

P O - MYSŁ N A MIAS - T O



W OBSZARZE ROZWOJU
SPOŁECZEŃSTWA
OBYWATELSKIEGO ORAZ
ZWIĘKSZANIE POTENCJAŁU
SPOŁECZNOŚCI
LOKALNYCH DO ROZWIĄZYWANIA
PROBLEMÓW

Pomysł na Miasto jest częścią zadania „Adaptacja Konceptcji UrbanLab w Gdyni”
realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna na lata 2014-2020 współfinansowanego ze środków Funduszu Spójności.

ZGAŚ SILNIK

Opis pomysłu na mikroinnowację społeczną pod roboczą nazwą „Zgaś silnik” na podstawie pomysłu – *Kampania społeczna „Zgaś silnik” zwiększająca świadomość kierowców dot. zbędnego wytwarzania smogu* – zgłoszonego w ramach pierwszej edycji naboru „Pomysłów na miasto” przez Dorotę Żywko.

O pierwotnie zgłoszonym pomysle: *zwiększająca świadomość kierowców dot. zbędnego wytwarzania smogu kampania informacyjna pokazująca kierowców, którzy podczas postojów wyłączają silniki samochodów, jako osoby, które dbają o otoczenie, są świadome toksyczności spalin i szkodliwości smogu jako pozytywny bodziec skuteczniejszy i efektywniejszy niż bezpośrednio zwracane pojedyncze obywatelskie uwagi.*

Opis pomysłu na mikroinnowację:

I. WPROWADZENIE – POMYSŁ NA MIASTO ORAZ KONTEKST

Pomysł na Miasto to innowacyjne narzędzie partycypacji i tworzenia realnych procesów społecznej zmiany w Gdyni. Zbiera on inicjatywy warte przetestowania i wdrożenia w mieście. Jedną z takich inicjatyw jest „*Kampania społeczna – Zgaś silnik – zwiększająca świadomość kierowców dot. zbędnego wytwarzania smogu*”, czyli miejska kampania społeczna zwiększająca świadomość kierowców dot. zbędnego wytwarzania smogu.

Kampanie zachęcające do ograniczania emisji smogu przez samochody są zasadne z ekologicznego punktu widzenia. Warto zwrócić uwagę, że kwestia pozostawiania włączonego silnika na postoju jest regulowana zakazem używania pojazdu na obszarze zabudowanym w sposób powodujący uciążliwość związane z nadmierną emisją spalin do środowiska lub nadmiernym hałasem.

Niniejsze opracowanie stanowi zmodyfikowany pierwotny pomysł i zawiera wskazówki pomocne w realizacji podobnych inicjatyw w innych miejscowościach.

II. CEL PROJEKTU

Dostrzeżony problem jest obecny praktycznie w każdym mieście. Kampania informacyjna, pokazująca pożądane zachowanie kierowców wyłączających silniki na postajach, jako osoby które dbają o otoczenie, świadome toksyczności spalin i szkodliwości smogu może być działaniem przez pozytywny przykład.

III. SZCZEGÓŁOWE ETAPY REALIZACJI

1. Przygotowanie

Zmiana zachowań poprzez zachęcanie, inspirowanie za pomocą pozytywnych przykładów osób w najbliższym otoczeniu stanowi dobrą motywację. Można również rozważyć zaangażowanie Ambasadora kampanii/akcji, a tym samym zmiany – znanej „twarzy” / lubianej w mieście osoby, który swoim pozytywnym zachowaniem / przykładem zmotywuje innych do zmiany zachowania.

ZGAŚ SILNIK

2. Realizacja

Kampania informacyjna wykorzystująca tradycyjne nośniki (ulotki plakaty bilbordy) może stanowić wstęp do dalszych działań w zakresie zwiększenia partycypacji społecznej. Ze względów ekologicznych warto rozważyć inne nośniki komunikatu oraz inne kanały przekazu / dotarcia.

3. Po zakończeniu procesu

W trakcie realizacji warto wypracować działania edukcyjne anagazujące różne mieszkańców korzystające z miejskiej przestrzeni – zarówno aktywnych użytkowników samochodów jak osoby niezmotoryzowane.

Załączniki:

1. Formularz pomysłu