



**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
И СОЦИАЛЬНЫЙ СОВЕТ**

Distr.
GENERAL

TRANS/WP.1/2005/9
5 January 2005

RUSSIAN
Original: ENGLISH

ЕВРОПЕЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОМИССИЯ

КОМИТЕТ ПО ВНУТРЕННЕМУ ТРАНСПОРТУ

Рабочая группа по безопасности дорожного движения

(Сорок шестая сессия, 14-16 марта 2005 года,
пункт 9 повестки дня)

**СБОР И РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О НАЦИОНАЛЬНЫХ
ТРЕБОВАНИЯХ В ОБЛАСТИ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ**

Перечень кампаний по безопасности дорожного движения

Записка секретариата

Ниже приводится полученная от государств - членов ЕЭК информация, касающаяся кампаний по безопасности дорожного движения, проведенных в 2003 году.

* * * * *

Обзор ответов, касающихся кампаний по безопасности дорожного движения, проведенных в 2003 году

Страна	Тема и цель кампании (1 и 2)	Используемый лозунг (7)	Целевые группы (3)	Продолжительность (4)	Особый период (5)	Используемые средства (6)	Другие особенности (8)	Воздействие кампании (9)
БОЛГАРИЯ	Скорость: снизить число жертв дорожно-транспортных происшествий (погибших и раненых) по причине неадекватной скорости	"Снизить скорость - значит спасти жизнь"	Водители и их семьи	В течение всего года	-	- Телевизионные и радиоролики - печатные издания - семинар - брошюры - пресс-конференции - фильмы	- Совершенно новая кампания (новая тема)	Умеренное воздействие
КАНАДА	Различные кампании по безопасности дорожного движения: "Безопасность дорожного движения, перспектива на 2010 год", общая цель которых - сделать дороги самыми безопасными в мире, исходя из числа погибших на млрд. транспортное средство-км пройденного расстояния. В течение 2003 года проводились кампании как на общие, так и на специальные темы	Тематический день под лозунгом "Позаботься обо мне - пристегни меня правильно" "Пристегнись или получи штраф" "Твои дни сочтены" "Не позволяй своим друзьям садиться за руль в пьяном виде. Наставь на этом" "Возьми себя в руки"	Все участники дорожного движения	Кампании продолжительностью в четыре-десять дней	В течение недели перед первым длинным уикендом в конце лета и в течение всех длинных уикендов на протяжении года, а также в пиковые периоды отпусков.	- Телевизионные и радиоролики - печатные издания и радио - брошюры - наклейки/рекламные плакаты - Интернет - КД-ПЗУ - семинары/конференции - пресс-конференции - фильмы	- Различные кампании с использованием как новых, так и прежних тем, в зависимости от охватываемой проблематики	Неизвестно: в 2006 году министерство транспорта Канады проведет среднесрочный обзор воздействия кампании "Безопасность дорожного движения - перспектива на 2010 год"
ДАНИЯ	Алкоголь, скорость и неиспользование ремней безопасности в молодежной среде. Цель: привлечь внимание к последствиям управления транспортным средством в состоянии опьянения	"Один момент слабости - проблема на всю оставшуюся жизнь"	Молодые водители (18-24 года)	10 ноября - 29 января	--	- Печатные издания - Интернет - фильмы	- Совершенно новая кампания (новая тема)	Значительное воздействие
	Три кампании, связанные с применением автоматической системы управления движением (АСУД), для обеспечения соблюдения водителями легковых автомобилей ограничений скорости	"Соблюдай ограничение скорости"	Возрастная группа - 30-50 лет, а также водители, доставляющие детей в школу	13 марта - 13 апреля 20 октября - 9 ноября 4 августа - 17 августа, т.е. возобновление учебы в школах	-	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - знаки на дорогах и электронные табло с указанием скорости - транспаранты на автобусах	- Повторение прежней темы, но с иным содержанием	2 - значительное воздействие 1 - умеренное воздействие

Страна	Тема и цель кампании (1 и 2)	Используемый лозунг (7)	Целевые группы (3)	Продолжительность (4)	Особый период (5)	Используемые средства (6)	Другие особенности (8)	Воздействие кампании (9)
ДАНИЯ (продолжение)	Мигающие огни (указатели поворота) - кампания по информированию о новых правилах использования мигающих огней и аварийных мигающих сигналов	"Используй указатель поворота при изменении полос движения и помни о необходимости включения аварийных мигающих сигналов в случае непредвиденного дорожного затора"	Все водители легковых автомобилей	1 сентября - 21 сентября	--	- Печатные издания, радио - Интернет - придорожные знаки и почтовые карточки	Совершенно новая кампания	Значительное воздействие
	Скорость - снижение скорости на автодорогах	"Высокая скорость осложняет ситуацию"	Все водители легковых автомобилей в возрасте старше 25 лет, нарушающие ограничение скорости более чем на 10-15 км и не считающие это опасным	22 сентября - 12 октября Кампания является частью долгосрочной стратегии, цели которой должны быть достигнуты к 2007 году	--	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - придорожные рекламные щиты	Совершенно новая кампания	Умеренное воздействие
	Использование ремней безопасности Повысить коэффициент использования ремней безопасности в крупных городах с 73% до 75%. Повысить коэффициент использования ремней безопасности на задних сиденьях с 50% до 70%	"Помни о ремне безопасности - это займет всего две секунды"	Водители и пассажиры в возрасте 18-70 лет	7 апреля - 4 мая	--	- Телевизионные ролики, печатные издания - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - придорожные знаки - полицейский контроль	- Повторение прежней темы с тем же содержанием	Значительное воздействие
	Временное водительское удостоверение Информирование о новых правилах и штрафах в случае нарушения водителем Закона о дорожном движении в течение трех лет после сдачи экзамена на получение водительского удостоверения	--	Любой водитель, получивший удостоверение после сентября 2003 года, когда вступили в силу новые правила	После 1 сентября 2003 года и на постоянной основе	--	- Печатные издания - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - брошюра, выдаваемая вместе с временным водительским удостоверением	- Повторение прежней темы, но с иным содержанием	Неизвестно

Страна	Тема и цель кампании (1 и 2)	Используемый лозунг (7)	Целевые группы (3)	Продолжительность (4)	Особый период (5)	Используемые средства (6)	Другие особенности (8)	Воздействие кампании (9)
ДАНИЯ (продолжение)	Права на управление велосипедами для детей Привлечь внимание детей к проблемам дорожного движения в игровой форме и с познавательными целями	--	Дети 6-10-летнего возраста в группах продленного дня	19 мая - 25 мая	Весенний и летний периоды	- Печатные издания - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - конкурс - фильмы - обучение посредством проверки состояния велосипеда, ознакомления с велосипедной полосой движения, дорожными знаками и семинар по вопросу о пользовании велосипедом	Совершенно новая кампания	Значительное воздействие
	Опасная езда на легковом автомобиле по причине превышения скорости, неиспользования ремня безопасности и употребления алкоголя Оказание воздействия на учащихся технических школ, с тем чтобы они отказались от опасного стиля вождения	"Водитель с хорошими манерами"	Учащиеся технических школ	24 февраля - 25 апреля	--	- Печатные издания, Интернет - конкурс - фильмы - комедийная постановка, сообщения СМС, рассказы людей, потерявших друга или члена семьи, дебаты, свидетели событий (молодые люди, рассказывающие свою историю)	- Повторение прежней темы, но с иным содержанием	Значительное воздействие
ИТАЛИЯ	Повысить уровень безопасности вождения и предотвращать травмирование и гибель людей по причине неосторожного и опасного вождения Повысить уровень осознания водителями последствий нарушений правил	--	Молодые водители/семьи/мотоциклисты	Три раза в год	Летние каникулы, зимний период	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - пресс-конференция	Совершенно новая кампания	Значительное воздействие

Страна	Тема и цель кампании (1 и 2)	Используемый лозунг (7)	Целевые группы (3)	Продолжительность (4)	Особый период (5)	Используемые средства (6)	Другие особенности (8)	Воздействие кампании (9)
ИСЛАНДИЯ	Превышение скорости, управление транспортным средством в состоянии опьянения, неиспользование ремней безопасности Предотвращать вышеперечисленные нарушения	"Только посмей!"	Все водители и пассажиры	Июль-декабрь	--	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - пресс-конференция	Совершенно новая кампания	Значительное воздействие
ЛАТВИЯ	Важность использования ремней безопасности Повысить уровень осознания обществом важности использования ремней безопасности и снизить число погибших и раненых в дорожно-транспортных происшествиях	"Выживает тот, кто пользуется ремнями безопасности"	Все водители	23 февраля - 13 марта	--	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - пресс-конференция - специальный легковой автомобиль на автомобильной выставке для демонстрации важности использования ремней безопасности	Совершенно новая кампания	Значительное воздействие Коэффициент использования ремней безопасности повысился на 25%
	Управление в пьяном виде Осознание проблемы и последствий допуска водителей к управлению транспортным средством в состоянии опьянения	"Спаси своего друга! Не разрешай ему садиться за руль в пьяном виде!"	Главным образом водители в возрасте 18-30 лет, а также все другие водители	15-25 июня	23-24 июня - летнее солнцестояние (очень популярный праздник в Латвии)	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - пресс-конференция	- Повторение прежней темы	Значительное воздействие
ИРЛАНДИЯ	Борьба с алкоголем за рулем. Снизить число и тяжесть аварий по вине пьяных водителей	"Стыдно! Никогда не садись за руль в пьяном виде"	Водители мужского пола в возрасте 15-34 лет, водители мужского пола старше 50 лет	1-6 января, 10-23 марта, апрель-май, 23 июня-31 августа, октябрь-декабрь	Пасха, сезон регби, сезон ГАА (июль-август), Кубок мира по регби и рождественские каникулы	- Телевизионные ролики - радио	- Повторение прежней темы с тем же содержанием	Умеренное воздействие. Проблема по-прежнему существует

Страна	Тема и цель кампании (1 и 2)	Используемый лозунг (7)	Целевые группы (3)	Продолжительность (4)	Особый период (5)	Используемые средства (6)	Другие особенности (8)	Воздействие кампании (9)
ИРЛАНДИЯ (продолжение)	Стимулирование использования ремней безопасности на передних и задних сиденьях. Повышение коэффициента использования ремней безопасности	<i>"Нанесен ущерб! Не притеснялся ремнем безопасности - никаких оправданий"</i>	Дети и пассажиры на передних сиденьях	1-9 марта, 28 марта-27 апреля, 6-31 октября	Пасха и октябрь месяц (возобновление школьных занятий)	- Телевизионные ролики - радио	- Повторение прежней темы с тем же содержанием	Значительное воздействие. Обследование свидетельствует о существенном повышении коэффициента использования ремней безопасности
	Уязвимые участники дорожного движения - пешеходы. Осознание проблемы неосторожного использования мобильных телефонов. Осознание отвлекающих факторов водителями во время вождения	---	Молодежь, дети школьного возраста, все водители	6-26 января, 5-31 мая, 1-30 сентября	В течение учебных периодов	- Телевизионные ролики - радио	- Повторение прежней темы с тем же содержанием	Умеренное воздействие. Необходимо увеличить продолжительность вещания в зимние периоды
	Система штрафных очков. Стимулировать более правильное поведение во время вождения, что позволяет избежать штрафных баллов	<i>"До места назначения без штрафных очков"</i>	Все водители	10 июня-24 августа	Летние каникулы	- Телевизионные ролики - радио	Совершенно новая компания	Значительное воздействие. Водители стали полнее осознавать значение штрафных баллов
ПОЛЬША	Технические осмотры автобусов, медицинские осмотры водителей на психологическую пригодность, проверка дорожных знаков, информация для водителей и туристов	<i>"Безопасные каникулы"</i>	Туристы, водители автобусов, владельцы транспортных компаний, водители в целом	Июнь-сентябрь	Летние каникулы	- Телевизионные ролики - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет - пресс-конференция	Совершенно новая компания	Умеренное воздействие
ПОРТУГАЛИЯ	Использование ремней безопасности и детских удерживающих систем. Обеспечение более жесткого контроля за соблюдением правил	<i>"Мир на дороге: Притесни ребенка во имя сохранения его жизни - используй удерживающую систему"</i>	Водители и пассажиры школьного и пожилого возраста	6 месяцев	--	- Телевизионные ролики - радио - пресс-конференция	Совершенно новая компания	Значительное воздействие. Повысился коэффициент использования ремней безопасности на задних сиденьях

<i>Страна</i>	<i>Тема и цель кампании (1 и 2)</i>	<i>Используемый лозунг (7)</i>	<i>Целевые группы (3)</i>	<i>Продолжительность (4)</i>	<i>Особый период (5)</i>	<i>Используемые средства (6)</i>	<i>Другие особенности (8)</i>	<i>Воздействие кампании (9)</i>
ПОРТУГАЛИЯ (продолжение)	Контроль за вождением в пьяном виде. Стимулирование ответственного употребления спиртных напитков. Обеспечение более жесткого контроля за соблюдением правил	<i>"Я трезвый, поэтому сегодня за руль сажусь я"</i>	Молодые водители	6 месяцев	Выходные дни, ночное время, в местах и в периоды наиболее частых нарушений правил	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - пресс-конференция	- Повторение прежней темы	Умеренное воздействие
	Технические осмотры транспортных средств. Усиление контроля за соблюдением правил	<i>"Отвечай за безопасность жизни"</i>	Водители и владельцы транспортных средств	6 месяцев	--	- Телевизионные ролики печатные издания - радио - конкурс - пресс-конференция	- Повторение прежней темы	Умеренное воздействие
	Системы сигнализации и освещения транспортных средств. Усиление контроля за соблюдением правил	<i>"Смотри сам и пусть видят тебя... безопасность - основополагающий фактор"</i>	Все водители	3 месяца	--	- Телевизионные ролики печатные издания - радио - брошюры/рекламные плакаты - пресс-конференция	--	Умеренное воздействие. На дорогах проводились проверки на предмет способности водителей видеть окружающую обстановку
РУМЫНИЯ	Железнодорожные переезды на одном уровне	-	Государственные власти, национальные железнодорожные компании, дорожная полиция, местные органы власти, национальная автодорожная администрация	26 сентября - 2 октября	-	- Печатные издания - семинар - пресс-конференция	- Повторение прежней темы	Умеренное воздействие

Страна	Тема и цель кампании (1 и 2)	Используемый лозунг (7)	Целевые группы (3)	Продолжительность (4)	Особый период (5)	Используемые средства (6)	Другие особенности (8)	Воздействие кампании (9)
РУМЫНИЯ (продолжение)	Ежегодный национальный конкурс между школами по проблемам безопасности дорожного движения. Дети моделируют условия дорожного движения во время езды на велосипедах, изучают правила дорожного движения, правила осторожного вождения и способы защиты себя и других в условиях дорожного движения	<i>"Обучение вопросам безопасности дорожного движения - обучение жизни"</i>	Учащиеся в возрасте 12-18 лет, преподаватели и родители	2003 год	-	- Конкурс	- Повторение прежней темы	Значительное воздействие
	Полное предупреждение дорожно-транспортных происшествий	<i>"Смотри сам и пусть видят тебя"</i>	Частные компании, государственные органы, все категории участников дорожного движения	9-11 июня	-	- Брошюры/рекламные плакаты - семинар/ круглый стол - пресс-конференция	- Повторение прежней темы с иным содержанием	Умеренное воздействие
	Курс по безопасности дорожного движения для сотрудников местных органов власти из 4 административных районов Планы действий местных органов власти	-	Местные органы власти	17-21 июня	-	- Печатные издания - семинар/круглый стол - пресс-конференция	Совершенно новая кампания	Умеренное воздействие
СЕРБИЯ И ЧЕРНОГОРИЯ	Предотвращение дорожно-транспортных происшествий с участием сельскохозяйственной техники	<i>"Водители тракторов за вашу безопасность"</i>	Водители сельскохозяйственной техники	Апрель	Сезон сельскохозяйственных работ	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты	Совершенно новая кампания	Значительное воздействие
	Технические осмотры транспортных средств. Повышение уровня технической безопасности механических транспортных средств	<i>"Безопасный автомобиль - безопасное управление"</i>	Все водители	16-21 июня, 3-8 ноября	Начало каникул и зимний сезон	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты	Повторение прежней темы с иным содержанием	Умеренное воздействие

Страна	Тема и цель кампании (1 и 2)	Используемый лозунг (7)	Целевые группы (3)	Продолжительность (4)	Особый период (5)	Используемые средства (6)	Другие особенности (8)	Воздействие кампании (9)
СЕРБИЯ И ЧЕРНОГОРИЯ (продолжение)	Повышение безопасности детей школьного возраста и школьных автобусов	"Безопасная поездка в школу; будь внимателен - соблюдай правила дорожного движения"	Дети школьного возраста, водители в районах расположения школ, водители школьных автобусов	В течение всего года	Особенно в начале и в конце учебного года	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты	Повторение прежней темы с иным содержанием	Значительное воздействие
СЛОВАКИЯ	Водители автобусов. Управление под влиянием алкоголя; повышение уровня безопасного поведения водителей автобусов	-	Водители автобусов	18 февраля	По графику автобусного движения с 5 час. 00 мин до 20 час. 00 мин.	- Различные средства	-	Неизвестно
СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ АМЕРИКИ	Ограничить управление транспортными средствами в состоянии алкогольного опьянения Не давать друзьям и коллегам садиться за руль в пьяном виде	"Друзья не разрешают садиться за руль в пьяном виде"	Население в целом - главным образом те, кто может вмешаться и не дать другому сесть за руль в пьяном виде	Впервые кампания проводилась в 1983 году	В течение всего года	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет	Повторение прежней темы	Значительное воздействие
	Кампания по формированию навыков использования дополнительного детского сиденья	"При маленьком росте детям требуется дополнительное сиденье"	Родители и опекуны детей в возрасте 4-8 лет	Кампания начата в общенациональных масштабах в феврале 2004 года	В течение всего года	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет	Совершенно новая кампания	Воздействие неизвестно - проводится оценка
	Ограничить управление транспортными средствами в США под воздействием негативных факторов Предупреждать управление транспортными средствами под воздействием негативных факторов путем ужесточения контроля за соблюдением нормативных положений и формирования навыков правильного поведения у населения в целом	"Выпил и сел за руль - проиграешь"	Население в целом. Особое внимание водителям мужского пола в возрасте 18-34 лет	Кампания по контролю за соблюдением правил на протяжении трех последовательных выходных, один раз в год	Поездки в отпуск, 4 июля, День труда, период декабрьских отпусков	- Телевизионные ролики, печатные издания - радио - брошюры, рекламные плакаты - Интернет -пресс-конференция	- Повторение прежней темы с тем же содержанием	Значительное воздействие