

## План з популяризації механізмів залучення громадян

**Назва громади: Баштанська міська територіальна громада**

**Мета інформаційної кампанії** – популяризація механізмів залучення громадян серед жителів громади, збільшення обізнаності жителів громади щодо наявних механізмів та заохочення громадян брати участь у запроваджених механізмів участі.

### Бюджет участі

#### 1. Визначити характеристики цільових груп, що потенційно візьмуть участь у бюджеті участі:

##### Цільова група №1:

- 14-18 р.
- Хлопці, дівчата
- Шкільна молодь.

##### Канали комунікації:

- Фейсбук (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада», особисті сторінки членів робочої групи з питань впровадження Бюджету участі, особисті сторінки керівників проєктів).
- Інстаграм (сторінка «Баштанська ТГ#Життя громада у фото», особисті сторінки членів робочої групи з питань впровадження Бюджету участі, особисті сторінки керівників проєктів).
- Розсилки інформаційних повідомлень у соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм).
- Офіційний сайт Баштанської МТГ.
- Інформаційні бюлетені, листівки, оголошення (базарні дні, магазини, пошта, заклади освіти та культури, адмінбудівлі, дошки оголошення, громадський транспорт).
- Інформаційні відеоролики (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада», сторінка в Інстаграм «Баштанська ТГ#Життя громада у фото», сайт громади, особисті сторінки керівників проєктів у соціальних мережах, ютуб канал «Баштанської громада»).

- Вкладка «Вісник Баштанської територіальної громади» до районної газети «Голос Баштанщини».
- Інтернет-сервіс «Громадський проєкт».
- Особисті контакти.

### **Форми повідомлень:**

- Короткі відеоролики
- Текстове повідомлення
- Презентація
- і т.д.

### **Пропозиції ключових повідомлень для цільової групи №1**

- ✓ Підготуй проєкт – зміни громаду!
- ✓ Голосуй за цікаву ідею – зміни життя в громаді!
- ✓ Настав час, коли ти можеш реалізувати свою мрію!
- ✓ Саме від тебе залежить, який проєкт переможе.
- ✓ Активізуй друзів – отримай перемогу!

### **Цільова група №2:**

- 18-35 р.
- Чоловіки, жінки.
- Позашкільна молодь; молодь, яка навчається в місті; працююча молодь.

### **Канали комунікації:**

- Фейсбук (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада», особисті сторінки членів робочої групи з питань впровадження Бюджету участі, особисті сторінки керівників проєктів).
- Інстаграм (сторінка «Баштанська ТГ#Життя громада у фото», особисті сторінки членів робочої групи з питань впровадження Бюджету участі, особисті сторінки керівників проєктів).
- Розсилки інформаційних повідомлень у соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм).
- Офіційний сайт Баштанської МТГ.
- Інформаційні бюлетені, листівки, оголошення (базарні дні, магазини, пошта, заклади освіти та культури, адмінбудівлі, дошки оголошення, громадський транспорт).
- Інформаційні відеоролики (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада», сторінка в Інстаграм «Баштанська ТГ#Життя громада у фото», сайт громади, особисті сторінки керівників проєктів у соціальних мережах, ютуб канал «Баштанської громада»).

- Вкладка «Вісник Баштанської територіальної громади» до районної газети «Голос Баштанщини».
- Інтернет-сервіс «Громадський проєкт».
- Особисті контакти.

### **Форми повідомлень:**

- Короткі відеоролики
- Текстове повідомлення
- Презентація
- і т.д.

### **Пропозиції ключових повідомлень для цільової групи №2**

- ✓ Візьми участь в покращенні місця, де ти живеш.
- ✓ Вирішуй на що саме потрібно витратити кошти місцевого бюджету.
- ✓ Голосування відбувається прозоро і саме ти можеш впливати на цей процес, просуючи свій проєкт.
- ✓ Вже в цьому році ти побачиш, як твоя ідея втілюється в життя.

### **План впровадження інформаційної кампанії з популяризації Бюджету участі**

**дати та заходи будуть коригуватись залежно від карантинної ситуації**

| № п/п | Вид діяльності  | Терміни виконання      | Відповідальні особи  |
|-------|---|------------------------|--|
| 1.    | Провести навчання для членів Комісії з питань бюджету участі, депутатів, старост, працівників сільської/селищної ради (онлайн). | Січень-лютий 2021 р.   | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 3.    | Провести серію навчань для жителів громади щодо підготовки проєктів (онлайн).   | Лютий-березень 2021 р. | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 4.    | Підготувати презентацію щодо загального алгоритму бюджету участі.   | Січень-лютий 2021 р.   | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 5.    | Підготувати презентацію «Як підготувати проєкт на бюджет участі».   | Січень-лютий 2021 р.   | Голова та секретар комісії з питань впровадження                               |

|     |   |                              |  |
|-----|---|------------------------------|--|
|     |   |                              | Програми «Бюджет участі-2021»  |
| 6.  | Підготувати постери «Бюджет участі вашої громади). Розмістити його на сайті громади.  | 1 березня – 1 квітня 2021 р. | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 7.  | Розробити сценарії відеороликів (разом з керівниками проєктів)  | Квітень 2021 р.              | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 8.  | Зйомка відеороликів.  | Квітень 2021 р.              | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 12. | Проведення інформаційної кампанії (голосування за проєкти).   | Квітень 2021 р.              | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 13. | Інформування про реалізацію проєктів на сайті громади та сторінках у соціальних мережах.  | Травень-жовтень 2021 р.      | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |
| 14. | Аналіз проведення інформаційної кампанії, розробка пропозицій на майбутнє:<br>- Зворотній зв'язок від цільових груп.<br>- Документування заходів. | Жовтень 2021 р.              | Голова та секретар комісії з питань впровадження Програми «Бюджет участі-2021» |

## Електронна петиція

**1. Визначити характеристики цільових груп, що потенційно візьмуть участь у поданні електронних петицій:**

**Цільова група №1:**

- 35-60+
- Чоловіки, жінки.

- Працюючі громадяни, громадські активісти, активні пенсіонери.

### **Канали комунікації:**

- Офіційний сайт Баштанської МТГ.
- Фейсбук (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада»).
- Інформаційні бюлетені, листівки, оголошення (базарні дні, магазини, пошта, заклади освіти та культури, адмінбудівлі, дошки оголошення, громадський транспорт).
- Розсилки інформаційних повідомлень у соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм).
- Вкладка «Вісник Баштанської територіальної громади» до районної газети «Голос Баштанщини».
- Особисті контакти.

### **Форми повідомлень:**

- Короткі відеоролики
- Текстова повідомлення
- Оголошення
- Інформаційні бюлетені
- Листівки

### **Пропозиції ключових повідомлень для цільової групи №1**

- ✓ Ініціою, підтримуй, впливай.
- ✓ Твоя петиція – змінить життя громади!
- ✓ Хочеш змін – дій!
- ✓ Голосуй за цікаву ідею – зміни життя в громаді!
- ✓ Від ідеї – до результату!

### **Цільова група № 2:**

- 18-35+
- Чоловіки, жінки.
- Соціально активна молодь, працююча молодь, безробітна молодь.

### **Канали комунікації:**

- Офіційний сайт Баштанської МТГ.
- Фейсбук (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада»).
- Інформаційні бюлетені, листівки, оголошення (базарні дні, магазини, пошта, заклади освіти та культури, адмінбудівлі, дошки оголошення, громадський транспорт).

- Розсилки інформаційних повідомлень у соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм).
- Вкладка «Вісник Баштанської територіальної громади» до районної газети «Голос Баштанщини».
- Особисті контакти.

### **Форми повідомлень:**

- Короткі відеоролики
- Текстове повідомлення
- Оголошення
- Інформаційні бюлетені
- Листівки

### **Пропозиції ключових повідомлень для цільової групи №2**

- ✓ Годі слухати – треба діяти! Підпиши петицію!
- ✓ Вважаєш, що влада тебе не чує, – подай петицію, вислови свою думку!
- ✓ Є петиція – є результат!
- ✓ Подавай петицію – будь активним!
- ✓ Активізуй друзів – отримай перемогу!

### **План впровадження інформаційної кампанії з популяризації Електронної петиції**

**дати та заходи будуть коригуватись залежно від карантинної ситуації**

| № п/п | Вид діяльності  | Терміни виконання | Відповідальні особи  |
|-------|---|-------------------|--|
| 1.    | Створення робочої групи для впровадження електронних петицій  | Березень 2012 р.  | Керуюча справами виконавчого комітету міської ради                     |
| 2.    | Розробка відео-презентації як подати петицію.   | Квітень 2021 р.   | Відділ з питань засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю |
| 3.    | Розробка інформаційних матеріалів для проведення інформаційної кампанії з подання електронної петиції (дата, час та місце проведення, порядок денний):<br>1. Оголошення.<br>2. Відеоролики. | Протягом року.    | Робоча група   |

|    |   |                  |              |
|----|---|------------------|--------------|
|    | 3. Інформаційні бюлетені.<br>4. Пости.  |                  |              |
| 4. | Розповсюдження інформаційних матеріалів щодо подання електронної петиції.   | Щокварталу       | Робоча група |
| 5. | Провести інформаційну кампанію щодо створення й подання електронної петиції.  | Червень 2021 р.  | Робоча група |
| 6. | Аналіз проведення інформаційної кампанії, розробка пропозицій на майбутнє:<br>- Зворотній зв'язок від цільових груп.<br>Документування заходів. | Листопад 2021 р. | Робоча група |

## Звернення

### 1. Визначити характеристики цільових груп, що потенційно візьмуть участь у поданні електронних звернень:

#### Цільова група №1:

- 35-60+
- Чоловіки, жінки.
- Працюючі громадяни, громадські активісти, активні пенсіонери.

#### Канали комунікації:

- Офіційний сайт Баштанської МТГ.
- Фейсбук (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада»).
- Інформаційні бюлетені, листівки, оголошення (базарні дні, магазини, пошта, заклади освіти та культури, адмінбудівлі, дошки оголошення, громадський транспорт).
- Розсилки інформаційних повідомлень у соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм).
- Вкладка «Вісник Баштанської територіальної громади» до районної газети «Голос Баштанщини».
- Особисті контакти.

#### Форми повідомлень:

- Короткі відеоролики
- Текстове повідомлення
- Оголошення
- Інформаційні бюлетені
- Листівки

## Пропозиції ключових повідомлень для цільової групи №1

- ✓ Є питання – напиши нам.
- ✓ Твоє звернення – змінить життя громади!
- ✓ Знаєш як змінити – підкажи!

## Цільова група № 2:

- 18-35+
- Чоловіки, жінки.
- Соціально активна молодь, працююча молодь, безробітна молодь.

## Канали комунікації:

- Офіційний сайт Баштанської МТГ.
- Фейсбук (група «Баштанська міська рада», сторінка «Баштанська територіальна громада»).
- Інформаційні бюлетені, листівки, оголошення (базарні дні, магазини, пошта, заклади освіти та культури, адмінбудівлі, дошки оголошення, громадський транспорт).
- Розсилки інформаційних повідомлень у соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм).
- Вкладка «Вісник Баштанської територіальної громади» до районної газети «Голос Баштанщини».
- Особисті контакти.

## Форми повідомлень:

- Короткі відеоролики
- Текстові повідомлення
- Оголошення
- Інформаційні бюлетені
- Листівки

## Пропозиції ключових повідомлень для цільової групи №2

- ✓ Не знаєш відповіді – запитай!
- ✓ Вважаєш, що влада тебе не чує, – вислови свою думку!
- ✓ Є ідея – звернися!

## План впровадження інформаційної кампанії з популяризації Електронного звернення

дати та заходи будуть коригуватись залежно від карантинної ситуації

| № п/п | Вид діяльності              | Терміни виконання | Відповідальні особи |
|-------|-----------------------------|-------------------|---------------------|
| 1.    | Створення робочої групи для | Лютий 2012        | Начальник           |



|    |   |                 |  |
|----|---|-----------------|--|
|    | впровадження електронних звернень   | р.              | загального відділу   |
| 2. | Розробка відео-презентації як подати електронне звернення.  | Лютий 2021 р.   | Відділ з питань засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю |
| 3. | Розробка інформаційних матеріалів для проведення інформаційної кампанії з подання електронного звернення (дата, час та місце проведення, порядок денний):<br>5. Оголошення.<br>6. Відеоролики.<br>7. Інформаційні бюлетені.<br>8. Листівки. | Протягом року.  | Робоча група   |
| 4. | Розповсюдження інформаційних матеріалів щодо подання електронного звернення.  | Щокварталу      | Робоча група   |
| 5. | Провести інформаційну кампанію щодо подання електронного звернення.   | Липень 2021 р.  | Робоча група   |
| 6. | Аналіз проведення інформаційної кампанії, розробка пропозицій на майбутнє:<br>- Зворотній зв'язок від цільових груп.<br>Документування заходів.   | Жовтень 2021 р. | Робоча група   |

Начальник відділу з питань засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю

Олена ВІНОГРАДОВА