

## **„Co się będzie działo w naszej gminie?” – zaangażowanie samorządu i mieszkańców**

### **Zaproszenie przedstawiciela samorządu:**

Bardzo ważne jest, aby wójt/burmistrz/prezydent wiedział, na czym polega akcja Masz Głos, Masz Wybór i po co organizujemy spotkanie z mieszkańcami, na które zamierzamy go zaprosić. Musimy przedstawić akcję tak, aby zachęcić go do współpracy. Warto przedstawić akcję jako sposób budowania współpracy pomiędzy samorządem i mieszkańcami. Najłatwiej przekonać wójta/burmistrza/prezydenta, aby włączył się do akcji nawiązując z nim kontakt bezpośredni. W tym celu należy umówić się z wójtem/burmistrzem/ prezydentem na spotkanie, na którym opowiemy mu o akcji. Idąc na takie spotkanie koniecznie weź ze sobą materiały informacyjne o akcji.

W czasie spotkania:

- podaj jasny cel akcji MGMW, jej cele i zasady
- opowiedz o roli, jaką przewidujecie dla Waszego rozmówcy,
- warto powoływać się na „markę”, która firmuje debatę (np. ogólnopolska akcja Masz Głos Masz Wybór) lub autorytet, patrona itp.
- zaproponuj kilka możliwych terminów spotkania „Co się będzie działo w naszej gminie?”, uwzględniając terminarz prac nad budżetem, jak również dyspozycyjność mieszkańców
- podaj zasady/regulamin, na jakich odbywać się będzie spotkanie – zadbaj o to, by zasady gwarantowały swobodę prezentowania własnych poglądów mówcy
- przekaz informacje o ewentualnych partnerach i patronach medialnych,
- zagwarantuj obiektywizm organizatorów – spotkanie nie jest wymierzona przeciwko komuś, ani zorganizowana, by kogoś poprzeć – skoncentruj się na tematach, które będą poruszane w czasie planowanego wydarzenia

Z reguły wójt/burmistrz/prezydent są osobami bardzo zajętymi, dlatego warto na spotkaniu zapytać go o dogodny termin spotkania z mieszkańcami, aby mógł z odpowiednim wyprzedzeniem zarezerwować sobie czas. Przekaż zaproszenie na przynajmniej 10 dni przed

terminem spotkania

### **Zaproszenie mieszkańców:**

Zapraszając uczestników na spotkanie warto skorzystać nie tylko z tradycyjnych sposobów, ale i sięgnąć po rzadziej stosowane techniki.

#### Do tradycyjnych sposobów należą:

- rosyłanie pisemnych zaproszeń pocztą tradycyjną i elektroniczną
- rozdawanie ulotek na ulicach, w sklepach, w środkach transportu publicznego i innych miejscach publicznych
- rozlepianie zwiastunów, plakatów i „obwieszczeń” w miejscach do takich celów wyznaczonych, np. tablice ogłoszeniowe
- zaproszenia ustne przekazywane osobiście oraz przez „krewnych i znajomych Królika” - poczta pantoflowa
- zamieszczanie ogłoszeń o spotkaniu w lokalnej prasie, na antenach lokalnych stacji radiowych i telewizyjnych, w lokalnych portalach internetowych, forach społecznościowych, etc.
- ogłoszenia parafialne

#### Nowsze sposoby informowania o spotkaniu polegają na wykorzystaniu nowoczesnych technologii informatycznych i komunikatorów:

- rosyłanie zaproszeń na spotkanie pocztą elektroniczną oraz za pomocą komunikatorów: GaduGadu, Tlen, SKYPE, i funkcji sms
- wykorzystanie komunikacji poprzez portale społecznościowe: Facebook, MySpace, Nasza Klasa, GoldenLine, YouTube, Twitter...
- wykorzystanie stron internetowych zaprzyjaźnionych organizacji do zamieszczania na nich ogłoszeń o debacie

Do rozpropagowania informacji o spotkaniu warto również wykorzystać **współpracę z koordynatorami lub pełnomocnikami samorządów terytorialnych ds. współpracy z organizacjami pozarządowymi**. Wspomniani wyżej koordynatorzy mogą zamieszczać ogłoszenia nie tylko na stronach internetowych odpowiednich urzędów, ale i w papierowych wersjach biuletynów informacyjnych.

Alternatywne sposoby na zaproszenie do udziału w spotkaniu:

- **Uliczne imprezy happeningowe** (wybieramy takie przestrzenie w mieście, w których można spotkać duże grupy ludzi, np.: centralne place, deptaki, przystanki komunikacji miejskiej, centra handlowe i otaczające je przestrzenie, do zorganizowania tego typu przedsięwzięcia konieczne są: DOBRY (intrygujący) POMYSŁ na happening, grupa odważnych ludzi charakteryzujących się dużymi pokładami poczucia humoru, megafon, baner reklamujący SPOTKANIE oraz ulotki informujące o Nim i „Ulotkarze”).
- **„Chodzące Reklamy”** (wybieramy takie przestrzenie w mieście, w których można spotkać duże grupy ludzi, np.: centralne place, deptaki, przystanki komunikacji miejskiej, centra handlowe i otaczające je przestrzenie; do zorganizowania tego typu przedsięwzięcia konieczne są: grupa sprawnych ludzi, tablice reklamowe dla każdego z nich oraz ulotki informujące o spotkaniu).