наредниот период, со новата Комуникациска стратегија (2018-2023) ќе треба да се третираат и промовираат новите прашања во областа на заштитата на личните податоци, кои произлегуваат од новата ЕУ Регулатива 2016/679 во оваа област;



- ДЗЛП користи разнородни алатки за контакт со јавноста, како на пример: веб-страница, нејзиниот квиз на веб-страницата, форум за ОЗЛП, е-претставки, сандаче за мислења, отворена линија, Facebook и Twitter страница, веб-билтен и сл., но нивната функционалност и ефективност е различна. Тековните бројки на опфатени корисници со овие алатки од последната година може да послужат како основа, која понатаму би се зголемувала соодветно на планираниот опфат и пристап до јавноста;

- ДЗЛП располага со веќе изготвени брошури, прирачници и друг промотивен и рекламен материјал кој може да се употреби и понатаму за широка едукација на јавноста, но еден дел од тој материјал ќе треба да се прилагоди на новите измени, согласно законската регулатива и/или ќе се подготват нови материјали кои ќе се применуваат од 2018 година;

- ДЗЛП има релативно ограничени ресурси за реализација на активности за односи со јавност, па дел од поддршката за спроведување на посеопфатни активности од оваа област се добива во еден дел преку ЕУ проектите. Во моментот активностите и функцијата на односи со јавност ги спроведува Секторот за меѓународна соработка, кој исто така раководи и со проекти и европски интеграции. Во моментот, со оглед на тоа што не е пополнета позицијата на лице за односи со јавноста, неопходно е да се назначи лице за односи со јавност;

- ДЗЛП не располага со значајни буџетски средства за поддршка на односите со јавноста. Освен преку ЕУ проектите кои се насочени кон истражувања за свеста кај медиумите, ДЗЛП нема определено посебен буџет за иницијативи за подигање на свеста на општата јавност, вклучувајќи редовни обуки за заштита на личните податоци.

Согласно дефинираните состојби во областа односи со јавност во ДЗЛП, новата Комуникациска стратегија за периодот 2018-2023 ќе обрне посебно внимание на:

- ✓ Поврзување на стратешките цели на ДЗЛП со комуникациските цели;
- ✓ Развивање соодветни пораки за секоја целна публика, како и алатки и стратегии за пристап;
- ✓ Дефинирање приоритетни сектори во општеството во кои треба да се дејствува;
- ✓ Дефинирање на реални показатели на успехот, зависно од расположливите информации и ресурсите;



## КОМУНИКАЦИСКИ ЦЕЛИ

---

Една од целите на Стратегијата на ДЗЛП (2017-2022) се однесува на воспоставувањето самоодржлив систем и обезбедување на соодветна заштита на личните податоци во Република Македонија. Притоа, овие цели се ориентирани кон специфични публики, т.е. општата јавност, ОЗЛП и партнерските институции и организации. Дополнително Стратегијата на ДЗЛП (2017 - 2022) предвидува и стратешки цели кои се однесуваат на подобрување на интерните процедури, ефикасноста и ефективноста на институцијата за развој и поддршка на високо мотивиран експертски тим во ДЗЛП.

Стратешките комуникациски цели се дефинирани по однос на релевантните стратешки цели на Стратегијата за заштита на личните податоци во Република Македонија 2017-2022 на која тие се однесуваат.

Стратешките комуникациски цели кои се замислени да ги негуваат конкретните стратешки насоки на ДЗЛП се насочени кон:

1. Промовирање на новите Европски стандарди за заштита на личните податоци (како клучна гаранција за заштита на приватноста) кај различните засегнати страни во националниот систем за заштита на личните податоци и помош да го постигнат највисокото ниво на усогласеност.
2. Подигање на свеста на различните чинители во националниот систем за заштита на личните податоци за важноста и практичната вредност на признавањето на Република Македонија како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци.
3. Ефективна комуникација за улогата и мисијата на ДЗЛП до сите засегнати страни и јакнење на неговата положба на признаен заштитник и промотор на правото за заштитата на личните податоци.
4. Промовирање и информирање на контролорите и обработувачите на лични податоци како и на генералната јавноста за важноста на позицијата на ОЗЛП, за мисијата и улогата која ја играат во националниот систем за заштита на личните податоци.



5. Јакнење на свесноста, знаењето и нивото на информираност на ОЗЛП согласно новата законска рамка за заштита на личните податоци.
6. Промовирање и информирање на јавноста за нивните права во однос на заштитата на личните податоци како и важноста на заштитата на личните податоци, со оглед на нивите технолошки предизвици и новата законска рамка за заштита на личните податоци.
7. Имплементирање на ефикасна превентивна политика за поголема усогласеност со меѓународно признаените стандарди и задолжителни барања во областа на заштита на личните податоци.
8. Унапредување на примената на механизми за само-регулација за да се обезбеди транспарентност и сигурност за контролорите, обработувачите и субјектите на лични податоци.
9. Фокусирање на напорите на ДЗЛП за јакнење на свеста помеѓу контролорите и обработувачите на податоци и важноста на различните алатки за отчетност.
10. Промовирање на соработка со јавниот, приватниот и граѓанскиот сектор, медиумите, народниот правобранител и останатите, по прашања и информации кои се однесуваат на заштита на личните податоци согласно законската рамка.
11. Едукација, промовирање и јакнење на свесноста на младите и децата како и на сите групи (родители, наставници и професори) кои се вклучени во процесот на образование на младите во врска со заштитата на личните податоци.
12. Промовирање на воведувањето и имплементацијата на нови технологии во основните активности на ДЗЛП насочени кон контролорите, обработувачите и субјектите на лични податоци.
13. Транспарентност, отчетност и одговорност во однос на операциите на Дирекцијата на заштита на личните податоци.



14. Информирање, комуникација и соработка со меѓународни институции, тела и комитети вклучени во активности за заштита на личните податоци (Одборот, ЕК, надлежни надзорни органи).

15. Информирање, комуникација и соработка со меѓународни институции, тела и комитети вклучени во активности за заштита на личните податоци (Одборот, ЕК, надлежни надзорни органи).

16. Поттикнување на постојана самоведукација на вработените во ДЗЛП и спроведување на правична политика на управување со човечките ресурси базирана врз заслуги, за да се мотивираат луѓето и да се обезбеди одржливост на работните резултати.



## ЦЕЛНА ПУБЛИКА

---

### Интерна публика

#### ▪ **Вработените во ДЗЛП на раководни и експертски позиции**

Раководството на ДЗЛП и нејзините претставници се најрелевантниот комуникациски канал кон јавноста, бидејќи тие се во постојана секојдневна интеракција. Вработените во ДЗЛП се клучна публика исто така бидејќи тие се главниот двигател на националниот орган за заштита на личните податоци и кој секако е најзаинтересиран за соодветно и непречено управување со сите трендови на заштитата на личните податоци во Република Македонија.

### Надворешна публика

- **Официери за заштита на лични податоци** – ОЗЛП е клучниот чинител во националниот систем за заштита на личните податоци бидејќи исполнува многу силни превентивни функции во организацијата на контролорот односно обработувачот на податоци.
- **Контролори на податоци** (кои се однесуваат на бизнис заедницата, јавните установи, граѓанскиот сектор) – ова е најбројната група на засегнати чинители, бидејќи тие се главната структура која има одговорност за соодветното функционирање на националниот систем за заштита на личните податоци. Адекватното исполнување на нивните задолженија врзани за заштитата на личните податоци е индикатор за квалитетот на статусот на заштита и нивото на свесност за ова прашање на целокупната јавност.
- **Обработувачи на податоци** (кои се однесуваат на бизнис заедницата, јавните установи, граѓанскиот сектор), се многу важна целна група, од истите причини кои беа наведени погоре за контролорите на податоци.
- **Субјекти на податоци** (лица чишто лични податоци се обработуваат од страна на контролорите или обработувачите. За да се обезбеди приватност на поединците неопходна е делотворна заштита на личните податоци. Оваа целна група е најранливата во системот на заштитата на личните податоци, и оттаму е многу важен дел од надворешната публика со која мора да тече комуникацијата. Посебна ранлива група помеѓу субјектите на лични податоци која заслужува специјална заштита на нивните лични податоци се децата и другите млади луѓе. Ова е така бидејќи тие се помалку свесни за ризиците, последиците и заштитните мерки кои може да се употребат како и нивните права врска со личните податоци.



- **Други засегнати чинители** – во зависност од различните состојби, постојат одредени групи на екстерни засегнати страни чишто најдобар интерес треба да се земе предвид кога се дефинираат политиките за заштита на личните податоци. Зависно од случајот, тоа може да биде некоја од следните групи:
  - Експерти/истражувачи/аналитичари/ тинк-тенкови
  - Медиуми
  - Меѓународни институции, органи, тела
  - Академската јавност (наставници и професори)
  - Родители

Сите групи наведени погоре играат различни улоги во системот за заштита на личните податоци и во некои случаи и да имаат двојна улога (пр. родителите исто така субјекти на лични податоци, медиумите се исто така контролори на податоци).



## СТРАТЕГИСКИ ПРИСТАП, ПОРАКИ И АЛАТКИ

**Стратешка цел 1: Република Македонија е признаена како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци**

*Комуникациска цел 1: Промовирање на новите Европски стандарди за заштита на личните податоци (како клучна гаранција за заштита на приватноста) кај различните засегнати страни во националниот систем за заштита на личните податоци и нивно помагање да го постигнат највисокото ниво на усогласеност.*

*Клучна комуникациска порака за засегнатите страни:*

***Личните податоци се во основата на многу политики и деловни активности. Сепак, ова не треба да се гледа како пречка, туку како одраз на свесноста за приватност на целото општество.***

### **Планирани активности:**

- *Промовирање на новите европски стандарди за заштита на личните податоци на сите нивоа и во секоја ситуација: во текот на обуки (за контролорите или обработувачите), семинари и конференции (со ОЗЛП), при давање на консултации и совети, мислења (до контролорите, обработувачите, ОЗЛП, физички лица, јавни органи), годишни извештаи (до Собранието), преку учество во законодавниот процес со објавување на мислења и коментари на нацрт законите и подзаконските акти (до Собранието и јавните органи), интервјуа и статии (до медиумите) итн.*
- *Помагање на контролорите или обработувачите да ја исполнат суштината на нивните задолженија во областа на заштита на личните податоци и нивната важност – или преку давање на совети и насоки при инспекциски надзор, проведување на обуки, преку консултации и мислења, или преку масивни информативни кампањи до различни цели групи или преку дистрибуирање на информативни материјали;*
- *Без да се доведува во прашање начелото на отчетност, да се образложат модел документи, методолошки упатства и алатки за отчетност за да се олесни имплементацијата на новите барања онака како што произлегуваат од EU *acquis* и од новиот Нацрт закон за заштита на личните податоци. Веб страницата на ДЗЛП е*



најсоодветниот комуникациски канал за да се обезбеди транспарентност и лесен пристап до таквите информации и модел документи.

**Клучни индикатори на перформансите (КИП):**

- Бројот на настани на годишна основа со кои се промовираат европските стандарди и новиот закон за ЗЛП помеѓу контролорите или обработувачите
- Нивото на свесност за клучните измени предизвикани од ОРЗЛП помеѓу контролорите или обработувачите, базирано врз анкетирање на истите

**Комуникациска цел 2:** Подигање на свеста на различните чинители во националниот систем за заштита на личните податоци за важноста и практичната вредност на признавањето на Република Македонија како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци.

*Клучна комуникациска порака за засегнатите страни:*

**Една земја која обезбедува соодветно ниво на заштита ќе се погрижи за слободен проток на податоци кон приватниот, јавниот и граѓанскиот сектор кои се основани или кои работат на територија на Република Македонија**

**Планирани активности:**

- Одржување на серија специјализирани состаноци со целна публика (од приватниот, јавниот и граѓанскиот сектор) на темата „соодветно ниво на заштита на личните податоци - цели и вредности“. Главната цел е да им се објасни на релевантните чинители поимот на соодветно ниво на заштита како и позитивните аспекти на статусот на трета земја која обезбедува соодветно ниво на заштита. Целната публика која учествува на состаноците треба да е составена од контролори - корисници на личните податоци кои се предмет на пренос во Република Македонија и/или се членки на мултинационални компании кои пренесуваат вакви податоци во и од земјата.
- Изготвување на материјали за зголемување на свесноста за поимот на соодветно ниво на заштита, и нивна дистрибуција помеѓу различни чинители. Се препорачува ДЗЛП, во своите редовни обуки за заштита на личните податоци да вклучи тема посветена на пренос на податоци и за соодветно ниво на заштита.



**КИП:**

- *Поголема свесност за важноста и практичната вредност на тоа Република Македонија да биде признаена како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци врз основа на анкета помеѓу групите засегнати страни*

**Стратешка цел 2** Воспоставување на самоодржлив систем за заштита на личните податоци што ќе обезбеди соодветно ниво на заштита на личните податоци

**Комуникациска цел 3:** Ефективна комуникација за улогата и мисијата на ДЗЛП до сите засегнати страни и јакнење на позицијата на Дирекцијата на признаен заштитник и промотор на правото за заштитата на личните податоци.

*Клучна комуникациска порака за засегнатите страни:*

***Дирекцијата за заштита на личните податоци е единствениот орган во земјата чиешто редовни активности се посветени на јакнење на приватноста на личните податоци на физичките лица што оди во прилог на добросостојбата на лицата кои престојуваат во Република Македонија***

**Планирани активности:**

- *Редовно присуство во медиумите на директорот и официјалните претставници на ДЗЛП во различни медиуми. Изборот на темите ќе зависи од односките околности и тековните прашања кои се од важност за јавноста – да дебатираат за некои жешки теми кои се од посебен интерес и актуелност (на пример, видео надзор, лажни профили), или јакнење на свеста на јавноста по иницијатива на ДЗЛП (како што се практични чекори за подобра подготовка за имплементација на новиот закон).*

- *Воспоставување на контакти и/или одржување на редовни контакти помеѓу ДЗЛП и гранските здруженија со цел тие да се запознаат со улогата и мисијата на ДЗЛП*



и да се обезбеди еднообразна примена на правилата за заштита на личните податоци во слични ситуации на обработка (пр, кои се однесуваат на еден сектор);

- *Воспоставување на контакти и/или одржување на редовни контакти помеѓу ДЗЛП и другите органи на јавната власт чијашто активност е поврзана со заштитата на човековите права (како што е Народниот правобранител) или со следење на активностите на ДЗЛП (пр. релевантниот собраниски комитет) и невладини организации кои ја имаат потребната стручност за заштита на човековите права со цел да се дуплираат напорите и активностите.*

- *Организирање на иницијативи и отворени денови со цел да се промовира улогата и мисијата на институциите на ДЗЛП. Со ова би се овозможило јавноста подобро да се запознае со мисијата и улогата на надзорниот орган.*

**КИП:**

- *Јакнење на свеста на ДЗЛП (брз база на редовни анкети на јавното мислење)*
- *Статистички показатели на различните комуникациски канали на ДЗЛП*

**Комуникациска цел 4:** *Промовирање и информирање на контролорите и обработувачите на лични податоци како и на генералната јавност за важноста на позицијата на ОЗЛП, за мисијата и улогата која ја играат во националниот систем за заштита на личните податоци.*

*Клучна комуникациска порака за засегнатите страни:*

***Офицерите за заштита на личните податоци имаат силна превентивна улога во националниот систем за заштита на личните податоци. Од нив се бара да даваат совети за различни прашања за заштита на личните податоци и да применуваат интерен мониторинг на усогласеноста на контролорите / обработувачите со законот и релевантните задолженија.***

**Планирани активности:**

- *Промовирање на улогата и функциите на ОЗЛП и нанадвор, кон јавноста, и навнатре, кон највисокото раководство на контролорот/обработувачот во секоја прилика и настан - во тек на обуките на контролорот/обработувачот, при инспекциите,*



при обезбедување консултации и совети на контролорите/обработувачите и на субјектите на лични податоци;

- *Изготвување на концизни информации за улогата и функциите на ОЗЛП согласно новиот нацрт-закон и дистрибуирање на тие информации помеѓу контролорите.* Во информацијата треба да биде содржано објаснување на разликата помеѓу обврските на контролорите/обработувачите и функциите на ОЗЛП. Оваа информација може да се објави и на веб страницата на ДЗЛП. Со оглед на тоа што најважната целна публика во овој случај се контролорите и обработувачите кои имаат обврска да наменуваат ОЗЛП, препорачливо е информацијата да им биде директно упатена ним. За таа цел, може да се достават писма базирани врз секторски пристап за да се покријат најмногу контролори што е можно. На пример, може да се дистрибуираат писма со помош на грански организации (помеѓу сите членови на релевантното здружение), министерствата (помеѓу сите структури кои се подредени), Здружението на единиците на локалната самоуправа (помеѓу сите органи на локалната самоуправа) итн.

- *Изготвување на информативни материјали наменети за општата јавност.* Во информацијата треба да се објасни, на едноставен јазик, која е мисијата на ОЗЛП во поглед на советодавно - превентивните функции и податокот дека тие се точка во која се вкрстуваат контролорите, субјектите и ОЗЛП. Информацијата треба да биде поставена на веб страницата на ДЗЛП а доколку има средства на располагање, добро да биде и во форма на летоци.

- *Изготвување на специјализирано предавање за ОЗЛП на кое исто така ќе се емитува видео спотот за ОЗЛП за да се подигне свеста на слушателите за улогата и мисијата на ОЗЛП.* Предавањето и презентацијата се дополнителна алатка за јакнење на свеста на општата јавност за улогата и мисијата на ДЗЛП.

#### **КИП:**

- *Поголем број на контролори/обработувачи кои јавно ги објавуваат контакт податоците на нивните ОЗЛП*

- *Ниво на свесност и знаење на јавноста за улогата на ОЗЛП (кое ќе се обезбедува преку анкети)*

**Комуникациска цел 5:** *Јакнење на свесноста, знаењето и нивото на информираност на ОЗЛП согласно новата законска рамка за заштита на личните податоци.*



*Клучна комуникациска порака до ОЗЛП:*

***Вие сте клучниот промотор на културата на заштита на личните податоци во организацијата на контролорот/обработувачот и неговиот главен советник по сите прашања поврзани со заштита и обработка на личните податоци.***

**Планирани активности:**

- *Развивање и промоција на мрежа на ОЗЛП.* Со ова би се овозможиле постојани контакти и размена на мислења, информации и најдобри практики;

- *Подготовка, промоција и дистрибуција на прирачници, други материјали, создавање на форум на ОЗЛП, редовно одржување на простор за ОЗЛП на страницата на ДЗЛП, видео презентации, размена на најдобри практики.* Изготвување и ширење на вакви информативни материјали ќе ја олесни примената на правила за заштита на личните податоци со што ќе се гарантира усогласеност во практичното спроведување на заштитата на личните податоци и ќе се обезбеди конзистентност на националниот систем за заштита на личните податоци;

- *Промовирање на нови наставни планови за ОЗЛП и отпочнување на нови обуки.* Се препорачува во новите обуки да се стави посебен акцент врз новите аспекти од заштитата на личните податоци, онака како што произлегуваат од EU acquis, а пред да се усвои новиот закон. Со ваков пристап ќе се гарантира полесен преоден период, и ќе им се помогне на ОЗЛП подобро да ја реализираат нивната улога и функции и би се зајакнале нивните експертски позиции во организациите на контролорите / обработувачите;

- *Континуирана комуникација и организирани средби со офицери за заштита на личните податоци.* ДЗЛП може да воведо еден посебен ден (на месечна основа) за редовни средби и контакти со ОЗЛП (лично или преку електронски канали);

- *Воспоставување на формални или неформални здруженија на ОЗЛП.* Слични иницијативи дополнително би ја зајакнале положбата на ОЗЛП и, до одреден степен, би ја институционализирале професијата ОЗЛП.

**КИП:**

- *Бројот на редовни посетители на просторот на ОЗЛП на веб страницата на ДЗЛП.*

- *Бројот на материјали/водичи дистрибуирани помеѓу ОЗЛП*



- Број на ОЗЛП кои учествуваат на настани организирани за ОЗЛП и бројот на учесници во нив

**Стратешка цел 3                      Континуирано зголемување на јавната свест и културата на заштита на личните податоци**

**Комуникациска цел 6:** Промовирање и информирање на јавноста за нивните права во однос на заштита на личните податоци како и важноста на заштитата на личните податоци, со оглед на новите технолошки предизвици и новата законска рамка за заштита на личните податоци.

*Клучна комуникациска порака:*

***Вашите лични податоци се вредни, и нивната обработка мора да биде транспарентна. Бидете свесни на кого му ги откривате своите приватни информации, и зошто.***

***Секогаш кога од вас ќе ги побараат вашите лични податоци, информирајте се за причината за тоа, колкав обем на податоци ќе бидат доволни за постигнување на целта за која се собираат, како и за временската рамка во која тие ќе бидат избришани.***

**Планирани активности:**

- Истражување на степенот на познавање на општата јавност. Со ова би се овозможила оценка на моменталните состојби и понатамошна анализа за идните активности.

- Одржување на веб-страница, промовирање на нови содржини, продуцирање на видео спотови, прирачници и останати печатени материјали. Сите овие се соодветни алатки за дистрибуирање на информации до генералната јавност и за адекватни комуникациски канали со целната публика;

- Промовирање на ова прашање и поголема информираност преку ТВ. Да се стави акцент на телевизијата како еден од најкористените и најдостапните комуникациски канали;



- *Јакнење на механизми за едукација за правото на ЗЛП преку објавување на: колумни во весници, на Фејсбук, на веб страницата, на Твитер итн. Рапидниот технолошки развој бара промена во каналот на комуникација со општата јавност. Наведените комуникациски канали главно ја таргетираат младата публика и бараат да се изготви кратка и едноставна информација за прашања од јавен интерес и полза;*

- *Информирање за законската рамка, надлежности и обврски на контролорите во областа на ЗЛП. Зголемувањето на основните знаење на јавноста за законската основа на заштита на личните податоци е важна појдовна точка со која може да се овозможи правилно разбирање на правилата за заштита на личните податоци, и нивната соодветна имплементација;*

- *Организирање на тематски кампањи. Тематски ориентираните информативни кампањи може да се организираат на редовна основа, во зависност од расположливоста на средства или во зависност од тековните потреби и приоритети за заштита на личните податоци.*

#### **КИП:**

- *Ниво на свесност за правата во врска со ЗЛП (базирано врз редовни или насочени анкети на јавното мислење).*

**Комуникациска цел 7:** *Имплементирање на ефикасна превентивна политика за поголема усогласеност со меѓународно признаените стандарди и задолжителни барања во областа на заштита на личните податоци.*

*Клучна комуникациска порака за различните засегнати страни:*

***Инвестирање во ресурси и поголемо знаење за заштита на податоците е најуспешната политика на заштита на личните податоци. Не се потпирајте на шансата да не бидете повикани на одговорност во случај на повреда или злоупотреба на заштитата на личните податоци.***

#### **Планирани активности:**

- *Спроведување на обука и јакнење на иницијативи за поголема свесност во областа на заштита на личните податоци на вработените кај контролорите односно обработувачите кои обработуваат лични податоци. Главната инвестиција*



која треба да ја направат контролорите односно обработувачите е да ја зајакнат свесноста и степенот на знаење кај вработените. Статистиката вели дека човечкиот фактор е најслабата алка во синџирот на фактори кои придонесуваат и/или го овозможуваат нарушувањето на безбедноста на личните податоци. Затоа е потребно да се организираат обуките и различни иницијативи за подигање на свеста на вработените кај контролорите и обработувачите за заштита на личните податоци.

- *Благовременно назначување на ОЗЛП кој ќе се грижи за заштита на личните податоци и за внатрешен мониторинг и давање совети.* Назначување на ОЗЛП не се смета само за исполнување на обврската за заштита на личните податоци од името на задолжените контролори односно обработувачи, туку и како алатка за постигнување усогласеност со императивните правила за заштита на личните податоци.

- *Адекватната имплементација на сите нови обврски и задолженија за заштита на личните податоци онака како што произлегуваат од новиот нацрт-закон.* Многу од обврските на контролорите односно обработувачите имаат за цел однапред да се минимизираат заканите и ризиците по приватноста, и оттаму нивната соодветна и благовремена имплементација е демонстрација на добра волја на контролорите, како и за правична, законска и транспарентна обработка на податоци. Исполнувањето на обврските за заштита на личните податоци уште од самиот почеток е императив.

- *Инспекцискиот надзор на ДЗЛП да се фокусира на давање совети и насоки, а не на санкционирање.* Оттаму, најпревентивниот фактор за да се обезбеди исполнување на законските барања е ризикот од изрекување глоби (со новиот закон се предвидени доста високи глоби), и ДЗЛП треба да продолжи со своите позитивни практики за да им се овозможи на контролорите односно обработувачите да го поправат своето однесување и сако доколку не го направат тоа, да им се наметнат санкции. Целта на правилата за заштита на личните податоци е да се обезбеди заштита на личните податоци како основно право и слобода на физичките лица што може да се постигне само преку конструктивни политики и активности.

**КИП:**

- *Број на контролори односно обработувачи кои имаат политика за заштита на личните податоци (базирана врз редовни анкети)*



*Комуникациска цел 8: Промовирање на примената на механизми за само-регулација за поголема транспарентност и сигурност и за контролорите односно обработувачите и за субјектите на лични податоци.*

*Клучна комуникациска порака за различните засегнати страни:*

***Обработката на податоци мора да се спроведе на правичен и транспарентен начин за субјектите на лични податоци и да биде соодветно документирана. Примената на кодексот на однесување и другите алатки за саморегулација е силна порака за субјектите на лични податоци дека нивните податоци се чуваат на соодветен начин.***

**Планирани активности:**

- *Водење на регистар на одобрени кодекси на однесување, механизми за сертификација и печати и ознаки за заштита на личните податоци со што стануваат расположливи за општата јавност и слободно достапни. Со исполнување на законската обврска за јавен регистар на само-регулациски алатки, ДЗЛП ќе го промовира концептот на примена на ваквите алатки и ќе обезбеди транспарентност и информирање за контролорите и обработувачите како и за субјектите на податоци.*

- *Воспоставување на механизми за сертификација и за заштита на личните податоци и критериуми за сертификација. ДЗЛП ќе го обезбеди постоењето и спроведувањето на транспарентна процедура за сертификација. Во секоја ситуација кога тоа е потребно, потребно е да се промовираат и доразјаснат критериумите.*

- *Донесување на подзаконски акти за техничките стандарди на механизмите за сертификација на заштитата на личните податоци како и на печатите и ознаките за заштита на личните податоци, на механизмите за унапредување и препознавање на механизмите за сертификација, печатите и ознаките. Постоењето на законска рамка која дава еднообразен сет на правила кој се применува на сите случаи ќе нуди сигурност за сите засегнати страни.*

- *Воспоставување на мрежа на тела за сертификација. Сите тела за сертификација треба да дејствуваат во слични околности и строго да се придржуваат кон критериумите за сертификација. По првичниот почеток на системот за*



сертификација, се препорачува ДЗЛП да ги свикува сертификациските тела на редовни состаноци (на пример, на годишна основа) за да се разменат информации и практики, за решавање на предмети и размена на искуства.

*КИП: Бројот на настани за промовирање и поддршка на групите за подготовка на само-регулацијата.*

**Стратешка цел 4      Постојано подобрување на законската усогласеност од контролорите и обработувачите на лични податоци**

*Комуникациска цел 9: ДЗЛП да се насочи на активности за подигање на свеста на контролорите и обработувачите за важноста и потребата на различни алатки за јакнење на отчетноста.*

*Клучна комуникациска порака за различните засегнати страни:*

***Можеби нема да се демонстрира усогласеност со законот доколку претходно не биле евидентирани и наведени примери на исполнување на обврските за заштита на личните податоци. Примената на алатки за поголема отчетност е истовремено и обврска за контролорите / обработувачите, но и соодветна алатка за демонстрирање на усогласеноста со законот.***

**Планирани активности:**

- *Подигнување на јавната свест и активности за обука.* Ажурираните наставни програми треба посебно да се насочат на начелото на отчетност и обврската за транспарентност. Примената на теоретски знаења треба да се комбинира со некои практични вежби кои им помагаат на организациите кои се контролори односно обработувачи да го пренесат стекнатото искуство.

- *Секогаш кога е можно, (пр. при донесување на мислења и спроведување на инспекциски надзор) вработените во ДЗЛП треба да го свртат вниманието на надворешните чинители врз потребата од алатки за отчетност и за практично објаснување кои чекори треба да се преземат за да се постигне отчетност и да се покаже усогласеност.* Контролорите и обработувачите треба да разберат дека нивните одговорности за заштита на личните податоци се меѓусебно поврзани и неуспехот да се следат доследно остава простор за неусогласености и пропусти.

- *Адекватна вклученост на ОЗЛП во процесот на спроведување на алатките за отчетност.* ДЗЛП треба даваат совети како ОЗЛП да ја следат имплементацијата на начелото на отчетност и обврската за транспарентност од страна на контролорите и



обработувачите. Ова може да се направи преку дискусии и објави на делот на веб страницата посветен на ОЗЛП (е-форуми и е-конференции).

**КИП:**

- *Повисока свесност помеѓу контролорите и обработувачите за алатките за отчетност (врз основа на редовни анкети)*
- *Бројот на настани / публикации од ДЗЛП во кои се промовира примената на алатки за отчетност*

**Стратешка цел 5      Постојана соработка со партнерите**

**Комуникациска цел 10:** Унапредување на соработката со јавниот, приватниот и граѓанскиот сектор, медиумите, народниот правобранител и останатите за прашања кои се однесуваат на заштита на личните податоци, согласно законската рамка за ЗЛП

*Клучна комуникациска порака :*

*За медиумите:*

***Професионалното новинарство подразбира почитување на правото на приватност и заштита на личните податоци.***

*За граѓанскиот сектор:*

***Граѓанскиот сектор е важна алатка и партнер за зголемување на јавната свест за важноста и заштитата на личните податоци***

*За јавните институции:*

***Меѓуинституционалната соработка доведува до ефикасен систем за заштита на личните податоци.***

**Планирани активности:**

• *Промоција на правото на заштита на личните податоци и мерките кои треба да се преземат за спроведување на законот.* Сите форми на комуникација и соработка помеѓу ДЗЛП и засегнатите страни се чини дека се адекватен канал за ширење на информации за ЗЛП и на искуства и практични вештини како истите да се спроведат.

• *Размена на искуства, податоци и взаемна помош.* Со комбинирање на напорите на сите засегнати страни најдобро ќе се промовира суштината на ЗЛП, за да се добие ефикасност и практична реализација;



- *Едукација и размена на информации преку директни средби со новинарите/медиумите и организирање на обуки.* Директната комуникација со засегнатите страни е секогаш најдобриот канал за постигнување на крајните цели и перспективи. Секаков контакт со медиумите и поедини новинари, независно поводот по кој се организирале, треба да се гледа како можност за добивање информации и обука за прашања поврзани со заштита на личните податоци. Ова би имало силен превентивен ефект.

- *Организирање на заеднички настани или состаноци посветени на темата ЗЛП.* ДЗЛП не смее да остане сам во своите напори и борба за јакнење на правото на заштита на личните податоци. Може да се искористат различни поводи (како што е европската ДЗЛП) за организирање на заеднички настани. Колку се вклучени повеќе институции, толку е подобро за ширење на информации за правата за ЗЛП;

- *Промовирање на пораки и документи од меѓународни институции и организации кои се активни во полето на заштита на човековите права, механизми за заштита (Европски суд за човекови права).* ДЗЛП треба да ги користи сите расположливи можности да пренесува информации за ЗЛП. Веб страницата на ДЗЛП е адекватниот канал за ова, но сепак, зависно од случајот, ДЗЛП може директно да проследи информација до надлежните надворешни установи.

**КИП:**

- *Бројот на прифатени покани за настани од различни категории*

**Комуникациска цел 11:** *Едукација, унапредување и зголемување на свесноста на младите и децата како и на сите групи (родители, деца професори) вклучени во младинскиот образовен процес во врска со ЗЛП.*



*Клучна комуникациска порака :*

*За младите и децата:*

***Имаш обврска и одговорност да ги чуваш своите лични податоци, и туѓите (доколку имаш пристап до нив) и да бидеш свесен каде и кому ги даваш на користење и зошто. Никога не ги откривај своите лични информации чисто заради забава.***

*За родителите:*

***Имаш обврска и одговорност да ги заштитиш личните податоци на своето дете, да го научиш како да ги штити своите лични податоци и да пријавиш каква било злоупотреба на личните податоци за која знаеш.***

*За наставниците / професорите:*

***Континуирано едуциран наставен кадар во областа за заштита на личните податоци придонесува за намалување на ризикот од злоупотреба на личните податоци на младите од каков било вид.***

#### **Планирани активности:**

• Вклучување на надлежните институции и организации на граѓанското општество во процесот на едукација на целната публика. Ова налага воспоставување и/или одржување на врски со јавните или невладините органи кои се вклучени во образовниот процес, како што се Министерството за образование и наука и Младинскиот образовен форум за промовирање и поттикнување на нивна активна вклученост. Овие институции може да ја олеснат дистрибуцијата на информации и спроведувањето на различни заеднички иницијативи со целната публика.

• Спроведување на едукација и подигнување на свеста за целната публика. Се препорачува ДЗЛП да изготви информативно-едукативни материјали за клучни аспекти од заштитата на личните податоци кои се насочени на различни групи: деца, малолетници, адолесценти. Во информацијата ќе треба да се земе предвид разликата во возраста, и степенот на зрелост со користењето на едноставен и сликовит јазик. Младите може да бидат вистински соработници и промотори на ЗЛП, така што можат да бидат вклучени во образовниот процес како партнери, посебно за иницијативи насочени кон децата, како најранлива група. Различните иницијативи може исто така да вклучуваат натпревари за пишување есеи за теми поврзани со приватност, поеми, приказни, песни, цртежи, информативни брошури, билборди, летоци, блогови, влогови, итн.



- *Развивање на модели на соработка со засегнати институции во полето на образованието.* Вклученоста на другите засегнати институции може да налага формализирање на односите, како што е склучување на меморандуми за соработка, декларации, објавување на заеднички статии, итн.;

- *Промовирање на законска рамка и различни надлежности (преку работилници, видео клипови, „амбасадорски“ иницијативи, квизови, итн.).* користењето на различни канали за комуникација ќе го зголемат пристапот до целните публики, ќе ги прошират истите и ќе гарантираат поинтерактивно учество на засегнатите чинители;

- *Промоција и едукација за заштита на личните податоци во социјалните медиуми.* Обработката на податоци за лични цели во социјалните медиуми е клучна тема за подигање на свеста на младите. Едукацијата на таа тема може да вклучува промовирање на добри практики и анализа на лошите практики при споделување на личните информации. Може исто така да се анализира одговорноста на контролорите во контекст на социјалните медиуми.

- *Организирање на обука за тренери за наставниците во областа на ЗЛП.* Сличен пристап (со курсеви за обука на тренери) може да се искористи во различни сектори но ако се започне со образованието и младите ова би можело да има силен превентивен ефект во претстојниот период. Вакви обуки може да се организираат и водат во соработка со граѓански здруженија и ОЗЛП во полето на образование и млади.

**КИП:**

- *Број на деца (од различни возрастни групи) кои се на социјалните мрежи и се свесни за важноста на заштитата на нивните лични податоци/приватност.*

- *Број на родители кои применуваат напредни алатки за ЗЛП и на приватноста на нивните деца.*

- *Број на учесници на настани/обуки организирани за различни целни групи.*



**Стратешка цел 6      Зголемена ефикасност на управните постапки**

**Комуникациска цел 12:** *Промоција на воведувањето и спроведување на нови технологии во основните дејности на ДЗЛП насочени кон контролорите, обработувачите, и субјектите на личните податоци*

*Клучна комуникациска порака:*

***ОЗЛП е во постојана интеракција со сите засегнати страни кои се вклучени во обработката: контролори, обработувачи и субјекти на личните податоци. ОЗЛП се стреми да ја осовремени нивната комуникација со примена на нови технологии во своето работење.***

**Планирани активности:**

- *Воведување на онлајн инспекции, како нов редовен пристап. Нацрт законот ја нуди можноста ДЗЛП електронски да го спроведува надзорот. Со ова би се проширил опфатот на инспекциски активности со користење на модерни технологии и би се заштедило на човечки ресурси.*
- *Давање совети на субјектите на лични податоци да користат електронски образец за поднесување на барања за повреди на правото на заштита на личните податоци и иницијативи за спроведување на инспекциски надзор. Ваквите електронски канали за комуникација би го забрзале процесот на контактирање и би ја олесниле обработката на потребните информации и докази.*

**КИП:**

• *Број на предмети / прашања кои доставени од субјекти преку интернет, и прифаќање на целосна онлајн процедура.*

**Комуникациска цел 13:** *Транспарентност, отчетност и одговорност во врска со операциите на Дирекцијата за заштита на личните податоци*

*Клучна комуникациска порака:*

***ОЗЛП мора да биде транспарентен, отчетен и одговорен пред јавноста во врска со неговите активности и одлуки.***

**Планирани активности:**



- *Редовно обезбедување на информации и новости за јавноста за прашања од широк јавен интерес и важност.* ДЗЛП треба да дејствува проактивно и треба да ја покаже отвореноста на својата долготрајна политика за заштита на личните податоци. Се препорачува ДЗЛП да споделува информации со јавноста за секој случај на сериозно прашање кое може да биде од интерес на пошироката јавност која таа сама го открила и/или започнала, и да дава кратко објаснување и образложение за причините за неговите постапки (на пример, иницирање на надзор/истрага по службена должност за големи прекршувања на податоци, тешка кражба на идентитет итн.). Само со навремено информирање на јавноста за планираните активности, како и со објавување на преземените мерки и резултатите ДЗЛП може да се развие доверба и чувство на сигурност кај јавноста за надзорниот орган. ДЗЛП само со транспарентна политика отворена кон јавноста може да стане препознатлива како навистина одговорно тело, чиишто пораки и практично дејствување се усогласени.

- *Споделување на кратки информации за исходот и преземените дејствија по некои предмети* се исто високо препорачливи. Ова може да се направи преку редовни објави на активностите на ДЗЛП на нејзината веб- страница, во печатените медиуми, социјалните мрежи, и публикациите. Сепак, транспарентноста никако не смее да ја загрози успешноста на активностите на ДЗЛП и не смее да биде на штета на кој било посебен закон кој се применува.

- *Објавување на корисни информации на веб-страницата на ДЗЛП и редовно објавување на материјали* (годишни извештаи, методолошки упатства, документи и обрасци, мислења релевантни за широк спектар на контролори или насочени кон субјектот на податоците итн.). Со самиот факт дека ДЗЛП е единственото јавно тело одговорно за приватноста на податоците и единствениот извор на информации и насоки, сите јавно достапни податоци и основни упатства за заштита на личните податоци и пораки ќе бидат од сериозна додадена вредност за сите заинтересирани страни.

- *Промовирање и објавување на стратешки документи и интерни акти на ДЗЛП.* Ова не е само позитивна институционална практика да се прикажат тековните и идните приоритети на политиките туку и право на општеството да знае како функционира институцијата и колку е конструктивна и делотворна. ДЗЛП треба да ги промовира и прави достапни сите документи кои се поврзани со нејзината работа и активности (и нормативно и стратешки).

- *Промовирање на нови алатки за следење на усогласеноста и комуникацијата со контролорите.* ДЗЛП се охрабрува да ги сподели со јавноста информациите во врска со новите методологии за спроведување инспекции (на пр. онлајн инспекции), нови



алатки за комуникација, како што е просторот за комуникација на ОЗЛП на веб страницата на Дирекцијата, поднесување на иницијативи за спроведување на инспекциски надзор и жалби итн. Ова би ги олеснило контактите помеѓу различните учесници во националниот систем за заштита на личните податоци и би промовирало нови механизми за комуникација, земајќи ги предвид тековните технолошки достигнувања;

- *Промовирање и информирање за тековни активности на ДЗЛП, вклучувајќи активности за јакнење на капацитетите на ДЗЛП.* Со ова би се овозможило контролорите да се вклучат во активности кои се отворени за јавноста или да му се обратат на ДЗЛП во случај на прашања кои ги загрижуваат.

**КИП:**

- *Број на предмети од јавен интерес, каде ДЗЛП однапред објавува дека е отпочната официјална постапка, и*

- *Број на предмети од јавен интерес, каде широката јавност е информирана за резултатите / наученото за предметот.*

- *Резултати на промоторите, базирани брз анкети помеѓу засегнатите страни кои имаат интеракции со ДЗЛП.*

**Комуникациска цел 14:** *Зајакната интерна комуникација и вклученост на вработените во ДЗЛП во спроведувањето на комуникациската стратегија.*

*Клучна комуникациска порака:*

***И ти си медиум!***

**Планирани активности:**

- *Придонесот на службените лица на ДЗЛП за спроведување на Комуникациската стратегија.* Годишниот работен план на секое службено лице на ДЗЛП и годишниот евалуациски извештај треба да вклучува информации за неговата/нејзината улога во реализација на Стратегијата, придонесот во спроведувањето како и анализа на евентуалните проблеми. Вработените во ДЗЛП има клучна улога во реализација на комуникациската стратегија бидејќи одржуваат интензивна комуникација со јавноста на секојдневна основа. Нивното однесување кон јавноста треба да биде целосно усогласено со пораките и информациите кои официјално се најавуваат од ДЗЛП во однос на релевантните трендови или конкретните случаи.



- *Взаемна комуникација и размена на знаења и информации кај службените лица на ДЗЛП во врска со тековниот статус на процесот на комуникација со надворешната јавност со помош на следниве средства: презентации, работни состаноци, неформални собири или други неформални форми на внатрешна комуникација. Ова ќе им помогне на вработените на ДЗЛП да бидат дел од процесот на комуникација и да споделуваат еднакви информации и новости за тековниот статус на процесот на надворешна комуникација. Во својата комуникација со јавноста, вработените во ДЗЛП секогаш дејствуваат како претставници на институцијата. Оттаму, тие треба да дејствуваат во целосна хармонија со „јавните“ комуникации. Раководството на ДЗЛП треба да се погрижи персоналот на ДЗЛП да биде навремено информиран за секое клучно прашање поврзано со заштитата на личните податоци или развојот на односите со јавноста и очекуваните трендови и предизвици. Таквиот пристап би обезбедил еднообразност на пораките кои се пренесуваат, и би придонел за спроведување на еднаква политика на сите нивоа.*

- *Проактивно известување на јавноста за големи и важни предмети. Има силна потреба ДЗЛП да ги соопштува важните предмети во јавност со превентивна цел, за да се стекне доверба и да се обезбеди транспарентност.*

**КИП:**

- *Број на вработените во ДЗЛП вклучени во комуникацијата насочена кон засегнатите страни врз основа на календарот на настани и медиуми*

**Стратешка цел 7 Ефикасно водење на меѓународни прашања**

**Комуникациска цел 15:** *информирање, комуникации, и соработка со меѓународните институции, тела и комисии ангажирани на активности за заштита на личните податоци (Одбор, ЕК, релевантни надзорни активности)*

*Клучна комуникациска порака:*

**ОЗЛП е органот задолжен за заштита на личните податоци кој има признаена и потврдена експертиза.**

**Планирани активности:**

- *Континуирано активно учество во меѓународни форуми и настани, учество во механизми за размена на искуства, примена на модели и имплементација на најдобри практики. Меѓународното вмрежување за ДЗЛП е од витално значење за неговата*



препознатливост и одржување на професионалниот капацитет. Ова може да се постигне со организирање и спроведување на билатерални или мултилатерални средби со поврзани надзорни власти или меѓународни формални или неформални мрежи и иницијативи како и учество во заеднички активности;

- *Јакнење на јавната свест за меѓународни прашања.* ДЗЛП треба да промовира одлуки од меѓународните судови за заштита на личните податоци и приватност (до општата јавност и институциите на Република Македонија).

**КИП:**

- *Бројот на јавно објавени меѓународни настани на кои учествувала ДЗЛП.*

**Стратешка цел 8   Обучен и мотивиран тим за да одговори на предизвиците**

**Комуникациска цел 16:** *Поттикнување на постојана само-едукација на вработените во ДЗЛП и поттикнување на имплементацијата на правична политика на човечки ресурси базирана врз заслуги за да ги мотивира луѓето и да обезбеди одржливост на работните резултати*

*Клучна комуникациска порака:*

***Секој од нас е вреден клучен фактор во организацијата на ОЗЛП со што се стимулира соодветното функционирање на надзорниот систем. Одржливоста на работните резултати на ОЗЛП зависи од нашите напори и постигнувања. Вреди да се остане и работи за каузата да се воспостави и следи политиките за заштита на личните податоци од страна на сите засегнати чинители во земјата.***

**Планирани активности:**

- *Постојани напори за јакнење на административните капацитети.* Раководството на ДЗЛП треба да инвестира во иницијативи за развој на човечките ресурси за да се мотивираат луѓето и да се обезбеди високо ниво на стручност и административни услуги.

- *Вработените во ДЗЛП да се информираат за сите тековни тенденции во полето на заштитата на личните податоци и приватноста.* За да се обезбедат соодветни консултации и совети и да се обезбеди надзор врз нивото на усогласеност во областа на приватноста, службените лица во ДЗЛП треба да видат вклучени во континуиран процес на само-едукација. Обуките може да варираат врз основа на потребите за обука и трендовите за заштита на личните податоци. Се препорачува



процесот на образование да се фокусира на обука за вештини за комуникација меѓу другото – службените лица во ДЗЛП треба да го комбинираат едноставниот разбирлив јазик додека истовремено се одржува високо ниво на професионална стручност. Земајќи ја предвид природата на заштитата на личните податоци и фактот што секогаш има две засегнати страни (субјект и контролор/обработувач на податоците), а друга многу важна тема за обука треба да биде концептот на управување и справување со конфликти.

**КИП:**

- Број на вработени кои учествуваат во обуки ориентирани кон комуникација
- Ниво на отворена и фер интерна комуникација во рамките на ДЗЛП – базирана врз анкета на вработените.





## МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА

---

Вистинската вредност на новата Комуникациска стратегија зависи од нивото на нејзиното спроведување.

Следењето на Комуникациската стратегија ќе се прави тековно, и согласно предвидената динамика и клучните индикаторите на перформансите (КИП) кои се дефинирани за секоја комуникациска цел. За потребите на мониторингот може да се развијат дополнителни алатки и инструменти за прибирање податоци.

Евалуација ќе се прави на годишно ниво согласно мерењата предвидени во интерната процедура на ДЗЛП за односи со јавност, а информациите ќе бидат објавени во рамки на Годишниот извештај на ДЗЛП. Усвоен е одделен документ за следење, спроведување и мерење на КИП со кој ќе се следи напредокот.

Ќе се изготви детален годишен Акциски план за практична реализација на предвидените активности, а успехот на секоја активност ќе се мери со едноставни индикатори за успех, кои се дефинирани за секоја активност.

### 1. Предложен модел за мониторинг на спроведувањето на Комуникациската стратегија

Комуникациската стратегија на ДЗЛП е потполно усогласена со Стратегијата за заштита на личните податоци за 2017-2022, и како таква, методологијата за мониторинг и имплементација на Стратегијата ќе биде исто така усогласена со мониторингот на имплементацијата на стратегијата за ЗЛП.

Комуникациските цели се исто така поврзани со стратешките цели – како комуникациски цели ориентирани кон исполнување на стратешките цели.

Согласно Комуникациската стратегија, Акцискиот план треба да се подготви за да се деталзираат задачите неопходни за реализација на Комуникациските цели. При дефинирање на активностите, како цели на мониторинг ќе се дефинираат, по можност, едноставни индикатори „лесни за проверка“ (критериуми за успех). Ова ќе го сочинува основното ниво на мониторингот.

При дефинирање на комуникациските цели се дефинира исто така и збирот на КИП (клучни индикатори на перформансите), сите од квантитативна природа, за да се измерат резултатите кои се постигнати во определено поле. Ова ќе го дефинира средното ниво на мониторинг.

Со оглед на тоа што главната цел на Комуникациската стратегија претставува придонес базиран врз комуникации кон севкупната имплементација на Стратегијата за заштита на



лични податоци, највисокото ниво на следењето на спроведувањето на Комуникациската стратегија треба да биде усогласено со мониторингот на имплементацијата на самата Стратегија за заштита на личните податоци.

Во следните поглавја ќе биде објаснет системот на предложените КИП и ќе биде предложен метод за оценка на резултатите.

## 2. Предложен систем на КИП

Предложените КИП

Во табелата наведена подолу ќе ја вклучиме најважната информација за КИП дефинирана со Комуникациската стратегија.



Стратешка цел	Комуникациска цел	Дефинирани КИП	Опис	Мерење
<p>СЦ1: Република Македонија е признаена како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци</p>	<p><b>Комуникациска цел 1:</b> Промовирање на новите Европски стандарди за заштита на личните податоци (како клучна гаранција за заштита на приватноста) кај различните засегнати страни во националниот систем за заштита на личните податоци и нивно помагање да го постигнат највисокото ниво на усогласеност</p>	<p>Бројот на настани на годишна основа со кои се промовираат европските стандарди и новиот закон за ЗЛП помеѓу контролорите или обработувачите</p>	<p>Ова е многу важно во првите години на спроведување на ОРЗЛП и новиот Закон за заштита на личните податоци</p>	<p>Календар на настани</p>
		<p>Нивото на свесност за клучните измени предизвикани од ОРЗЛП помеѓу контролорите или обработувачите</p>	<p>Број на контролори/обработувачи кои се запознаени со најважните измени кои ги донесува ОРЗЛП</p>	<p>Анкета на контролори/обработувачи</p>
		<p>Поголема свесност за важноста и практичната вредност на тоа Република Македонија да биде признаена како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци</p>	<p>Број на контролори/обработувачи на кои им јасна важноста на препознавањето на адекватност во различните групи: контролори во државната администрација, контролори во меѓународните компанији, министерства задолжени за подготовка на закони / владата</p>	<p>Анкета помеѓу клучните групи на засегнати страни</p>



	обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци			
<p>СЦ2: Воспоставување на самоодржлив систем за заштита на личните податоци што ќе обезбеди соодветно ниво на заштита на личните податоци</p>	<p><b>Комуникациска цел 3:</b> Ефективна комуникација за улогата и мисијата на ДЗЛП до сите засегнати страни и јакнење на позицијата на Дирекцијата на признаен заштитник и промотор на правото за заштитата на личните податоци на физичките лица</p>	Ниво на свесност на ДЗЛП	Број на испитаници кои ја препознаваат клучната улога на ДЗЛП и начините на кои можат да ја заштитат својата приватност и личните податоци	Редовни анкети / испитување на јавното мислење
		Статистички показатели на различните комуникациски канали на ДЗЛП	Овој индикатор укажува на нивото на практична свесност (ниво на користење) на ДЗЛП	Статистика за посети
	<p><b>Комуникациска цел 4:</b> Промовирање и информирање на контролорите и обработувачите на лични податоци како</p>	Број на контролори/ обработувачи кои јавно ги објавуваат контакт податоците на нивните ОЗЛП	Број на контролори/обработувачи кои ги прават јавно и лесно достапни контакт-податоците на нивните ОЗЛП наспроти севкупниот број на контролори/обработувачи кои имаат ОЗЛП	Базирана врз стандардните прашања за надзор и врз исказите на контролорите



	<p><i>и на генералната јавност за важноста на позицијата на ОЗЛП, за мисијата и улогата која ја играат во националниот систем за заштита на личните податоци</i></p>	<p>Ниво на свесност и знаење на јавноста за улогата на ОЗЛП</p>	<p>Број на испитаници кои се свесни за клучната улога на ОЗЛП што укажува како општата јавност е запознаена со нејзините потенцијални контакти со контролорите / обработувачите.</p>	<p>Анкета на јавното мислење</p>
	<p><b>Комуникациска цел 5:</b> <i>Јакнење на свесноста, знаењето и нивото на информираност на ОЗЛП согласно новата законска рамка за заштита на личните податоци</i></p>	<p>Бројот на редовни посетители на просторот на ОЗЛП на веб страницата на ДЗЛП</p>	<p>На веб страницата на ДЗЛП има простор кој е посебно наменет за ОЗЛП. Бројот на редовни посетители наспроти севкупниот број на ОЗЛП е добра мерка за интересот на ОЗЛП</p>	<p>Статистика за посетителите на просторот на ОЗЛП</p>
		<p>Бројот на материјали/водичи дистрибуирани помеѓу ОЗЛП</p>	<p>Поддршка на активностите на ОЗЛП преку материјали и водичи е клучна за нивното изготвување</p>	<p>Листа на публикации</p>
		<p>Број на ОЗЛП кои учествуваат на настани организирани за ОЗЛП и бројот на учесници во нив</p>	<p>Бројот на учесници наспроти бројот на поканети ОЗЛП го отсликува интересот на ОЗЛП. Доколку ваквите настани нудат вистинска вредност за ОЗЛП, нивната желба за учество ќе порасне.</p>	<p>Списоци на поканети ОЗЛП и учесници</p>



<p>СЦЗ: Континуирано зголемување на јавната свест и културата на заштита на личните податоци</p>	<p><b>Комуникациска цел 6:</b> Промовирање и информирање на јавноста за нивните права во однос на заштита на личните податоци како и важноста на заштитата на личните податоци, со оглед на новите технолошки предизвици и новата законска рамка за заштита на личните податоци</p>	<p>Ниво на свесност за правата во врска со ЗЛП (базирано врз редовни или насочени анкети на јавното мислење)</p>	<p>Од суштинска важност е да се има редовен фидбек за јакнењето на нивото на свесност на општата јавност и посебните групи. За ова се потребни анкети, испитувања на јавното мислење, со стандардна група прашања (за општа проценка) и збир на посебни прашања за одделни групи.</p>	<p>Редовни анкети / испитување на јавното мислење</p>
	<p><b>Комуникациска цел 7:</b> Имплементирање на ефикасна превентивна политика за поголема усогласеност со меѓународно признаените стандарди и задолжителни барања во областа на заштита на личните податоци</p>	<p>Број на контролори / обработувачи кои имаат политики на заштита на личните податоци</p>	<p>Ова покажува како се прима и испраќа пораката на ДЗЛП за важноста на ефикасната политика за заштита на личните податоци.</p>	<p>Базирано врз редовни анкети на контролори/обработувачи</p>
	<p><b>Комуникациска цел 8:</b> Промовирање на</p>	<p>Бројот на настани за промовирање и</p>	<p>На ваквите настани може или да се промовираат заинтересираните групи</p>	<p>Календар на настани</p>



	<i>примената на механизми за саморегулација за поголема транспарентност и сигурност и за контролорите односно обработувачите и за субјектите на лични податоци</i>	поддршка на групите за подготовка на само-регулацијата.	на контролори да започнат со изготвување на механизми за саморегулација или може да ги поддржат во создавање на вистински ефикасен кодекс на однесување.	
СЦ4: Постојано подобрување на законската усогласеност од контролорите и обработувачите на лични податоци	<b>Комуникациска цел 9:</b> <i>ДЗЛП да се насочи на активности за подигање на свеста на контролорите и обработувачите за важноста и потребата на различни алатки за јакнење на отчетноста</i>	Свесност кај контролорите и обработувачите за алатките за отчетност	Бројот на корисници кои ги познаваат различните алатки за отчетност, користење на посебни алатки, покажуваат колку се прогресивни и проактивни во усогласување со законските одредби	Редовна анкета помеѓу контролори/обработувачи
		Бројот на настани / публикации од ДЗЛП во кои се промовира примената на алатки за отчетност	Со овие настани / публикации дури и може да се промовира почетокот на изработка и применат алатките за отчетност за контролорите / обработувачите	Календар на настани Листа на публикации
СЦ5: Постојана соработка со партнерите	<b>Комуникациска цел 10:</b> <i>Унапредување на соработката со јавниот, приватниот и граѓанскиот сектор, медиумите, народниот правобранител и</i>	Бројот на прифатени покани за настани од различни категории	Бројот на учесници покажува колку се заинтересирани различните партнери за соработка и колку настаните од ваков тип можат да придонесат кон нивните активности	Листа на поканети лица и учесници



	<p>останатите за прашања кои се однесуваат на заштита на личните податоци, согласно законската рамка за ЗЛП</p>			
	<p><b>Комуникациска цел 11:</b> Едукација, унапредување и зголемување на свесноста на младите и децата како и на сите групи (родители, деца професори) вклучени во младинскиот образовен процес во врска со ЗЛП</p>	<p>Број на деца (од различни возрастни групи) кои се на социјалните мрежи и се свесни за важноста на заштитата на нивните лични податоци/приватност</p>	<p>Оваа информација е клучна, и ја покажува вистинската ранливост на децата и резултатите на сите напори за намалување на истата</p>	<p>Редовни анкети / испитување на јавното мислење</p>
		<p>Број на родители кои применуваат напредни алатки за ЗЛП и на приватноста на нивните деца.</p>	<p>На оваа информација се прикажани резултатите на напорите да се зголеми одговорноста на родителите</p>	<p>Редовни анкети / испитување на јавното мислење</p>
		<p>Број на учесници на настани/обуки организирани за различни целни групи.</p>	<p>Стапката на учество покажува колку се заинтересирани различните целни групи за ова клучно прашање</p>	<p>Листа на поканети лица и учесници</p>



<p>СЦб: Зголемена ефикасност на управните постапки</p>	<p><b>Комуникациска цел 12:</b> <i>Промоција на воведувањето и спроведување на нови технологии во основните дејности на ДЗЛП насочени кон контролорите, обработувачите, и субјектите на личните податоци</i></p>	<p>Број на предмети / прашања кои доставени од субјекти преку интернет, и прифаќање на целосна онлајн процедура</p>	<p>Ова покажува колку е познат иновативниот канал на ДЗЛП, колку е прифатен и применлив за различните чинители</p>	<p>Статистика за користење на онлајн платформата</p>
	<p><b>Комуникациска цел 13:</b> <i>Транспарентност, отчетност и одговорност во врска со операциите на Дирекцијата за заштита на личните податоци</i></p>	<p>Број на предмети од јавен интерес, каде ДЗЛП однапред објавува дека е отпочната официјална постапка</p>	<p>Тука е прикажано колку е проактивна ДЗЛП кога ќе се појави некое важно прашање кое се однесува на ЗЛП (сомневање за сериозно нарушување на безбедноста на личните податоци или за инцидент од поголеми размени, итн) - главен елемент на одговорност</p>	<p>Базирано врз редовни анкети на медиумите/печатот и анкета на објавите и одлуките на јавните тела и сопствените медиумски настапи</p>
	<p>Резултати на промоторите, базирани брз анкети помеѓу засегнатите страни кои имаат интеракции со ДЗЛП</p>	<p>Број на предмети од јавен интерес, каде широката јавност е информирана за резултатите / наученото за предметот</p>	<p>Ова ја демонстрира транспарентноста и отчетноста на ДЗЛП</p>	<p>Овој индикатор (со скала од 0-10) ја прикажува вистинската доверба во ДЗЛП: како поранешните „клиенти“ на ДЗЛП им предлагаат на другите да контактираат со ДЗЛП во случај на проблеми/прашања со ЗЛП. (Ова е</p>



			најефикасниот индикатор на задоволството на потрошувачите во деловниот свет. 0 значи „не оди таму, не го решаваат проблемот“; а 10 значи „оди таму, можеш да се потпреш на нив, успешни се во решавање на проблемите). Ова може да се однесува на различни категории: од субјекти до контролори на личните податоци...	
	<b>Комуникациска цел 14:</b> Зајакната интерна комуникација и вклученост на вработените во ДЗЛП во спроведувањето на комуникациската стратегија	Број на вработените во ДЗЛП вклучени во комуникацијата насочена кон засегнатите страни	Ова го прикажува интензитетот и практичноста на комуникациите на ДЗЛП, но и за ова се потребни подготовки	Базирано врз календар на настани и медиумско присуство
СЦ7: Ефикасно водење на меѓународни прашања	<b>Комуникациска цел 15:</b> Информирање, комуникации, и соработка со меѓународните институции, тела и комисии ангажирани на активности за заштита на личните податоци (Одбор и ЕК)	Бројот на јавно објавени меѓународни настани на кои учествувала ДЗЛП.	Ова е дел од транспарентноста и ја покажува на јавноста дека ДЗЛП е меѓународно призната и активна	Базирано врз календар на настани и медиумско присуство



СЦ8: Обучен и мотивиран тим за да одговори на предизвиците	<b>Комуникациска цел 16:</b> Поттикнување на постојана самостојна едукација на вработените во ДЗЛП и поттикнување на имплементацијата на правична политика на човечки ресурси базирана врз заслуги за да ги мотивира луѓето и да обезбеди одржливост на работните резултати	Број на вработени кои учествуваат во обуки ориентирани кон комуникација		Базирано врз извештаи за обуки
		Ниво на отворена и фер интерна комуникација во рамките на ДЗЛП – базирана врз анкета на вработените	Внатрешната и надворешната комуникација не може да се изолирани една од друга. Само мотивирани вработени може да ја претставуваат ДЗЛП на коректен и професионален начин	Базирано врз редовни интерни анкети



## Евалуација на напредокот, базиран врз КИП

Погоре прикажаните 27-те КИП се доволни за мерење на напредокот на имплементацијата на комуникациската стратегија. Доколку се евидентира значителен напредок кај повеќето од КИП, може да се каже дека од комуникациска гледна точка, ДЗЛП го вложила својот максимум да ја реализира мисијата дефинирана со стратегијата.

Може да постојат некои критериуми, кои се базираат врз анкети на јавното мислење или интерни прашалници преку кои се добиваат податоци врз база на субјективни мислења.

Во таквите случаи важно е

- Добро да се дефинираат прашањата и да се одговори на категориите, за да се минимизираат разликите во толкувањето
- Да се користи стабилен склоп на стандардни прашања, затоа што само во таков случај можеме да очекуваме податоци подобни за покажување на реалните тенденции
- Да се користи широк анализиран примерок за да се намалат статистичките грешки.

Со користење на овој општ метод, резултатите од анкетите може да се сметаат дека се точни и релевантни, дури и доколку лицата кои учествуваат од анкетите го даваат нивното субјективно мислење. Оттаму, се препорачува да се анкетираат експерти за потребите на изготвување на екстерни или интерни анкети.

Оценката на севкупниот напредок треба да се прави на квартална и годишна основа:

- Менаџментот на дирекцијата треба да го провери статусот и да ги дефинира корективните чекори на квартална основа.
- Се предлага годишните резултати да се презентираат и да се разгледуваат пред целиот персонал веднаш по утврдување на бројките од годишните резултати, по можност на почетокот на следната година. Ваквите состаноци на целиот персонал треба да се искористат за да се вклучат и активираат сите, да се освежи нивната мотивација итн.

Доколку не се утврди значителен напредок (или пак назаднување) во врска со реализацијата на која било од целите, треба да се утврдат причините за проблемот и треба да се дефинираат корективни мерки. Тоа може да бидат:



- Доколку приоритетот на целта е сè уште висок, активностите за реализација на таа цел се исто така релевантни и поради тоа треба да се обезбеди дополнително внимание и/или ресурси од страна на менаџментот, или
- Доколку приоритетот на целта е сè уште висок, а извршените активности не резултирале во приближување до целта, тогаш активноста треба да се ревидира, или
- Проверка на релевантноста на целта (дали има повисок приоритет).

Извештаите за напредок треба да ги подготвува мал но постојан тим. Тие треба да имаат пристап до сите релевантни бази на податоци. По добивањето на потребните влезни податоци од базите на податоци, тие ги проверуваат податоците, ги внесуваат во ексел табелите кои ги пресметуваат КИП (доколку самата база на податоци не може да ги генерираат дадените КИП), и ги генерираат потребните дијаграми. Тие исто така подготвуваат кратка информација (заднинска информација) за напредокот / стагнирањето / застојот, и доколку имаат некаков предлог за подобрување на состојбата, ги формулираат и тие предлози исто така.

Се подготвува сличен образец на извештај за напредокот и истиот се предлага како извештај за напредокот на самата стратегија.

КИП треба да се презентираат и во Годишниот извештај на Дирекцијата исто така.

### 3. Евалуација на критериумите за успех на активностите

За да се направи евалуација на критериумите за успех на годишниот акциски план, треба да се следи методологијата дадена во документот „Предлог за следење на имплементацијата на стратегијата за заштита на личните податоци 2017-2022”.



## ПЛАН ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА

---

Како дел од оваа Комуникациска стратегија е изготвен Акциски план за едногодишен период февруари 2018 – февруари 2018 за чиешто спроведување ДЗЛП ќе назначи работно место во својата систематизација за лице задолжено за планираните активности и резултати. Ова лице ќе биде надлежно за:

- предлагање, организирање и развивање активности во рамки на комуникациските цели;
- подготовка на поединечни планови и проекти кои произлегуваат од акцискиот план, а во соработка со останатите вработени во ДЗЛП;
- следење на спроведените активности и нивните резултати, вклучувајќи спроведување на редовни анкети или посебни анкети насочени на определена целна публика;
- предлагање измени или дополнувања на Акцискиот план како одговор на опкружувањето кое се менува и/или ограничените ресурси во ДЗЛП.
- предлагање Акциски план за секој следен едногодишен период;



## АКЦИСКИ ПЛАН

Потребни активности	Очекувани резултати	Критериуми за успех	Одговорно лице	Ресурси	Период
<b>Комуникациска цел 1:</b> <i>Промовирање на новите Европски стандарди за заштита на личните податоци (како клучна гаранција за заштита на приватноста) кај различните засегнати страни во националниот систем за заштита на личните податоци и нивно помагање да го постигнат највисокото ниво на усогласеност</i>					
<b>Клучна комуникациска порака:</b> <i>Личните податоци се во основата на многу политики и деловни активности. Сепак, ова не треба да се гледа како пречка, туку како одраз на свесноста за приватност на целото општество.</i>					
1. Објавување на веб страницата на ДЗЛП на концизни информации за новите аспекти на ЗЛП (заштита на личните податоци) согласно новиот нацрт-закон	Генералната јавност е подобро запознаена со новите стандарди за ЗЛП	- Број на објавени информативни материјали и статии објавени на веб-страницата на ДЗЛП; - Број на посетители на веб страницата	Одделението за обуки на ДЗЛП  Портпаролот	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон
2. Објавување во медиумите на материјали за поголема информираност за клучните аспекти од јавен интерес кои се однесуваат на новиот режим за ЗЛП	Привлекување на општото внимание на јавноста на клучни прашања од ЗЛП	- Број на публикации	Одделението за обуки на ДЗЛП  Портпаролот	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон



3. Објавување на летоци за конкретни теми за ЗЛП (како што се согласноста, интегрирана заштита на приватноста, оценка на влијанието на ЗЛП)	Поголема свесност на јавноста	- Број на изготвени и дистрибуирани летоци	Одделението за обуки на ДЗЛП	Потребни се финансиски ресурси за дизајнирање и објавување на летоци	По донесување на новиот закон
4. Изготвување на модел документи и обрасци со практични упатства (пр. како да се спроведе оценка на влијанието) и објавување на истото на веб страницата на ДЗЛП	Подобро разбирање на обврските на контролори/обработувачи и намалување на недоразбирањата како и непридржување кон законските барања	- Број на изготвени и објавени документи	Раководител на Сектор за инспекциски надзор	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон
<b>Комуникациска цел 2: Подигање на свеста на различните чинители во националниот систем за заштита на личните податоци за важноста и практичната вредност на признавањето на Република Македонија како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Една земја која обезбедува соодветно ниво на заштита ќе се погрижи за слободен проток на податоци кон приватниот, јавниот и граѓанскиот сектор кои се основани или кои работат на територија на Република Македонија</b>					
Организирање и одржување на тркалезни маси и дискусии со контролори и	Зголемена свесноста на засегнатите чинители	- Број на тркалезни маси	Раководители на сектори	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019



обработувачи од приватниот, јавниот и граѓанскиот сектор на темата „Соодветно ниво на заштита на личните податоци - цели и вредности“					
Изготвување на материјали за зголемување на свесноста за поимот на соодветно ниво на заштита	Директна вклученост на засегнатите страни во каузата “Република Македонија како земја која обезбедува соодветно ниво на заштита на личните податоци“	- Број на информативни материјали - Број на контролори/обработувачи на кои им се дистрибуирани информативни материјали	Раководители на сектори	Потребни се финансиски издвојувања	2018-2019
<b>Комуникациска цел 3: Ефективна комуникација за улогата и мисијата на ДЗЛП до сите засегнати страни и јакнење на позицијата на Дирекцијата на признаен заштитник и промотор на правото за заштитата на личните податоци</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Дирекцијата за заштита на личните податоци е единствениот орган во земјата чишто редовни активности се посветени на јакнење на приватноста на личните податоци на физичките лица што оди во прилог на добросостојбата на лицата кои престојуваат во Република</b>					
1. Интервјуа и статии во медиумите на различни теми	Зголемено присуство во медиумите и подобро објаснета улога и мисија на ДЗЛП	- Број на интервјуа и објавени статии	Директор на ДЗЛП	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019
2. Состанок со народниот правобранител, парламентарниот комитет, НВО и грански здруженија	Интензивирано присуство на ДЗЛП во јавниот живот	- Број на остварени контакти и состаноци, како и разменети преписки; - Бројот на преземени иницијативи;	Директор на ДЗЛП	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019



3. Организирање на отворени иницијативи	Потранспарентна и повидлива мисија и активности на ДЗЛП	- Број на иницијативи; - Број на посетители;	Генерален секретар	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019
<b>Комуникациска цел 4: Промовирање и информирање на контролорите и обработувачите на лични податоци како и на генералната јавност за важноста на позицијата на ОЗЛП, за мисијата и улогата која ја играат во националниот систем за заштита на личните податоци</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Офицерите за заштита на личните податоци имаат силна превентивна улога во националниот систем за заштита на личните податоци. Од нив се бара да даваат совети за различни прашања за заштита на личните податоци и да применуваат интересен мониторинг на усогласеноста на контролорите / обработувачите со законот и релевантните задолженија</b>					
1. Изготвување на писма до главните организации на контролорите во однос на нивната обврска на назначат ОЗЛП со детален опис на неговите улоги и функции.	Потенцирано е вниманието на контролорите и обработувачите на ОЗЛП	- број на испратени писма; - број на контакти со други организации и тела со барање за помош во процесот на дистрибуирање на информации;	Генерален секретар	Финансиски издвојувања потребни за поштенски услуги	2018-2019
2. Изготвување на информативни текстови во однос на мисијата на ОЗЛП, улогата и функциите и нивно објавување на веб страницата на ДЗЛП или објавување и дистрибуирање помеѓу контролори и обработувачи	Зголемена свесност на општата јавност	- Број на посетители на веб страницата на ДЗЛП; - Број на испечатени и дистрибуирани летоци;	Одделение за обуки Портпарол	Финансиски издвојувања потребни за печатење на летоци	По донесување на новиот закон
3. Редовно одржување на обуки за ЗЛП или на специјализирани обуки на конкретни	Зголемено знаење за функциите на ОЗЛП	- Број на обуки; - Број на учесници; - Повратен одговор од обуките;	Одделение за обуки	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон



теми (како што се ОЗЛП)					
<b>Комуникациска цел 5: Јакнење на свесноста, знаењето и нивото на информираност на ОЗЛП согласно новата законска рамка за заштита на личните податоци.</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Вие сте клучниот промотор на културата на заштита на личните податоци во организацијата на контролорот/обработувачот и неговиот главен советник по сите прашања поврзани со заштита и обработка на личните податоци</b>					
<b>1. Спроведување на редовни обуки за ОЗЛП за конкретни или општи прашања кои се однесуваат на ЗЛП</b>	Зголемено ниво на стручност и знаење на ОЗЛП	- Број на обуки; - Број на ОЗЛП кои учествуваат на обуките	Одделение за обуки	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон
<b>2. Периодично организирање на е-конференции за прашања поврзани со ЗЛП кои се чинат важни за ДЗЛП и за редовно одржување на форуми на ОЗЛП</b>	Зголемено знаење и дистрибуирање на информации помеѓу ОЗЛП во голем обем; Воспоставување и размена на најдобри практики;	- Број на е-конференции и е-форуми; - Број на ОЗЛП кои учествуваат во е-конференциите и е-форумите;	Раководители на сектори	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019
<b>4. Дистрибуирање на прирачници за ОЗЛП и видео клипови изготвени во рамките на проектот</b>	Олеснета работата на ОЗЛП и постигната воедначена практика	- Број на дистрибуирани прирачници; - Број на настани на кои учествуваат ОЗЛП; - Број на гледачи на видео клипот за ОЗЛП на веб страницата на ДЗЛП	Раководители на сектори	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019
<b>Комуникациска цел 6: Промовирање и информирање на јавноста за нивните права во однос на заштита на личните податоци како и важноста на заштитата на личните податоци, со оглед на новите технолошки предизвици и новата законска рамка за заштита на личните податоци.</b>					



**Клучна комуникациска порака: Вашите лични податоци се вредни, и нивната обработка мора да биде транспарентна. Бидете свесни на кого му ги откривате своите приватни информации, и зошто.**

**Секогаш кога од вас ќе ги побараат вашите лични податоци, информирајте се за причината за тоа, колкав обем на податоци ќе бидат доволни за постигнување на целта за која се собираат, како и за временската рамка во која тие ќе бидат избришани**

<p><b>1. Одржување на веб страна, промоција на нови содржини, изработка на видеа, прирачници и други печатени материјали</b></p>	<p>Подобрена посетеност на веб страната</p> <p>Јавноста е поблиску запознаена со надлежностите на ДЗЛП и карактеристиките на предметот на работа</p>	<p>- Број на посети на веб страна - Број на дистрибуирани копии од прирачници и други печатени материјали - Број на објавени нови содржини на веб на месечно ниво</p>	<p>Лице за односи со јавност</p> <p>Раководител и на сектори</p> <p>Лица задолжени за одржување на веб страна</p>	<p>Потребни се средства за објавување на информации, изготвување и одржување на веб сајтот на ДЗЛП од страна на надворешни експерти</p>	<p>Континуирано</p>
<p><b>1. ТВ промоција и информирање</b></p>	<p>Зголемен опфат и информираност на јавноста преку ТВ настапи</p>	<p>-број на настапи на електронски медиуми</p>	<p>Директор на ДЗЛП; Портпарол</p>	<p>Не се потребни посебни издвојувања</p>	<p>Континуирано</p>
<p><b>2. Промоција на механизми за информирање по однос на правото за ЗЛП и тоа: постојани рубрики во весник, радио гостувања, Facebook страна, веб страна, Twitter и сл.</b></p>	<p>Зголемен опфат и информираност на јавноста</p>	<p>- Број на остварени комуникации преку интернет  - Број на остварени комуникации преку печатени медиуми</p>	<p>Портпарол</p>	<p>Не се потребни посебни издвојувања</p>	<p>Континуирано</p>



		- Број на посети и лајкови на Фејсбук			
<b>3. Одбележување на значајни датуми и тоа:</b> - 28 јануари европски ден за заштита на лични податоци - 22 јуни роденден на ДЗЛП	Институциите и јавноста имаат повеќе информации за заштитата на личните податоци и улогата на ДЗЛП: Најмалку 70% од поканетите ги посетиле настаните	- % на присутни учесници од поканетите на организираните настани	Лице за односи со јавност  Раководител и на сектори	Трошоци за изнајмување простор  Трошоци за експерти, говорници Трошоци за коктел	јануари 2019  мај, јуни 2018 и 2019
<b>Комуникациска цел 7: Имплементирање на ефикасна превентивна политика за поголема усогласеност со меѓународно признаените стандарди и задолжителни барања во областа на заштита на личните податоци.</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Инвестирање во ресурси и поголемо знаење за заштита на податоците е најуспешната политика на заштита на личните податоци. Не се потпирајте на шансата да не бидете повикани на одговорност во случај на повреда или злоупотреба на заштитата на личните податоци</b>					
<b>1. ДЗЛП да издаде препораки и упатства до ОЗЛП за минималниот обем на програми за обука и иницијативи за јакнење на свеста за вработените кај контролорот/обработувачот.</b>	Знаење на вработените за прашања поврзани со ЗЛП	- Број на консултации кои се нудат на ОЗЛП во врска со спроведување обуки - Број на обуки спроведени од ОЗЛП (се препорачува да се достави повратен одговор до ОЗЛП)	Одделение на ДЗЛП за обука	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019
<b>2. ДЗЛП да достави информации за обврските на контролорите/обработувачите</b>	Поголемо разбирање на обврските за ЗЛП и обезбедување еднообразна имплементација	- Бројот на информативни материјали доставени на	Директор на ДЗЛП / Генерален секретар	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано



тувачите и да издаде препораки и упатства за механизмите на нивна примена		контролорите / обработувачите; - Број на консултации и советодавни сесии;			
3.Инспекциски надзор на ДЗЛП по кој следи давање на упатства и едукација на субјектите - контролори/обработувачи кои биле предмет на инспекција	Обезбедена имплементација на превентивните мерки	- Број на инспекциски надзори кои резултираат со давање на упатства и едукација на инспектирани контролори/обработувачи; - Бројот на доброволно имплементирани решенија по инспекцискиот надзор;	Раководител на секторот за инспекциски надзор	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано
<b>Комуникациска цел 8: Промовирање на примената на механизми за само-регулација за поголема транспарентност и сигурност и за контролорите односно обработувачите и за субјектите на лични податоци</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Обработката на податоци мора да се спроведе на правичен и транспарентен начин за субјектите на лични податоци и да биде соодветно документирана. Примената на кодексот на однесување и другите алатки за саморегулација е силна порака за субјектите на лични податоци дека нивните податоци се чуваат на соодветен начин</b>					
1. Донесување на подзаконски акти за техничките стандарди на механизмите за сертификација на ЗЛП како и на	Примена на еднообразни законски правила, и законска извесност	- Изготвени подзаконски акти	Генерален секретар	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон



печатите и ознаките за ЗЛП, на механизмите за унапредување и препознавање на механизмите за сертификација, печатите и ознаките.					
2. Воспоставување на мрежа на тела за сертификација	Потранспарентна и пообјективна постапка за сертификација	- Усвоени критериуми	Генерален секретар	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон
3. Издавање на препораки и упатства за изготвување на кодекси на однесување	Заедничко разбирање на содржината и вредноста на изготвување и донесување на кодексите на однесување	- Бројот на информативни материјали / упатства	Генерален секретар	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон
<b>Комуникациска цел 9: ДЗЛП да се насочи на активности за подигање на свеста на контролорите и обработувачите за важноста и потребата на различни алатки за јакнење на отчетноста.</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Можеби нема да се демонстрира усогласеност со законот доколку претходно не биле евидентирани и наведени примери на исполнување на обврските за заштита на личните податоци. Примената на алатки за поголема отчетност е истовремено и обврска за контролорите / обработувачите, но и соодветна алатка за демонстрирање на усогласеноста со законот</b>					
1. Изготвување на практично-ориентирани упатства и текстови за појаснување во врска со концептот на отчетност и транспарентност	Зголемено знаење за новите клучни прашања за ЗЛП и нивна соодветна имплементација во пракса	- Бројот на информативни материјали кои се објавени и/или дистрибуирани	Раководител на секторот за инспекциски надзор и Раководителот на секторот на општи и правни работи	Не се потребни посебни издвојувања	По донесување на новиот закон
2. Изготвување обрасци и листи за проверки како	Зголемено разбирање на клучните аспекти	- Број на изготвени и објавени обрасци и листи за проверки	Генерален секретар	Не се потребни посебни издвојувања	2018-2019



<p>упатство за контролорите и обработувачите како да ги имплементираат алатките за отчетност (пр. за оценка на влијанието на ЗЛП, известување за нарушување на безбедноста на ЗЛП)</p>	<p>на ЗЛП на новата законска рамка</p>				
<p><b>Комуникациска цел 10: Унапредување на соработката со јавниот, приватниот и граѓанскиот сектор, медиумите, народниот правобранител и останатите за прашања кои се однесуваат на заштита на личните податоци, согласно законската рамка за ЗЛП</b></p>					
<p align="center"><b>Клучни комуникациски пораки:</b></p> <p align="center"><i>За медиумите:</i></p> <p align="center"><b>Професионалното новинарство подразбира почитување на правото на приватност и заштита на личните податоци</b></p> <p align="center"><i>За граѓанскиот сектор:</i></p> <p align="center"><b>Граѓанскиот сектор е важна алатка и партнер за зголемување на јавната свест за важноста и заштитата на личните податоци</b></p> <p align="center"><i>За јавните институции:</i></p> <p align="center"><b>Меѓуинституционалната соработка доведува до ефикасен систем за заштита на личните податоци</b></p>					
<p><b>1. Организирање обуки, семинари, локални промотивни настани</b></p>	<p>Општини и граѓански организации вклучени во активностите на ДЗЛП на локално ниво за подобрување на свеста кај јавноста за заштитата на личните податоци</p>	<p>- број на вклучени општини - број на вклучени граѓански организации</p>	<p>Одделението за обука при ДЗЛП</p>	<p>Трошоци за организација на настани</p>	<p>Периодично</p>
<p><b>2. Подготовка и објава на текстови со примери, пораки и</b></p>	<p>Подобрена информираност на институциите и</p>	<p>-број на објавени текстови</p>	<p>Раководител на сектор за европска интеграција, проекти</p>	<p>Потребно е да се финансира преводот на материјали</p>	<p>Периодично</p>



документи од меѓународни институции и организации кои работат во областа на заштита на човекови права, механизми за заштита (Европскиот суд за човекови права)	медиумите за конкретни примери, случаи и сл.		и меѓународна соработка		
3. Учество на настани по покана на други институции и организации	Подобра застапеност на ДЗЛП во процесите на креирање политики во областа на човековите права: -учество на најмалку 80% од настаните на кои е поканета ДЗЛП	-% на настани на кои учествувала ДЗЛП	Раководители на сектори и други вработени номинирани за учество	Трошоци за патување и престој на настани организирани во странство и надвор од Скопје	Континуирано
<b>Комуникациска цел 11: Едукација, унапредување и зголемување на свесноста на младите и децата како и на сите групи (родители, деца професори) вклучени во младинскиот образовен процес во врска со ЗЛП</b>					
<p><b>Клучна комуникациска порака:</b></p> <p style="text-align: center;"><i>За младите и децата:</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Имаш обврска и одговорност да ги чуваш своите лични податоци, и туѓите (доколку имаш пристап до нив) и да бидеш свесен каде и кому ги даваш на користење и зошто. Никога не ги откривај своите лични информации чисто заради забава</b></p> <p style="text-align: center;"><i>За родителите:</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Имаш обврска и одговорност да ги заштитиш личните податоци на своето дете, да го научиш како да ги штити своите лични податоци и да пријавиш каква било злоупотреба на личните податоци за која знаеш</b></p> <p style="text-align: center;"><i>За наставниците / професорите:</i></p> <p style="text-align: center;"><b>Континуирано едуциран наставен кадар во областа за заштита на личните податоци придонесува за намалување на ризикот од злоупотреба на личните податоци на младите од каков било вид</b></p>					



<p><b>1.Организирање работилници за наставници и родители</b></p>	<p>Подобрено знаење и информираност кај родителите и наставниците за правото на заштита на личните податоци, алатките и механизмите: - Организирана најмалку една работилница со родители и една работилница со наставници</p>	<p>-Број на организирани работилници</p>	<p>Релевантно вработено лице во ДЗЛП назначено за задолжено за конкретниот настан</p>	<p>Трошоци за освежување</p>	<p>2018-2019</p>
<p><b>2.Организирање работилници со ученици во училиштата низ Скопје и пошироко во Македонија</b></p>	<p>Најмалку 500 ученици го подобри своите знаења за заштита на личните податоци и правото на приватност, алатките и механизмите</p>	<p>-Број на учесници на работилниците</p>	<p>Релевантно вработено лице во ДЗЛП задолжено за конкретниот настан</p>	<p>Трошоци за освежување Патни трошоци</p>	<p>2018-2019</p>
<p><b>3.Организирање обука за тренери со претставници на граѓанските организации</b></p>	<p>-Подготвена тренинг програма -Најмалку 20 учесници од три граѓански организации се вклучени во ОНТ -Изготвен заеднички проект со граѓанските организации</p>	<p>-број на вклучени членови на граѓански организации  -број на вклучени граѓански организации</p>	<p>Одделение за обука</p>	<p>Трошоци за освежување  Трошоци за печатење и копирање работни материјали</p>	<p>2018-2019</p>
<p><b>4. Организирање Обука на тренери со наставници</b></p>	<p>Подготвена тренинг програма</p>	<p>-број на вклучени наставници</p>	<p>Релевантно вработено лице во ДЗЛП задолжено за конкретниот настан</p>	<p>Трошоци за освежување</p>	<p>2018-2019</p>



	-Најмалку 20 учесници од 5 училишта се вклучени во ОнТ -Изготвен заеднички проект со училиштата	-број на опфатени училишта		Трошоци за печатење и копирање работни материјали	
<b>5.Работилници за промоција и едукација за заштита на личните податоци на социјалните медиуми</b>	Подобрени знаења кај учениците, родителите и наставниците за заштита на лични податоци на социјални медиуми: - најмалку три организирани работилници	-број на организирани работилници	Релевантно вработено лице во ДЗЛП задолжено за конкретниот настан	Трошоци за освежување  Трошоци за печатење и копирање работни материјали	2018-2019
<b>6.Промоција на добри практики за ЗЛП помеѓу училиштата</b>	Идентификувани добри практики за размена помеѓу вклучените училишта	-број на споделени добри практики	Релевантно вработено лице во ДЗЛП задолжено за конкретниот настан	Нема посебни трошоци	Континуирано
<b>7.Подготовка и печатење брошури и летоци</b>	Дистрибуирани брошури и летоци до наставници, родители и ученици за правото на приватност	-број на дистрибуирани примероци	Лице за односи со јавност	Трошоци за печатење и дистрибуција	Континуирано
<b>Комуникациска цел 12: Промоција на воведувањето и спроведување на нови технологии во основните дејности на ДЗЛП насочени кон контролорите, обработувачите, и субјектите на личните податоци</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: ОЗЛП е во постојана интеракција со сите засегнати страни кои се вклучени во обработката: контролори, обработувачи и субјекти на личните податоци. ОЗЛП се стреми да ја осовремени нивната комуникација со примена на нови технологии во своето работење</b>					
<b>1.Давање совети на контролорите, обработувачите и субјектите на лични</b>	Олеснети и забрзани комуникациски канали	- Број на посетители на веб страницата на ДЗЛП кои доставуваат	Раководители на сектори	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано



податоци при секој контакт со нив да користат електронски канали за комуникација со ДЗЛП		барања и иницијативи по електронски пат; - Број на писма/мислења кои вклучуваат информации и совети за користење на новите технолошки можности кои се во состојба да го контактираат ДЗЛП			
2. Отпочнување со спроведување на онлајн инспекции	Поголема група на контролори/обработувачи кои се предмет на онлајн инспекции	- Број на онлајн инспекции годишно; - Број на спроведени препораки дадени од ДЗЛП	Раководител на инспекцискиот надзор	Финансирање кое е потребно за поштенските услуги	По донесување на новиот закон
<b>Комуникациска цел 13: Транспарентност, отчетност и одговорност во врска со операциите на Дирекцијата за заштита на личните податоци</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: ОЗЛП мора да биде транспарентен, отчетен и одговорен пред јавноста во врска со неговите активности и одлуки</b>					
1.Објава на информации за работата, објавување на мислења од важност за јавноста или кои се однесуваат на поголема група чинители	Периодично информирање на генералната јавност за тековните активности на ДЗЛП	- број на објавени информации и мислења	Раководители на сектори  Лице за односи со јавност	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано
2.Објава на годишни и други извештаи од работата на ДЗЛП, годишен извештај, стратегија, програма	Навремена информираност на јавноста со интерните документи, стратегии и програми на ДЗЛП	-број на ажурирани и објавени интерни документи	Генерален секретар на ДЗЛП	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано



за работа, програма за надзор					
3. Промовирање на активности поврзани со јакнење на административните капацитети на ДЗЛП	Јавноста е запознаена со процесите на унапредување и јакнење на потенцијалот на вработените во ДЗЛП	-број на објавени информации од обуки	Генерален секретар на ДЗЛП	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано
4. Промоција и информирање за обуките кои се спроведуваат од ДЗЛП преку печатење на летоци за промоција на обуките	Јавноста е запознаена со програмата за обуки на ДЗЛП и исходите од реализираните обуки	-број на објавени информации во врска со програмата за обуки	Одделение за обука	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано
<b>Комуникациска цел 14: Зајакната интерна комуникација и вклученост на вработените во ДЗЛП во спроведувањето на комуникациската стратегија</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: И ти си медиум!</b>					
1. Месечни средби помеѓу раководителите на секторите со цел Обезбедување навремени, точни и соодветни информации	Најмалку еднаш месечно и по потреба	-број на реализирани средби	Генерален секретар Раководителите на сектори	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано
2. Меѓусебна комуникација на знаења и споделување информации преку секторски	Поголема информираност на вработените во ДЗЛП за комуникациските активности:	-број на реализирани неформални средби и презентации	Генерален секретар Раководителите на сектори	Не се потребни посебни издвојувања	Континуирано



презентации, работни состаноци, неформални дружења и средби и со учество на сите вработени	-најмалку една неформална средба или презентација месечно				
<b>Комуникациска цел 15: Информирање, комуникации, и соработка со меѓународните институции, тела и комисији ангажирани на активности за заштита на личните податоци (Одбор, ЕК, релевантни надзорни активности)</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: ДЗЛП е органот задолжен за заштита на личните податоци кој има признаена и потврдена експертиза</b>					
1.Присуство на најмалку еден претставник на ДЗЛП на сите пленарни седници на Article 29 и други мрежи каде што ДЗЛП е членка	Подобра застапеност на ДЗЛП во процесите на креирање меѓународни политики и практики во областа на заштита на личните податоци	-број на учества на претставниците на ДЗЛП а пленарни седници на Article 29 и други мрежи каде што ДЗЛП е членка	Директор на ДЗЛП	Трошоци за патување и престој во странство	Континуирано
<b>Комуникациска цел 16: Поттикнување на постојана само-едукација на вработените во ДЗЛП и поттикнување на имплементацијата на правична политика на човечки ресурси базирана врз заслуги за да ги мотивира луѓето и да обезбеди одржливост на работните резултати</b>					
<b>Клучна комуникациска порака: Секој од нас е вреден клучен фактор во организацијата на ОЗЛП со што се стимулира соодветното функционирање на надзорниот систем. Одржливоста на работните резултати на ОЗЛП зависи од нашите напори и постигнувања. Вреди да се остане и работи за каузата да се воспостави и следи политиките за заштита на личните податоци од страна на сите засегнати чинители во земјата</b>					
1. Организирање на обуки на специјализирани теми согласно оценката и планот на потребите за обука	Вработените во ДЗЛП добиваат повеќе обука и експертиза	- Број на обуки; - Број на учесници во обуките	Генерален секретар	Потребни се средства издвојувања за учество на обуките	Континуирано