

Budžet za građane



Širenje „Budžeta za građane“

Uvod

sadržaj



širenje poruke

- bez uspjele diseminacije svrha „Budžeta za građane“ neće biti ostvarena

diseminacija
BzaG zavisi
od

navika ciljnih grupa

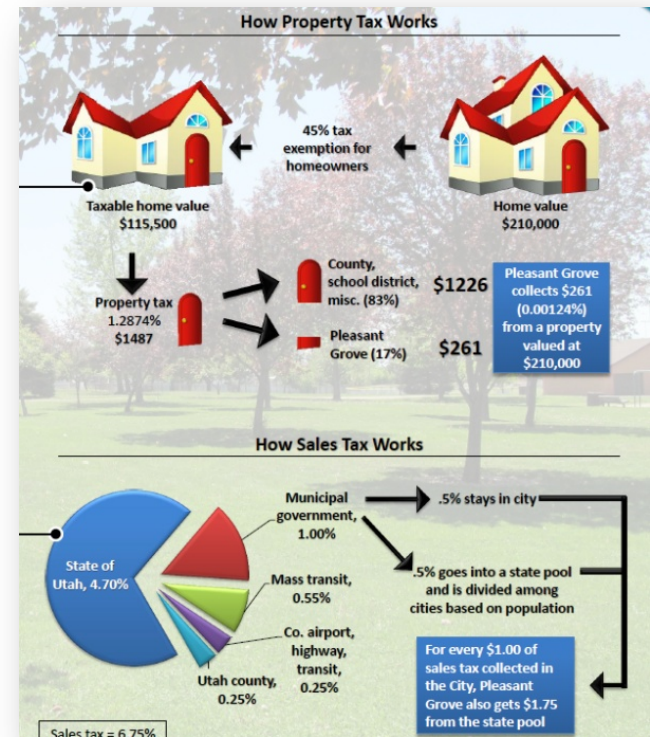
forme BzaG

medija kojim prenosimo BzaG

štampa

veći dio u
štampanoj
formi

kreću
se od 1
do 60
stranica



štampa - forma

- zavisi od korisnika, oni određuju format i stil



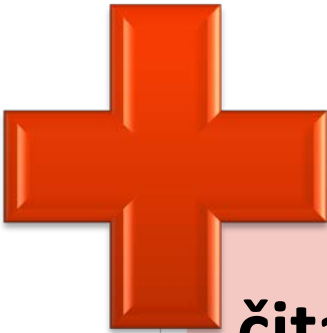
štampa - kanali



TIP.ba




štampa



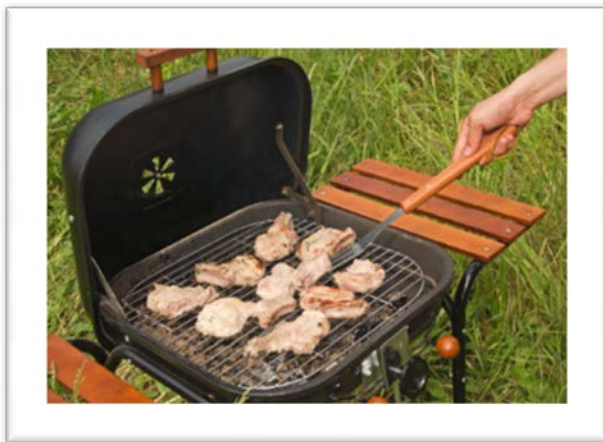
čitalac može zadržati
svoju kopiju i kasnije
ponovo pročitati

može dijeliti sa
drugima tako da jedan
primjerak stiže do
većeg broja građana



velika zasićenost
ovakvim materijalima

radio



radio

veliki doseg

može prenijeti informaciju na živopisan način

jeftin

emisije „uživo“ pogodne za dvosmjernu komunikaciju

omogućava interakciju i objašnjenje

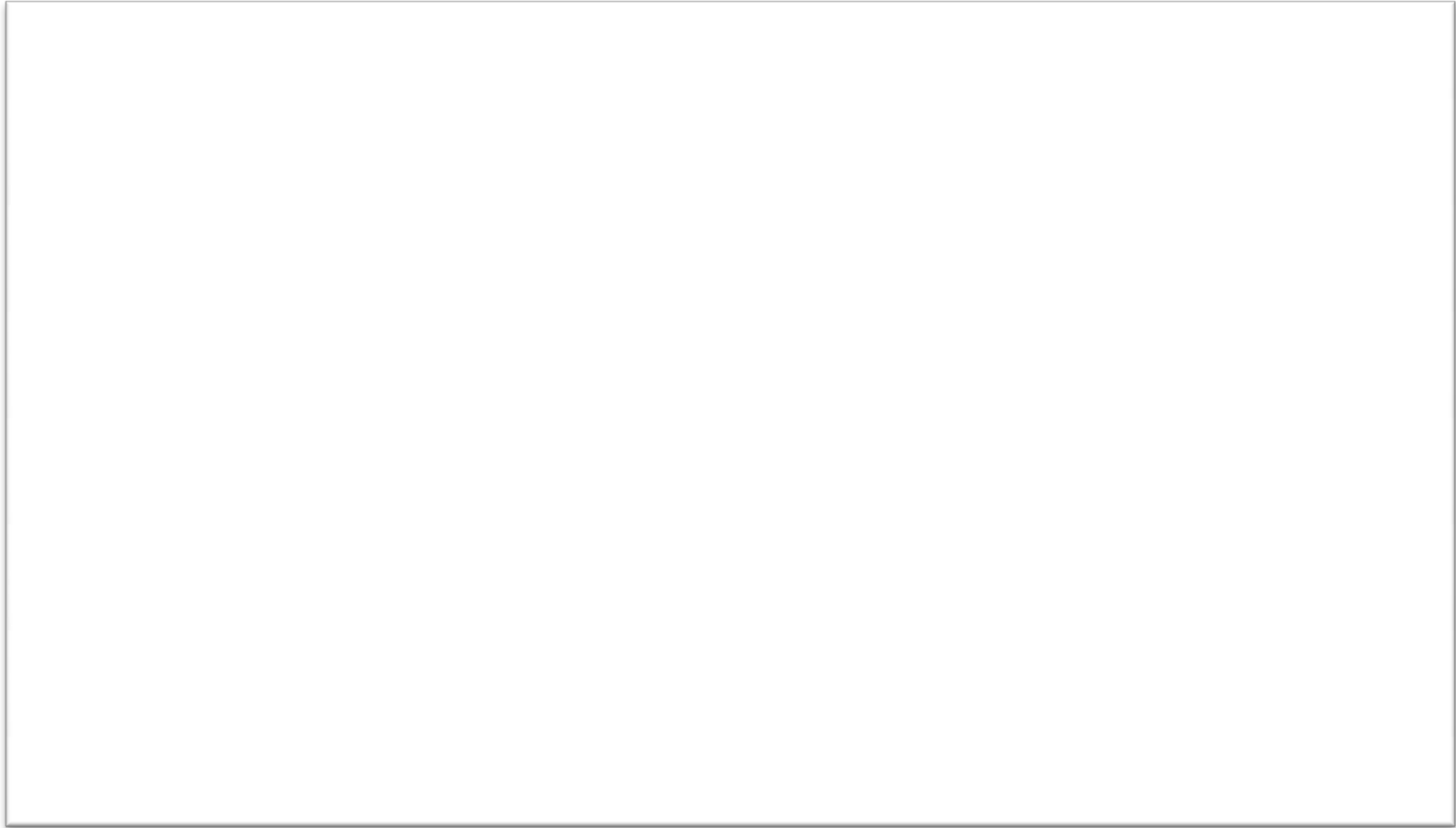
može poslužiti kao dodatno sredstvo za pokazivanje odgovornosti

kratkotrajan efekat

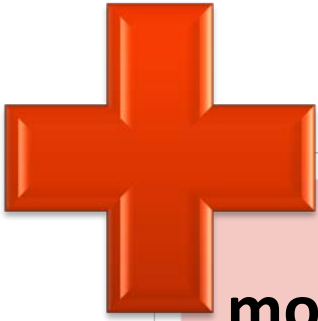
jednosmjerna komunikacija



video



video



**može da predstavi
složene informacije na
privlačan način**

npr., uticaj budžeta na
živote pojedinaca

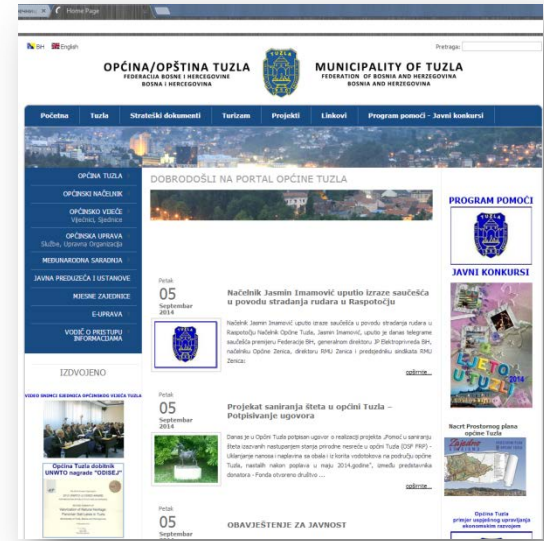
**crtani filmovi, npr.,
pojednostavljaju obilje
podataka daleko dopire**

može biti veoma skup za
produkciju

skup za emitovanje (TV)

internet

— postavljanje .pdf fajla na veb-sajt Grada

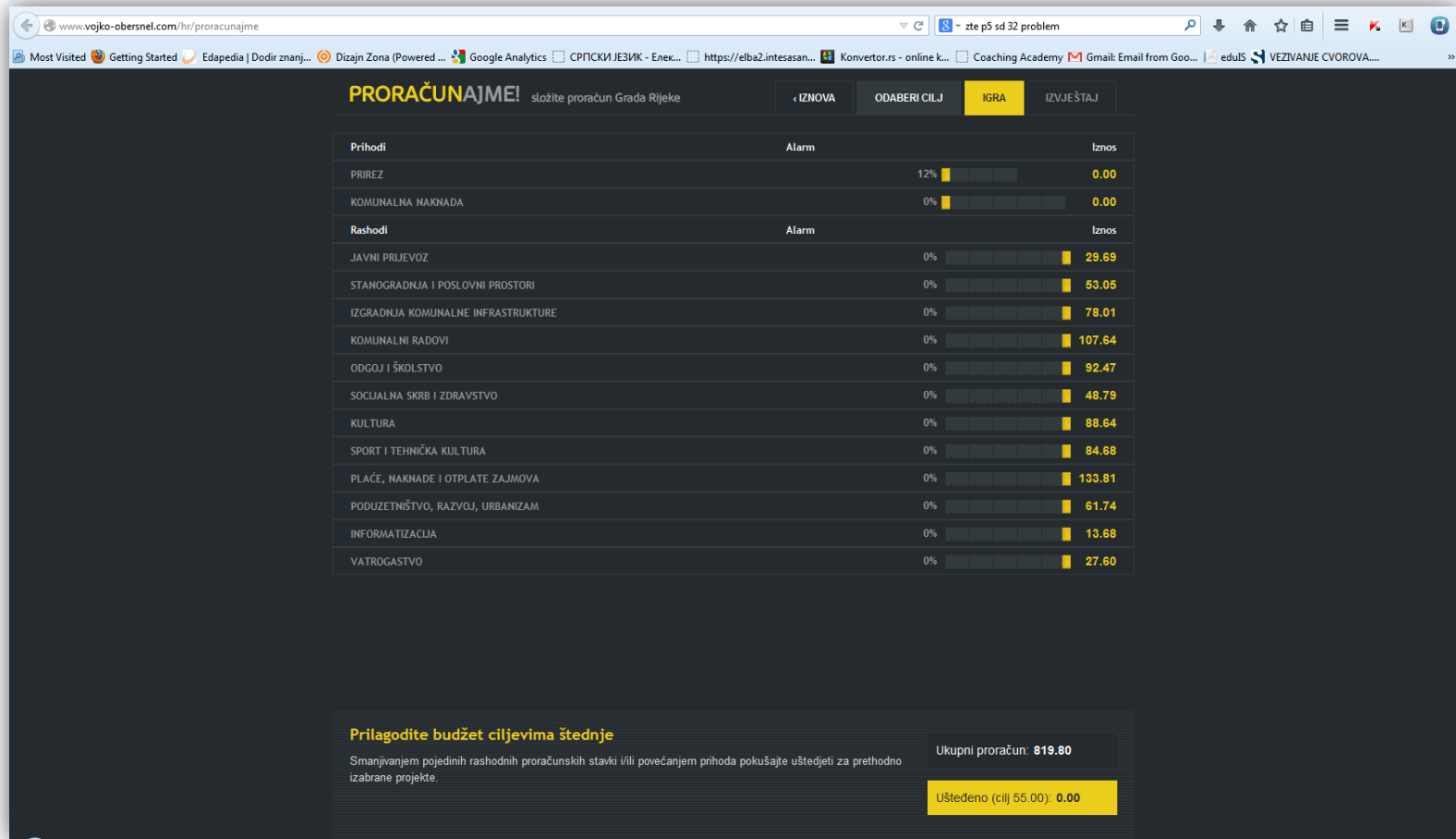


internet

- socijalne mreže
 - interakcija
- ograničenje
 - vrijeme neophodno da se radi na ovom vidu komunikacije jer je neophodan kontinuitet



edukativne igrice



Direktna elektronska pošta

- e-bilten



internet



široko dostupan svima koji imaju internet, naročito mlađoj populaciji

postavljene dokumenti se mogu dijeliti i koristiti kad god je to potrebno

omogućava interakciju između građana i uprave

smanjenje opterećenja uprave putem FAQ – često postavljenih pitanja

izuzetno jeftin

starija populacija ga slabo koristi
nemaju svi internet

lična prodaja

- Prednosti
 - direktan kontakt
- ograničenje:
 - obuka i angažovanje ljudskih resursa



komunicirati integrisano

- promocije
- institucije (kulturni, sportski centri...)
- NVO
- lokalna televizija, radio i štampa
- događaji (sajmovi)
- internet sajтови: institucija, udruženja
- društvene mreže
- itd.



Budžet za građane



Plan diseminacije

elementi

Rezultati istraživanja – ukratko

Kakav je stav o izradi BzaG ZDK?

- Rezultati se mogu očekivati samo u dugom roku.
- Očekuje se da BzG doprinese povećanju broju učesnika na javnim raspravama

Koje su ciljne grupe građana do kojih publikacija BzaG ZDK treba da stigne?

- usmjeriti ka „svim građanima“
- smatra se da distribucija ovog dokumenta može biti usmjerena ka ciljnim grupama kao što su mladi, nezaposleni, privrednici, penzioneri, itd.

Koje metode i tehnike javnog pristupanja građanima i distribucije ovog dokumenta treba koristiti?

1. RTV,
2. internet,
3. direktna komunikacija,
4. socijalne mreže i
5. leci i drugi štampani materijali

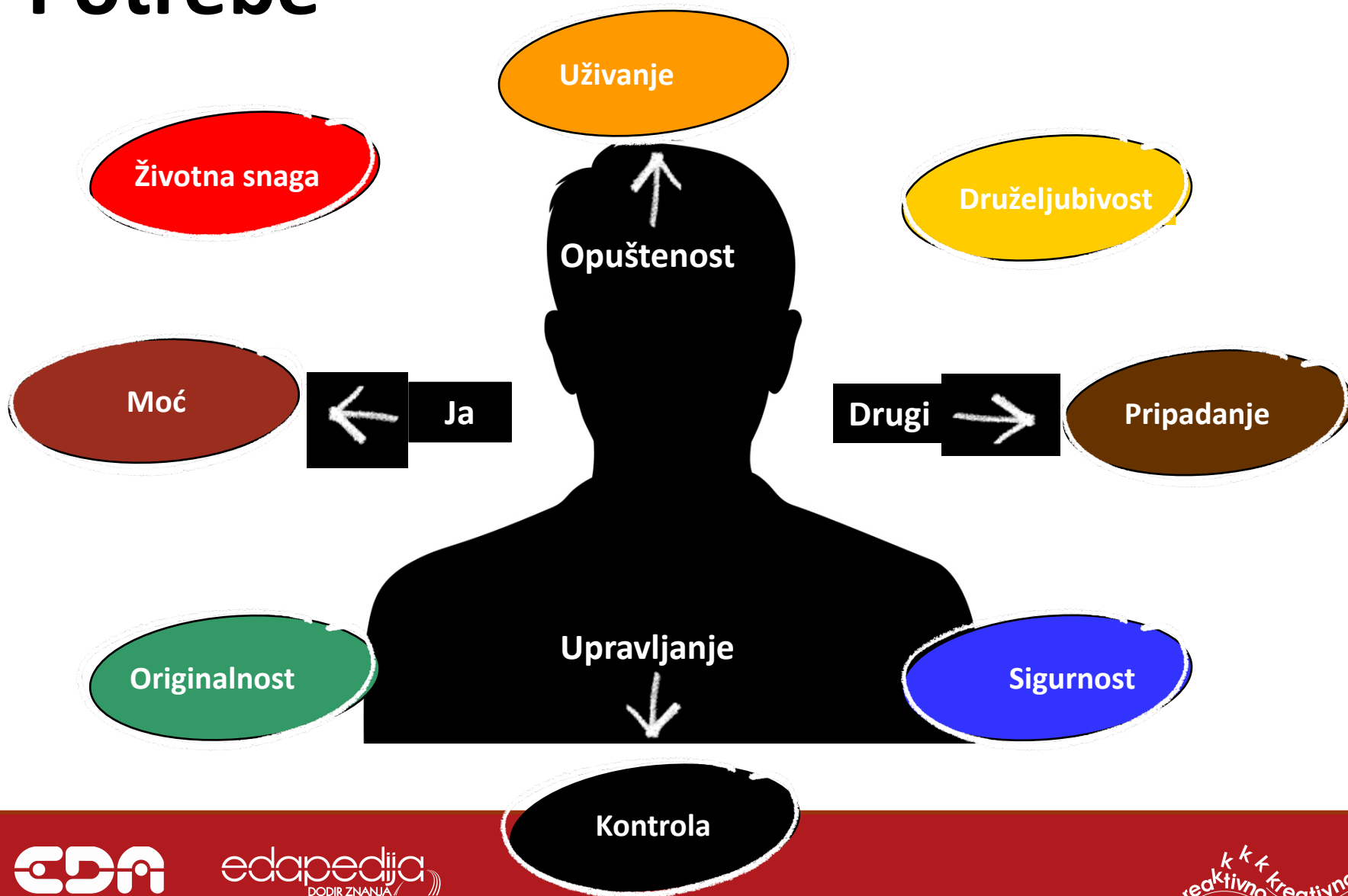
Opcije kao što su SMS poruke i javne prezentacije i okrugli stolovi mogu biti korišteni u budućnosti u nekim fazama budžetskog procesa.

Ciljna populacija

- Opisati ukratko tip osobe koja će čitati BzaG:

Godine	
Profesija	
Interesovanja	
Motivacija	
Ponašanje (u 24 časa)	

Potrebe



Forma komunikacije

Štampani materijal	
Video	
Audio	
Igrica	
Neposredan razgovor	
...	

Kanali komunikacije

Televizija	
Radio	
Novine / časopisi	
Internet	
Događaji	
Zgrada administracije	
....	

Plan kampanje

	I					II					III					IV															
Jedan mjesec	p	u	s	č	p	s	n	p	u	s	č	p	s	n	p	u	s	č	p	s	n	p	u	s	č	p	s	n			
Televizija																															
Radio																															
Internet																															
Novine / časopisi																															
Događaji																															
Zgrada uprave																															

Budžet za građane

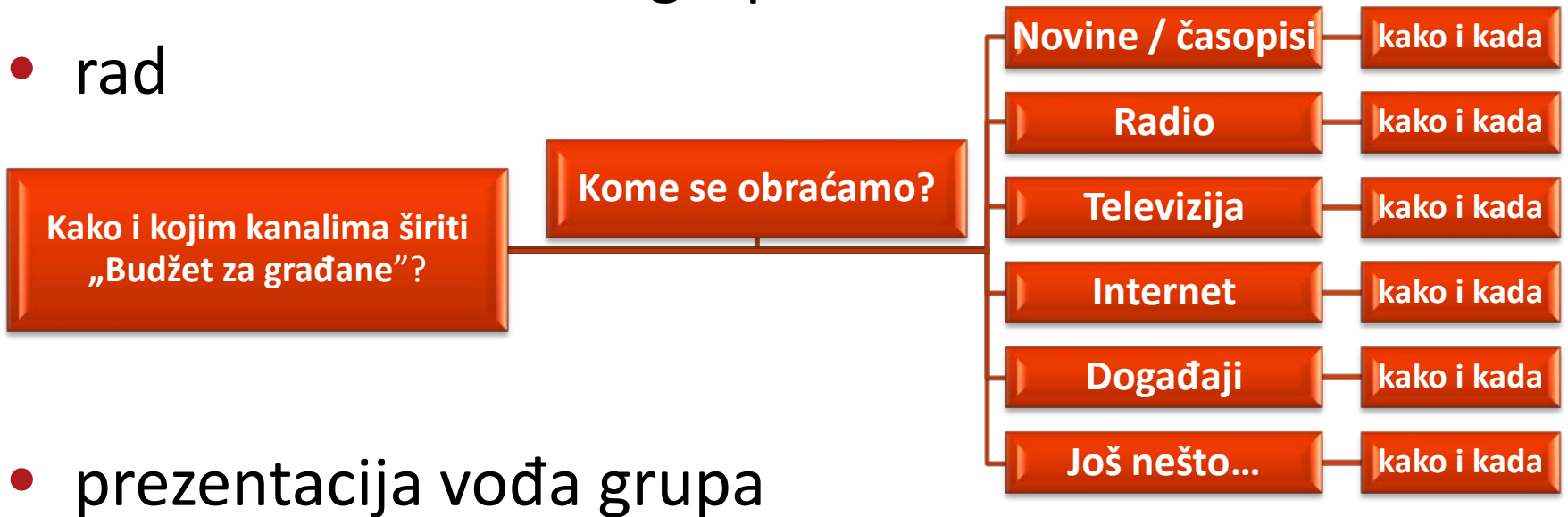


Izrada plana za promociju „Budžeta za građane”

Radionica

rad u grupama

- podjela u grupe
- izbor vođe za svaku grupu
- rad



- prezentacija vođa grupa