

**Методические рекомендации
по реализации широкомасштабной социальной
кампании**

СЛОЖНОСТИ ПЕРЕХОДА



СОЦИАЛЬНАЯ КАМПАНИЯ «СЛОЖНОСТИ ПЕРЕХОДА»

Кампания «Сложности перехода» по пропаганде безопасности дорожного движения, направленна на профилактику безопасности пешеходов (в том числе детей-пешеходов), проводится в рамках реализации Программы профилактики нарушений в сфере безопасности дорожного движения, связанных с ключевыми факторами риска в области безопасности дорожного движения в рамках выполнения абзаца второго подпункта «о» пункта 3 Перечня поручений Президента Российской Федерации от 11 апреля 2016 года № Пр-637ГС по итогам заседания Президиума Государственного Совета Российской Федерации 14 марта 2016 года.

I. ВВЕДЕНИЕ. ПРОБЛЕМАТИКА

Несмотря на значительное улучшение ситуации, связанной с обеспечением безопасности пешеходов на дорогах России за последние 10 лет (по сравнению с 2006 г. число дорожно-транспортных происшествий (далее – ДТП) снизилось в 2015 г. на 38%), актуальность профилактики безопасности пешеходов на проезжей части дорог сохраняется, что подтверждается данными статистики ГУОБДД МВД России. Так, например, по итогам 2015 г. процент ДТП, в которых пострадали пешеходы, составил 32%, общее количество ДТП с участием пешеходов – 58 221, в которых погибло 7 138 человек, ранено 53 718¹.

Виновниками ДТП с участием пешеходов в равной степени являются как пешеходы, так и водители. Согласно статистике, в 2015 году в 44% случаев виновниками наездов на пешеходов являлись сами пешеходы, в 56% случаев – водители.

Основными причинами ДТП по вине пешеходов являются: переход проезжей части дороги вне пешеходного перехода (в зоне видимости пешеходного перехода либо в непосредственной близости от него).

Особую обеспокоенность вызывает количество ДТП с участием детей-пешеходов. Дети являются наименее защищённой категорией участников дорожного движения. За 2015 год увеличилось количество ДТП с участием детей на пешеходных переходах на 3%, также повысилось число ДТП с детьми-пешеходами по сравнению с 2014 годом (количество таких ДТП составило 8 597, из которых 231 ДТП – случаи со смертельным исходом, 8 663 ДТП – причинение вреда здоровью детей).

С первого взгляда переход проезжей части дороги кажется простым действием, однако статистика ДТП с участием пешеходов говорит об обратном: как водители, так и пешеходы допускают многочисленные ошибки, которые становятся причинами трагических последствий. Примерами таких ошибок со стороны водителей являются²:

- неправильно выбранный скоростной режим (водители считают, что всегда успеют остановиться);
- ошибки, допущенные при торможении транспортного средства (водители не знают, как правильно осуществлять экстренное торможение);
- ошибки при наблюдении за дорогой и оценке ситуации (водители не видят пешеходов заранее либо не готовы к их появлению на дороге).

¹ Здесь и далее данные ГУОБДД МВД РФ (stat.gibdd.ru)

² Согласно экспертным оценкам сотрудников АНО «Центр по пропаганде безопасности движения на транспорте «Движение без опасности»

Ошибками со стороны пешеходов являются:

- неправильная оценка ситуации в отношении безопасности перехода дороги (у пешеходов нет инструментов для точного определения скорости и расстояния до автомобиля);
- ошибки в коммуникации с водителем – отсутствие навыков коммуникации с водителями в условиях взаимодействия на дороге, стремление к соперничеству и демонстрация преимущества;
- ошибки в обеспечении своей заметности для водителя на дороге (в части неиспользование или неправильное использование световозвращающих элементов);
- отсутствие знаний основ Правил дорожного движения (далее – ПДД), слабое знание возможностей автомобиля и другие ошибки.

ВСЕ ПРИМЕРЫ ПОДТВЕРЖДАЮТСЯ ДАННЫМИ, ПОЛУЧЕННЫМИ В РЕЗУЛЬТАТЕ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ³:

Результаты 1-й волны:

- По итогам исследования **14% респондентов, опрошенных по Москве и в целом по России, отметили, что среди их знакомых или близких есть те, которые были сбиты на пешеходном переходе автомобилем или мотоциклом.**
- По наблюдениям респондентов, чаще всего встречаются следующие нарушения ПДД:
 - пешеходы нарушают ПДД, переходя дорогу вне пешеходного перехода – об этом сообщили почти половина опрошенных (48%);
 - почти треть респондентов (31%) часто становятся свидетелями того, как пешеходы идут по регулируемому пешеходному переходу на запрещающий сигнал светофора;
 - около пятой части опрошенных отметили, что почти каждый день наблюдают, как пожилые пешеходы нарушают правила перехода проезжей части дороги (22%);
 - 26% водителей не уступают дорогу пешеходам на нерегулируемых пешеходных переходах.
- Более половины опрошенных по России в целом и по Москве в частности (60% и 63% соответственно) уверены, что водитель и пешеход **в равной степени несут ответственность за безопасность пешехода** на пешеходном переходе. При этом:
 - До половины опрошенных (46%) считают, что согласно нововведениям, в ПДД, верно, как то, что водитель должен уступить дорогу пешеходу, так и то, что водитель обязан пропустить пешехода, переходящего дорогу по пешеходному переходу.
 - 95% опрошенных утверждают, что, когда пешеходы идут по пешеходному переходу, водители должны уступить им дорогу. 80% согласны с утверждением, что водитель при проезде дороги с двумя полосами движения должен пропустить пешехода, двигающегося по любой из полос.Фактически респонденты не знают точных формулировок ПДД и не осознают различие в терминах.
- По результатам исследования большинство опрошенных россиян уверены, что знают, как правильно в соответствии с ПДД переходить дорогу – об этом сообщили 94% всех опрошенных. И тут можно наблюдать некое противоречие – 94% уверены, что знают правила, тем не менее, как указано ранее 48% становятся свидетелями перехода дороги вне

³ По данным первой волны количественного Исследования в рамках кампании по пропаганде безопасности дорожного движения «Сложности перехода», ВЦИОМ

зоны пешеходного перехода, 31% - перехода дороги на запрещающий сигнал светофора и т.д. Пешеходы знают правила и пренебрегают ими.

- Со стороны пешеходов были выявлены детали, которые позволяют более глубоко погрузиться в проблематику:
 - Более половины опрошенных (59%) отметили, что при переходе по наземному пешеходному переходу будут смотреть на дорогу в любом случае, однако до **пятой части респондентов не будут смотреть по сторонам прежде, чем перейти дорогу, если пешеходный переход регулируется светофором (20%)**, а также если много людей вокруг переходят дорогу (16%). **14% опрошенных в Москве не будут осматриваться, если очень спешат (на 5% больше, чем по России)**.
 - Чаще всего при переходе дороги россияне обращают внимание на расстояние до автомобиля (74%) и скорость ближайшего автомобиля (61%). **Лишь 29% россиян смотрят на наличие автомобиля во второй полосе движения, только 23% опрошенных принимают во внимание транспортные средства, которые ограничивают обзор водителю.** Погодные условия и видимость принимают во внимание лишь 16% и 14% россиян соответственно.
 - **25% опрошенных согласны с утверждением, что водители всегда успеют остановиться перед пешеходным переходом. Очевидно незнание четверти населения страны возможностей автомобиля и водителя.**
 - Большинство опрошенных считают, что при средней скорости движения автомобилей не менее 60 км/ч безопасным расстоянием до приближающегося автомобиля является расстояние от 30 до 60 метров (об этом сообщили 34% опрошенных). 13% опрошенных затруднились с ответом на данный вопрос. В целом, распределение ответов на этот вопрос было очень равномерным, что может говорить о **недостаточных знаниях респондентов в теме остановочного пути автомобиля.**
 - **Подавляющее большинство опрошенных (71%) не используют световозвращающие элементы**, из них 60% не делают этого, поскольку не считают эту меру необходимой, еще 16% – по причине того, что подобные аксессуары, по их мнению, могут испортить внешний вид.
 - **32% опрошенных не знают о ситуациях, в которых должны применяться световозвращающие элементы, а также где и как эти элементы должны располагаться.**
 - **Более половины респондентов, имеющих детей в возрасте до 12 лет, при покупке одежды ребенку не ориентировались на наличие на ней световозвращающих элементов (52%).**
 - Более половины опрошенных (54%) считают основной причиной частых ДТП с участием пешеходов на российских дорогах спешку водителей или пешеходов. Также популярными вариантами ответа стали **невнимательность пешеходов (41%) и отсутствие культуры у пешеходов (39%) и водителей (37%)**. В Москве доля участников опроса, выделивших невнимательность пешеходов в качестве одной из основных причин ДТП с участием пешеходов, оказалась на 8% выше, чем в среднем по России.
 - Более чем две трети респондентов уверены, что пожилые пешеходы и дети требуют к себе более внимательного отношения со стороны водителей (70%).
- Фактически были подтверждены выдвинутые ранее проблемы, ошибки со стороны пешеходов – недостаточное знание ПДД, необеспечение заметности для водителя с помощью световозвращающих элементов, недостаточная оценка ситуации при переходе, отсутствие навыков коммуникации с водителем, восприятие пожилых пешеходов и детей как особой «касты» пешеходов, к которым требуется особое отношение со стороны водителей. Пешеходы считают, что знают правила, пренебрегают ими, так как считают, что водители должны их пропускать, не считают должным уделять внимание своей

безопасности при переходе дороги, не считают должным обеспечивать свою заметность и заметность своего ребёнка на дороге исходя из времени суток и погодных условий.

- **Исследование также продемонстрировало наличие пробелов в знаниях у водителей в вопросе обеспечения безопасности пешеходов на пешеходном переходе:**
 - **54% водителей не смогли ответить на вопрос «Какое расстояние между Вашей машиной и пешеходным переходом Вы считаете безопасным для начала перехода дороги пешеходом, если Ваш автомобиль движется со скоростью 60 км/ч?».**
 - Респондентам задавался вопрос, в каких случаях они сбавляют скорость при подъезде к пешеходному переходу. Чаще всего опрошенные водители сбавляют скорость на свободной дороге, если приближаются к пешеходному переходу недалеко от образовательных организаций (82%) или если видят, что автомобили впереди и на другой полосе начинают тормозить (80%). Кроме того, 77% и 78% респондентов соответственно сбавляют скорость в дождливую, снежную погоду и в случае наличия детей, животных около пешеходного перехода. **17% по России и 23% по Москве не сбавляют скорость, если видят, что у пешеходного перехода нет пешеходов.**
 - **До пятой части респондентов-водителей (19%) часто попадают в ситуацию, когда им приходится экстренно тормозить перед внезапно вышедшим на дорогу вне зоны пешеходного перехода пешеходом.** Несколько меньшая доля опрошенных водителей (16%) часто применяют экстренное торможение в случае, когда пешеходы внезапно появляются на пешеходном переходе. Мужчины в среднем чаще, чем женщины, попадают в подобные ситуации.

Приведенные данные говорят о том, что безопасность пешеходов, в том числе детей-пешеходов, на дорогах зависит от их собственных действий (в том числе, при коммуникации с водителями в условиях взаимодействия на дороге) и уровня их информированности по теме безопасности дорожного движения, а также осознанности действий, из чего следует необходимость незамедлительных действий, направленных на профилактику проблемы безопасности пешеходов на дорогах России, в том числе детей пешеходов.

Таким образом, обозначенная выше проблема является одной из наиболее важных и значимых с точки зрения обеспечения безопасности дорожного движения и требует внимания.

II. О КАМПАНИИ: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПЕРИОД

Целью Кампании является снижение количества ДТП, с участием пешеходов, в том числе детей-пешеходов. Условиями достижения цели в рамках Кампании является решение следующих задач:

- разъяснение и доведение до широкого круга участников дорожного движения значимости вопроса правильного взаимодействия пешеходов и водителей, направленного на повышение безопасности пешеходов, а также объяснение основополагающих принципов обеспечения безопасности пешеходов;
- изменение поведения участников дорожного движения в отношении взаимодействия пешеходов и водителей, направленного на повышение безопасности пешеходов;
- формирование у участников дорожного движения безопасной модели поведения на дороге;
- привлечение внимания общественности к проблеме правильного взаимодействия пешеходов и водителей для обеспечения безопасности пешеходов;
- увеличение в долгосрочной перспективе доли лиц, осуществляющих правильное взаимодействие пешеходов и водителей для обеспечения безопасности пешеходов.

Целевая аудитория:

Основная целевая аудитория:

Участники дорожного движения: водители и пешеходы, в том числе дети-пешеходы.

Дополнительная целевая аудитория:

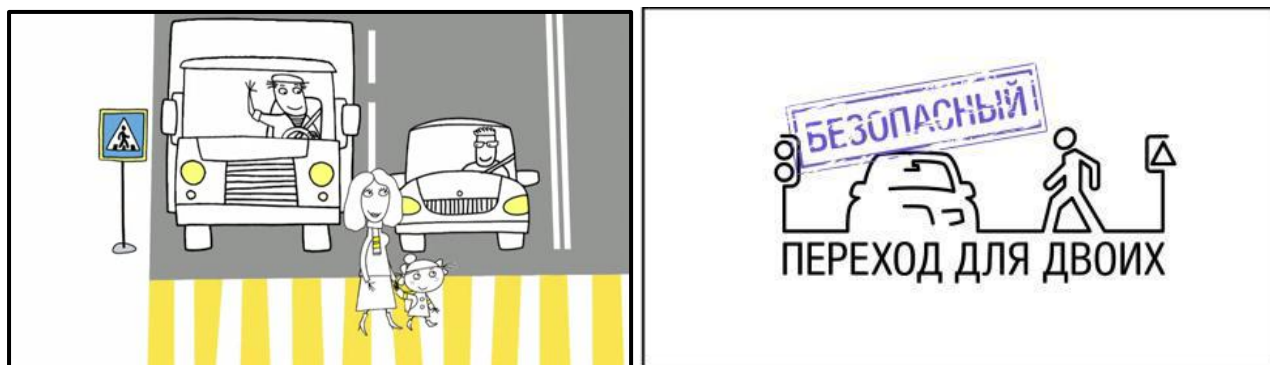
Голос за кадром иллюстрирует все происходящее в кадре. Мы наблюдаем процесс перехода по нерегулируемому пешеходному переходу двумя главными героями. Ситуация показывается «со стороны» пешехода и «со стороны» водителя. Метод визуализации – минималистичная анимация, 2D графика.

ТВ ролики можно посмотреть тут:

Безопасный переход. Водитель - <https://www.youtube.com/watch?v=Um6NwHPBsWs>

Безопасный переход. Пешеход - <https://www.youtube.com/watch?v=SrAXwVeCTAw>

Для скачивания эфирных и облегченных версий <https://yadi.sk/d/BZzmP3hGzSDZm>



ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИИ НА АВТОЗАПРАВОЧНЫХ СТАНЦИЯХ (далее АЗС)

1. **Механика:** проведение промо активностей силами промоутеров на АЗС.
 - На АЗС устанавливается интерактивная стойка, где водители могут пройти короткое тестирование в форме игры и осознать насколько важна бдительность и снижение скорости вблизи пешеходного перехода.
 - Контакт оперативный, но позволяющий эффективно отработать основные «проблемные» моменты для аудитории. По итогам тестирования участники получают подарки и призы.

Сценарий взаимодействия в Приложении №1 «Сложности перехода. Сценарий мероприятия на АЗС»

4.1. ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИИ В РЭП

1. **Механика:** В РЭП будет установлена стойка, посвященная теме Кампании. Используя стойку и компьютерную игру на планшете, аниматоры поясняют посетителям важность соблюдения, описанной в ПДД модели поведения вблизи и на пешеходном переходе, в том числе нерегулируемом. За участие аниматоры вручают полезные призы посетителям РЭП.
Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №2 «Сложности перехода. Сценарий мероприятия в РЭП»

4.2. ЗАНЯТИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ВЫСШЕГО, ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Среди студентов встречаются и пешеходы, и начинающие водители. Цель коммуникации в канале – понятным и доступным, с помощью вовлекающих инструментов для целевой аудитории, языком донести информацию о необходимых действиях для повышения безопасности пешеходов на дорогах.

Студентам будет показан образовательный фильм, проведены мероприятия по опросу мнений на усвоение материала, а также до или после фильма будут устроены веселые и познавательные активности, в ходе которых они еще раз закрепят полученные знания и выиграют памятные подарки и призы.

1. Механика:

Перед началом мероприятий в холле образовательных организаций разместить информационный постер по теме кампании на инфо досках.

Для студентов проводятся мероприятия 2-х типов:

1. Образовательные: показ образовательного фильма по теме кампании, тестирование на его основании, а также отработка усвоенного материала с помощью киновикторины.

2. Развлекательные: промоутер предлагает студентам сделать фото с табличками-бабблами. На табличках написаны пожелания и слова благодарности водителям и пешеходам.

- Участников фотографирует как сам промоутер, кроме этого участники фотографируют себя на свои гаджеты;
- Участники могут выложить получившиеся фотографии с бабблами в социальной сети Instagram с хэштегом #пропустипешехода или #спасибоводитель

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №3 «Сложности перехода». Сценарий мероприятия в ВУЗах и др. профессиональных образовательных организациях»

4.3. ЗАНЯТИЯ В ДОШКОЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ (далее детские сады)

Занятия в детских садах будут проводиться с целью пропаганды внимательного передвижения по дороге, необходимости использования световозвращающих элементов на одежде, чтобы быть более заметными на дороге. Занятия будут проводиться организаторами при участии представителей Госавтоинспекции. Организаторы (кампания «Движение без опасности») обеспечивают присутствие на занятиях аниматоров и обеспечивают их раздаточными материалами.

1. Механика:

- Для детей: Занятие проводится в формате интерактивного спектакля. Герои Света и ее мама приезжают в гости к детям, выясняется, что Света напутала все в задачках и из-за этого на дорогах города все перепуталось. В процессе занятия Света, ее мама с детьми исправляют ошибки. В результате урока движение на дорогах становится правильным и упорядоченным. Все упражнения на тему ключевых тем детской дорожной безопасности.

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №4 «Сложности перехода». Сценарий мероприятия в дошкольных образовательных организациях»

4.4. ЗАНЯТИЯ В НАЧАЛЬНЫХ КЛАССАХ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (далее начальные классы школ)

Занятия в начальных классах школ будут проводиться с целью пропаганды внимательного передвижения по дороге, необходимости использования световозвращающих элементов на одежде, чтобы быть более заметными на дороге. Занятия будут проводиться организаторами при участии представителей Госавтоинспекции.

Организаторы (кампания «Движение без опасности») обеспечивают присутствие на занятиях аниматоров и обеспечивают их раздаточными материалами.

1. Механика:

- Для детей: Занятие проводится в формате интерактивного спектакля. Герои Света и ее мама приезжают в гости к детям, выясняется, что Света напутала все в задачках и из-за этого на дорогах города все перепуталось. В процессе занятия Света, ее мама с детьми

исправляют ошибки. В результате урока движение на дорогах становится правильным и упорядоченным. Все упражнения на тему ключевых тем детской дорожной безопасности.

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №5 «Сложности перехода. Сценарий мероприятия в начальных классах образовательных учреждений»

ЗАНЯТИЯ В СТАРШИХ КЛАССАХ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (далее старшие классы школ)

Занятия проводятся с аудиторией на примере полноценного урока Обществознания.

1. Механика:

Активности для учащихся.

Для учащихся в формате урока Обществознания, будет подробно рассказано о важности взаимодействия пешехода и водителя (в том числе благодарность водителю за то, что пропустил), привычки моделировать как свое поведение, так и учитывать поведение окружающих людей, будут разобраны типовые ошибки в поведении пешеходов, рассмотрены понятия тормозного и остановочного пути, обсуждены вопросы финансовой грамотности (виды страхования) и процедуры Европротокола. Практическое занятие позволит рассмотреть и изучить схему дорожной безопасности (Схема безопасных маршрутов движения) из Паспорта Дорожной безопасности школы.

Урок состоит из 2-х частей:

- **Теоретическая часть** по темам взаимодействия пешехода и водителя.
- **Практическое занятие** “Схема дорожной безопасности твоей школы”

Механика. Для участия в конкурсе необходимо:

1. Зарегистрировать на сайте школу. Поля регистрации:
 - 1.1. Название, номер.
 - 1.2. Адрес (Область/район, город, улица, номер дома)
 - 1.3. ФИО, e-мейл, логин, пароль представителя школы
2. Разместить на сайте www.bezdtп.ru 2 фотоработы:
 - 2.1. разработанную учащимися школы «схему дорожной безопасности» прохода к школе* (см пояснения ниже);
 - 2.2. фотографию учащихся школы с табличкой «Водите так, словно тут ходят ваши дети»** (см пояснения ниже);
3. Принять участие в голосовании:

*Ученики школы получают схему безопасных маршрутов движения с изображением образовательной организации, зданий вокруг территории и сетью автомобильных дорог. Задача учеников дополнить схему недостающими элементами: светофорами, дорожными знаками, разметкой, названиями улиц, безопасными маршрутами.

** Дизайн таблички можно скачать с сайта www.bezdtп.ru, (страница конкурса) или тут <https://yadi.sk/i/1hCmUjBV37znUz> или создать свой дизайн с учетом уникальных культурных особенностей региона

Участвуют все школы РФ (1 школа=1 паспорт).

Подробности в правилах конкурса на сайте бездтп.рф с 06.02.17.

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №6 «Сложности перехода. Сценарий мероприятия в старших классах образовательных учреждений»

4.5.ЗАНЯТИЯ В АВТОШКОЛАХ

1. Механика:

В Автошколе проводим занятие, с помощью обучающего видео по проблематике Кампании «Сложности перехода». Принявших участие в уроке и прошедших тестирование на основе полученной информации, награждаем призами.

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №7 «Сложности перехода».

Сценарий мероприятия в автошколах».

4.6. ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИИ В МЕСТАХ МАССОВОГО СКОПЛЕНИЯ ЛЮДЕЙ (ТРЦ, АВТОВОКЗАЛЫ, ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ ВОКЗАЛЫ)

1. Механика:

В месте наибольшего прохода и скопления ЦА располагается стойка кампании.

Промоутер, обращаясь к посетителям с краткой промо-речью, приглашает пройти тестирование на стойке и проверить свои знания. После прохождения тестирования участники получают памятные подарки.

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №8 «Сложности перехода».

Сценарий мероприятия в местах массового скопления людей»

4.7. ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИИ В ЗДАНИИ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ

1. Механика: Лекция для пенсионеров о безопасном поведении пешеходов с объяснением различных проблем связанных с переходом дороги, закрепление материала в виде обсуждения, выдача раздаточного материала.

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №9 «Сложности перехода».

Сценарий мероприятия на территории Пенсионных фондов»

4.8. ПРОВЕДЕНИЕ КАМПАНИИ В ЗДАНИИ ПОЛИКЛИНИК

1. Механика: При входе в больницу работает промо-команда, обращается к посетителям с короткой информационной речью: правила перехода пешеходного перехода, права водителя и пешехода, необходимость размещать световозвращающие элементы на одежде в темное время суток.

Всем посетителям вручаются памятные полезные подарки.

Сценарий взаимодействия в канале представлен в Приложении №10 «Сложности перехода».

Сценарий мероприятия на территории поликлиник».

PR-КАМПАНИЯ И РАБОТА СО СМИ

1. ИНФОРМИРОВАНИЕ СМИ

Важно максимально привлечь внимание СМИ к Кампании «Сложности перехода» и ее проблематике. Наиболее интересные публикации и телесюжеты региональных СМИ будут опубликованы со ссылкой на первоисточник на сайте bezdtp.ru – центральной информационной площадке Кампании.

1. Проинформируйте СМИ о всех этапах и мероприятиях Кампании. Предлагаем примерный алгоритм работы сотрудников подразделений пропаганды БДД со СМИ:

1) в первую очередь заявите в региональных СМИ о старте Кампании в вашем регионе. За образец можно будет взять новость с федеральной ленты новостей официального сайта Госавтоинспекции или использовать информационные материалы по Кампании (будут высланы позже) и дополнить информацией по вашему региону (актуальная статистика, комментарии экспертов). Необходимо обеспечить освещение в прессе всех активностей Кампании: пресс-конференции, конкурсов Кампании, мероприятий в РЭП, на АЗС, в ТРЦ, пенсионных фондах, социальных учреждениях, занятий в школах, детских садах, автошколах и ВУЗах. Пресс-релизы по каждой из активностей будут высланы отдельно.

2) ТВ. Предлагаем дать информацию о проведении Кампании в качестве новости, а также предложить каналам разместить ролики социальной рекламы в эфире. Сотрудник пропаганды может

дать комментарии на камеру (озвучить проблему, статистику), пригласить съемочные группы на все мероприятия Кампании.

3) Радио: с целью привлечения внимания к Кампании договоритесь о размещении аудиороликов в эфире, дайте информацию о проведении мероприятий Кампании в качестве новостей, предложите в качестве гостя эфира представителя Госавтоинспекции.

4) Печатные, online издания. В преддверии Кампании были проведены исследования по теме Кампании и подготовлен ряд информационных материалов (будут высланы отдельно) – эти материалы можно предоставлять в СМИ для публикации. Материалы можно дополнить актуальной статистикой по региону, комментариями экспертов: представителей Госавтоинспекции, администрации региона, профессиональных автоспортсменов, руководителей автоклубов, преподавателей вузов, школ.

5) Социальные сети. Новости по кампании будут публиковаться в социальных сетях vk.com/bezntp_ru и facebook.com/bezntp, если у вас есть аккаунты на этих площадках, постарайтесь делиться новостями со страниц «Движения без опасности».

Рекомендации по составлению отчета об освещении мероприятия в СМИ

После завершения Кампании подготовить отчет с перечнем публикаций, освещавшими мероприятия Кампании, в рекомендуемом формате:

- ✓ Дата выхода
- ✓ Вид СМИ и название (печатные, ТВ, радио, Интернет)
- ✓ Название материала

Для печатных СМИ – рекомендуется прикладывать к отчету отсканированный материал;

ТВ и радио – рекомендуется прикладывать к отчету запись с новостными сюжетами и репортажами;

Интернет – рекомендуется прикладывать ссылку на первоисточник.