



## РЕКЛАМНО-РАЗЯСНИТЕЛНАТА КАМПАНИЯ ЗА ПРЕБРОЯВАНЕТО НА НАСЕЛЕНИЕТО, ЖИЛИЩНИЯ ФОНД И ЗЕМЕДЕЛСКИТЕ СТОПАНСТВА ПРЕЗ 2001 ГОДИНА

Йордан Костов\*, Жаклина Цветкова\*\*

**РЕЗЮМЕ** Предмет на статията е изключително важна част от подготовката и организацията на всяко преброяване: организирането и провеждането на разяснителна кампания. Целта на тази кампания е постигане на максимална информираност на населението относно целите и задачите на това най-представително и мащабно статистическо изучаване. Авторите на статията са участници в секцията за провеждане на разяснителната дейност към екипа на преброяването. Досега в тази област не е имало целенасочена дейност и обобщен практически опит от предходни преброявания.

За ефекта на една рекламno-разяснителна кампания се съди по резултатите от събитието, за което тя е предвидена. В теорията на публичен рилейшънс (PR), на рекламната и комуникационния дизайн рекламno-разяснителните кампании за преброяванията са едни от най-мащабните задачи. Ако при една предизборна кампания на дадена политическа сила или налагането на някакъв продукт на пазара се визира определена група от населението, рекламno-разяснителната кампания на преброяването трябва да покрие цялата демографска палитра. Докато в първите два случая поставената за постигане цел не надхвърля определени проценти, при рекламno-разяснителна кампания за преброяване се преследва почти максимален обхват и резултатност. Ето защо при отчетените 0.05% небреброени лица според предварителните резултати (т. е. един неучаствал на 5000 души) спокойно може да се смята, че проведената рекламno-разяснителна кампания е успешна.

Предвид отговорността на рекламno-разяснителната кампания, стратегията за нея се подготвя продължително време - често години.

\* Началник на отдел „Издателска дейност“ в Националния статистически институт, София 1000, ул. „6 септември“ № 10; e-mail: jkostov@nsi.bg .

\*\* Държавен експерт в отдел „Издателска дейност“ в Националния статистически институт, София 1000, ул. „6 септември“ № 10; e-mail: jtvetkova@nsi.bg .