



Budżet obywatelski: w mediach i przestrzeni miasta

2020-10-26

Tak jak co roku - choć tym razem, ze względu na pandemię koronawirusa, w nieco okrojonej formie - miasto przekonywało i zachęcało krakowian do czynnego zaangażowania się we wspólne decydowanie o Krakowie. W siódmej edycji budżetu obywatelskiego wzięło udział blisko 45 tys. osób. [Wyniki](#) poznaliśmy w sobotę, 24 października.

Budżet obywatelski w Krakowie nie jest narzędziem nowym - funkcjonuje od 2014 r. Przez ten czas wykonano blisko 500 projektów z różnych dziedzin. To one są najlepszą, bo „żywą” reklamą BO i świadczą o tym, że zaangażowanie krakowian ma sens, ponieważ pozwala realnie wpływać na to co dzieje się w danej dzielnicy czy mieście.

Co roku promocja BO odbywa się dwuetapowo. Na wiosnę mieszkańcy są informowani o zasadach i terminach na złożenie wniosków, a także o ewentualnych zmianach w regulaminie np. dotyczących jednoroczności projektów czy kwestiach związanych z wiekiem projektodawców i głosujących. Gdy wiadomo już, jakie pomysły przeszły do etapu jesiennego głosowania, pierwsze skrzypce zaczynają grać już sami autorzy projektów, którzy zabiegają o poparcie dla swoich propozycji i mobilizują do głosowania na nie. Informowanie o BO przez urzędników sprowadza się głównie do przypominania o terminach i sposobach głosowania, bo magistrat nie może promować żadnego ze zgłoszonych projektów.

W tym roku - z uwagi na trudną sytuację spowodowaną pandemią - nie było możliwości promowania BO podczas lubianych przez mieszkańców Pikników Krakowskich. Nie działały także mobilne punkty do głosowania, ponieważ - ze względów bezpieczeństwa - większy nacisk położono na promowanie oddawania głosów elektronicznie. Reszta działań promocyjnych podejmowanych przez magistrat nie odbiegała od tych realizowanych przy BO co roku. Były zatem artykuły sponsorowane w prasie, reklamy i teksty w dwutygodniku „Kraków.pl”, publikacje na stronie internetowej Kraków.pl, komunikat zachęcający do głosowania w Portalu Edukacyjnym, kampanie internetowe w komercyjnych portalach i w ich mediach społecznościowych, a także materiały w gazetach dzielnicowych, na stronach internetowych miejskich jednostek organizacyjnych czy instytucji kultury. Z myślą o autorach projektów powstał też specjalny szablon plakatu z podziałem na poszczególne kategorie wniosków, który mógł być przez nich wykorzystany do informowania o konkretnym pomysle. Miejska telewizja przygotowała z kolei filmy ukazujące już zrealizowane projekty.

BO - tak jak co roku - był obecny w przestrzeni publicznej. Tylko jesienią można się było o nim dowiedzieć ze 155 citylightów i 53 billboardów, 1000 plakatów na słupach ogłoszeniowych i plansz reklamowych w 440 bankomatach. Informacje na jego temat podawały Bus-TV i Tram-TV, a także automaty Krakowskiej Karty Miejskiej. Wydrukowano też ponad 10 tys. plakatów, które trafiły m.in. do Rad Dzielnic, placówek edukacyjnych, spółdzielni mieszkaniowych i bibliotek.

Nową propozycją była broszura przeznaczona dla uczniów szkół podstawowych, zawierająca komiks, którego bohaterowie - Olek, Basia, Karol i pies Kapsel - w prosty sposób tłumaczą dzieciom zasady BO. Broszura nie jest dedykowana tylko obecnej edycji BO - ma charakter uniwersalny i dlatego będzie wykorzystywana także w przyszłym roku jako jedno z narzędzi promocji procesu.



**Magiczny
Kraków**

Magistrat zwrócił się także o pomoc w nagłośnieniu idei do krakowskich szkół, spółdzielni, członków Rady Budżetu Obywatelskiego, przewodniczących samorządów studenckich, Ambasadorów Lokalnej Partycypacji. Promocja w mediach społecznościowych odbywała się także w ramach 18 grup na FB utworzonych na potrzeby pilotażowego programu Wspólne Projekty oraz grupy Ambasadorów Lokalnej Partycypacji. O BO komunikowano na profilach w mediach społecznościowych budżetu obywatelskiego miasta Krakowa na Facebooku, Instagramie oraz Twitterze. Przygotowany został także poradnik dla wnioskodawców „Jak promować projekt?” oraz broszura zawierająca wykaz projektów poddanych pod głosowanie.

Zobacz także:

- [Budżet Obywatelski Miasta Krakowa 2020 - prezentacja](#)