



КАМПАНИИ ПО БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ – Что работает?

Дэйв Клифф, GRSP

Разъяснение часто используемых терминов

- **Кампании** - процессы, направленные на донесение информации до общества в течение определённого периода времени (например, повышение осведомлённости, образование или продвижение).
- **Повышение осведомлённости** - попытка повысить осведомлённость о риске серьёзных аварий в результате определённого поведения (например, превышение скорости, вождение в нетрезвом виде или непристёгнутый ремень безопасности).
- **Образование** - систематические процессы, направленные на расширение знаний (например, о рисках серьёзных аварий из-за превышения скорости)
- **Пропаганда** - может относиться ко многим областям контента. Наиболее эффективные акции основаны на рисках и наказаниях, связанных с исполнением закона.
- **Обучение/тренинг** - процесс развития навыков (например, навыкам вождения)

Что работает, что не работает, и почему?

- Участники дорожного движения становятся более безопасными, если меняют своё поведение, например
 - Пристёгиваются ремнём безопасности
 - Не превышают скорость
- Повышение осведомлённости само по себе не обязательно изменит поведение (*в реальном мире, как правило, не меняет*)
- Повышение осведомлённости, само по себе, приносит очень мало пользы, или вообще не приносит пользы для безопасности дорожного движения
- Образование приносит ограниченную пользу
- Кампании, направленные на обеспечение соблюдения закона, часто оказываются успешными в снижении количества серьёзных ДТП



«Участники дорожного движения становятся более безопасными только в том случае, если поменяют своё поведение. Повышение осведомлённости, само по себе, не обязательно изменит поведение».

Парадокс образования

- Образование работает во многих областях, но неспособность образования повысить безопасность дорожного движения удивляет большинство из нас.
- Безопасность дорожного движения, как правило, не является проблемой знаний участников дорожного движения.
- Безопасность дорожного движения - это проблема инфраструктуры/системы.
- Безопасные дороги, безопасные скорости, безопасные транспортные средства уберегут людей от смерти или инвалидности, если они совершат ошибку.
- Безопасность дорожного движения - это проблема мотивации.
- Превышение скорости не является проблемой навыков - чтобы ездить медленнее, не требуется большего мастерства.
- Не садиться за руль после употребления алкоголя и пристёгиваться ремнём безопасности также не являются проблемами навыков или знаний.

Пример информационной кампании



Групповая дискуссия

- Как вы думаете, что было хорошего в этом ролике в качестве кампании по безопасности дорожного движения?
- Что, по вашему мнению, было не очень хорошо?



Групповая дискуссия

- Как вы думаете, что было хорошего в этом ролике в качестве кампании по безопасности дорожного движения?
- Что, по вашему мнению, было не очень хорошо?

Повышение осведомлённости - проблема

- Предоставляет информацию о риске дорожно-транспортных происшествий для населения в целом, которая, как мы надеемся, является мотивирующей – а она таковой НЕ ЯВЛЯЕТСЯ!
- В результате глубоких психологических предубеждений мы отвергаем риск для других людей как не относящийся к нам.

Optimism Bias - Оптимистический уклон, или Предвзятость оптимизма –
Склонность переоценивать вероятность позитивных событий и недооценивать вероятность негативных.



Правоприменение или образование:

Страх наказания лучше, чем страх смерти: Почему?



Предвзятость оптимизма - излишняя уверенность в себе

Водители,
оценивающие себя
выше среднего на 80%
(чрезмерная
самоуверенность)

Большинство
водителей

В среднем



Хуже, чем в среднем (осторожно)

● Только 2,1%

80% водителей оценили себя выше среднего по ряду важных характеристик. Оценки не сильно различались по демографическим категориям. Маккормак и другие (1984)

Реклама с высоким уровнем страха популярна и хорошо работает на фокус-группах, **НО ПОСТОЯННО не работает.**

Не используйте её.



Влияние кампаний по безопасности дорожного движения на количество ДТП

	Лучшая оценка	95% доверительный интервал
Общее воздействие	-9%	(-13; -5)
Только СМИ	+1%	(-9; +12)
СМИ + правоприменение	-13%	(-19; -6)
СМИ + правоприменение + образование	-14%	(-22; -5)
Локальные индивидуальные кампании*	-39%	(-56; -17)

* На основании небольшого количества исследований

Источник: Р. Элвик, Т. Ваа, А. Хойе, А. Эрке, М. Соренсен (ред.), Справочник по мерам безопасности дорожного движения, 2-е пересмотренное издание Эльзевир, Амстердам, 2009 г.



ПООЩРЕНИЕ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ

- Пропаганда соблюдения правил дорожного движения и последствий их нарушения часто меняет поведение участников дорожного движения, спасая жизни и предотвращая травмы.
- Однако пропаганда должна быть убедительной.
- Необходим высокий уровень активной работы дорожной полиции.
- Эффективность пропаганды соблюдения правил дорожного движения зависит от:
 - Веры в то, что поведение (например, превышение скорости) может быть обнаружено
 - Убеждения, что наказание неизбежно
 - Суждения о том, что наказание достаточно для сдерживания
 - Веры в то, что наказание будет применено быстро

ИНФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОСТИ - ПОДДЕРЖКА ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ

- «Эффект от правоприменения в отношении соблюдения скоростного режима и правил дорожного движения, в целом, значительно возрастает, если подкрепляется информацией, адресно направленной на участников дорожного движения». (Уильямс, 1994: Эрке, 2009)
- **Что должно сообщаться участникам дорожного движения:**
 - Подчеркните, что цель правоприменения - безопасность.
 - Объясните, как и почему превышение скорости приводит к увеличению количества аварий и делает их более серьёзными.
 - Объясните метод и процедуры принудительного исполнения.
 - Желательно показать, что доходы от штрафов используются для повышения безопасности дорожного движения на местах.
 - Обеспечьте обратную связь по промежуточным и окончательным результатам (например, по поведению или безопасности движения).
 - Ориентируйтесь на группы риска (т.е. на содержание и способ распространения сообщений).

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОТ ВОЗ

1

Кампании по безопасности дорожного движения влияют на поведение, когда используются в сочетании с законодательством и правоприменением. Однако при изолированном использовании образование, информация и реклама, как правило, не обеспечивают ощутимого и устойчивого снижения смертности и серьёзных травм. **ВОЗ (2004 г.)**

2

Важно помнить, что повышение осведомлённости о факторах риска для безопасности дорожного движения и мерах профилактики с помощью образовательных и социальных маркетинговых кампаний является дополнением к другим мерам, а не самостоятельным решением. **ВОЗ (2017 г.)**

ОБЩЕСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И КАМПАНИИ

- Одни только программы просвещения и информирования населения дают крайне неоднозначные результаты.
- Основной вывод заключается в том, что эффективность кампаний сама по себе с точки зрения прямой пользы для безопасности, скорее всего, будет невелика.

**Сообщения о безопасности
дорожного движения,
которые не работают!**

**Drink Responsibly.
Drive Responsibly.**

Пейте ответственно. Водите ответственно



ЗАНОВО
ПОДУМАЙТЕ О
ТОМ, ЧТО ВЫ
ПЬЁТЕ, И БУДЬТЕ
ОТВЕТСТВЕННЫ.

ОБУЧЕНИЕ И ПОДГОТОВКА ВОДИТЕЛЕЙ

- Подготовка водителей легковых автомобилей общего назначения после получения водительских прав неэффективна.
- Обучение детей тому, как и где безопасно переходить дорогу, как оказалось, приносит пользу *(нуждается в регулярном повторении и применяется к детям подходящего возраста)*.
- Обучение водителей на базе школ продемонстрировало явно отрицательные результаты.
- Могут быть преимущества образовательной кампании по повышению осведомлённости о вопросах безопасности дорожного движения, тем самым повышая признание других инициатив по повышению безопасности *(например, законодательство в поддержку правоприменения или улучшение знаний о покупке безопасных транспортных средств)*.
- ОЭСР сообщает, что специальные мероприятия, включая визиты экспертов по безопасности дорожного движения и энтузиастов, будут относительно безуспешными, несмотря на их популярность.



КРАТКИЙ ИТОГ

«Кампании, основанные на правоприменении, способствуют повышению безопасности дорожного движения. Они работают лучше, чем кампании, не основанные на правоприменении».

Джоб, 2023 г.



Спасибо!

