



Prezydent Miasta Gdańska

BP-II.0003.1.2025
ID koszulki: 5823497

Gdańsk, 13 luty 2025

Wpłyn ło 14.02.2025 r.

Sz. Pan Marcin Makowski Radny Miasta Gdańska

Odpowiadając na Pana interpelację nr 015/25, dziękuję za inicjatywę na rzecz zwiększenia świadomości społecznej oraz poprawy bezpieczeństwa mieszkańców poprzez wykorzystanie do tego celu ekranów w komunikacji miejskiej. To ważna i cenna inicjatywa, wpisująca się w zadania realizowane przez gminę i stawiająca sobie za cel dobro mieszkańców.

Poruszane przez Pana zagadnienie dotyczące edukacji w zakresie pierwszej pomocy jest integralną częścią Gdańskiego Programu Promocji Zdrowia i Przeciwdziałania Chorobom Cywilizacyjnym na lata 2021–2025. Zgodnie z ustawą o zdrowiu publicznym ogłoszono otwarty konkurs ofert na realizację szkoleń z pierwszej pomocy. W bieżącym roku, w wyniku postępowania ogłoszonego przez Wydział Rozwoju Społecznego, wyłoniono organizację Gdańskie Ratownictwo Wodne.

Wybrany do realizacji program, poza działaniem aktywizującym dzieci i młodzież w zakresie udzielania pierwszej pomocy, obejmuje również przygotowanie prezentacji multimedialnej. Stwarza to możliwość dostosowania materiałów do wymogów technicznych ekranów w komunikacji miejskiej. Ponadto rozważymy uwzględnienie przygotowania materiałów multimedialnych pod kątem ich przyszłej emisji na ekranach w komunikacji miejskiej, w kolejnych ogłoszeniach otwartych konkursów ofert na realizację zadań publicznych zleconych przez Wydział Rozwoju Społecznego. Oczywiście wymaga to pogłębionej analizy, ale z całą pewnością weźmiemy pod uwagę ten kierunek działania jako część nowych inicjatyw.

Pragnę zaznaczyć, iż system ekranów w komunikacji miejskiej odgrywa istotną rolę w przekazywaniu informacji mieszkańcom Gdańska oraz odwiedzającym nasze miasto



Prezydent Miasta Gdańska

turystom. Ten kanał komunikacji jest efektywnie wykorzystywany do realizacji kampanii promocyjnych, społecznych i edukacyjnych, które dotyczą kluczowych aspektów funkcjonowania miasta i życia codziennego jego mieszkańców. Wskazany przez Pana temat wpisuje się w powyższe działania.

Treści emitowane na ekranach muszą spełniać określone wymagania techniczne, obejmujące format, czas trwania, rodzaj czcionki oraz brak fonii, co zapewnia ich przejrzystość i czytelność. Materiały prezentowane są w formie plansz statycznych, animacji lub krótkich filmów wideo i muszą być zgodne z przepisami ustawy o dostępności cyfrowej. Po pozytywnej weryfikacji przez Referat Marketingu w Biurze Prezydenta są zatwierdzane do emisji, co gwarantuje ich zgodność z miejską strategią komunikacyjną.

Przeprowadzone pod koniec 2023 roku badanie wykazało, że 56% respondentów regularnie śledzi treści wyświetlane na ekranach w komunikacji miejskiej. W badaniu uczestniczyło prawie 7 tysięcy osób. Zainteresowanie informacjami jest szczególnie wysokie w grupach wiekowych: 17 lat i mniej oraz 18–24 lata (około 60%), a także wśród starszych użytkowników, w grupie 55–64 lata wynosi 62%, a w grupie 65 lat i więcej – 68%. Powyższe dane jednoznacznie wskazują, że ekrany w komunikacji miejskiej stanowią efektywne narzędzie docierania z informacjami do szerokiego grona odbiorców.

PREZYDENT MIASTA GDAŃSKA
Z up.
Danuta Janczarek