

ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE

FAKULTA DOPRAVNÍ

Tomáš Justa

Prevence dopravních nehod osvětou

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010

zadání

Poděkování

Rád bych poděkoval vedoucímu mé práce, Ing. Tomášovi Mičunkovi, za odborné vedení, hodnotné rady a velkou trpělivost. Dále zaměstnancům Ministerstva dopravy ČR, odboru komunikace s veřejností, Ministerstva dopravy, pošt a telekomunikací SR, Norské správy silnic a Novozélandské dopravní agentury za hodnotné informace. Nejvíce bych však rád poděkoval svým rodičům za podporu v době studia.

Prohlášení:

Předkládám tímto k posouzení a obhajobě bakalářskou práci, zpracovanou na závěr studia na ČVUT v Praze Fakultě dopravní.

Prohlašuji, že jsem předloženou práci vypracoval samostatně a že jsem uvedl veškeré použité informační zdroje v souladu s Metodickým pokynem o etické přípravě vysokoškolských závěrečných prací.

Nemám závažný důvod proti užití tohoto školního díla ve smyslu § 60 Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).

V Praze dne

Název práce: **Prevence dopravních nehod osvětou**
Autor: Tomáš Justa
Obor: Management a ekonomika dopravy a telekomunikací
Druh práce: Bakalářská práce
Vedoucí práce: Ing. Tomáš Mičunek
Ústav soudního znaleství v dopravě K622
Fakulta dopravní, ČVUT v Praze

Abstrakt: Cílem bakalářské práce je uvést příklady dopravně bezpečnostních kampaní a zhodnotit přínos takovéto formy prevence. Hodnocení je založeno jednak na teorii, především z oblasti psychologie, a jednak na statistických ukazatelích. Práce uvádí příklady z celkem pěti zahraničních zemí. Zahraniční zkušenosti s prevencí osvětou dokazují nutnost věrohodných obrazů nehod s veškerými následky, nikoliv však drastických, ale spíše emotivních. Zcela nezbytná je však součinnost s ostatními metodami prevence (legislativa, činnost represivních složek, apod.). Práce se také věnuje rozložení finančních prostředků na preventivní osvětovou činnost v České republice a konstatuje, že vynaložené finanční prostředky mají výrazný ekonomický i společenský přínos.

Klíčová slova: Bezpečnost silničního provozu, dopravní nehoda, statistiky nehodovosti, dopravní politika, prevence, kampaň

Title: **Prevention of Traffic Accidents by Edification**

Author: Tomáš Justa

Branch: Management and Economics of Transportation and Telecommunications

Document type: Bachelor's thesis

Thesis advisor: Ing. Tomáš Mičunek

Department of Forensic Experts in Transportation K622

Faculty of Transportation Sciences, CTU in Prague

Abstract: The aim of the bachelor thesis is to show examples of the road safety campaigns and evaluate the benefits of such form of prevention. Evaluation is based both on theory, especially in the field of psychology, and statistical indicators. The thesis presents examples from five foreign countries. Foreign experience proves the need for trustful images of accidents with all the consequences in road safety, not drastic, but rather emotional. However, its necessary to cooperate with other methods of prevention (legislation, repressive activity, etc.). Thesis also shows the distribution of funds for preventive edification activities in the Czech Republic, noting that the financial resources have significant economic and social benefits.

Key words: Road safety, traffic accident, accident statistics, transport policy, prevention, campaign

Úvod.....	12
1. Dopravní politika.....	13
2 Teorie nehod.....	15
2.1 Riziko.....	15
2.2 Chyby v řízení motorových vozidel.....	17
2.3 Vnímání.....	18
2.4 Prevence.....	18
2.5 Efektivita.....	20
3. Statistiky.....	21
3.1 Význam statistik pro prevenci.....	21
3.2 Příčiny nehod.....	23
3.3 Bezpečnostní pásy.....	24
3.4 Nehody v obcích a mimo ně.....	26
3.5 Statistiky 2010.....	26
3.6 Zahraniční statistiky.....	27
4 Zahraniční dopravně bezpečnostní kampaně.....	29
4.1 Mezinárodní - VAMOS.....	29
4.1.1 Hlavní cíle.....	29
4.1.2 VAMOS na Slovensku.....	30
4.2 Spojené státy americké.....	30
4.2.1 Click It or Ticket.....	31
4.2.1.1 Hlavní body.....	31
4.3 Nový Zéland.....	32
4.3.1 Hlavní problémy.....	32
4.3.2 Rychlost.....	33
4.3.2.1 Robbie.....	33
4.3.2.1.1 Hlavní body.....	34
4.3.2.2 Another 10 km/h.....	34
4.3.2.2.1 Hlavní body.....	34
4.3.3 Alkohol.....	35
4.3.3.1 Four mates.....	35
4.3.3.1.1 Hlavní body.....	36
4.3.4 Nedání přednosti na křižovatce.....	36
4.3.4.1 Spin the wheel.....	36

4.3.4.1.1 Hlavní body.....	37
4.3.5 Únava.....	37
4.3.5.1 Hlavní body.....	38
4.3.6 Financování.....	39
4.4 Finsko.....	39
4.4.1 Valppain mielin 2009.....	39
4.4.1.1 Hlavní body.....	40
4.5 Norsko.....	40
4.5.1 Si ifra!.....	41
4.5.1.1 Hlavní body:.....	41
4.5.1.2 Vyhodnocení.....	41
4.5.2 Husk bilbelte.....	42
4.5.2.1 Hlavní body.....	42
5. Domácí dopravně bezpečnostní kampaně.....	43
5.1 BESIP.....	43
5.1.1 Financování v roce 2009.....	43
5.2 THE ACTION.....	46
5.2.1 Hlavní body.....	46
5.2.2 Účinnost.....	46
5.3 Domluvme se!.....	47
5.3.1 Hlavní body.....	47
5.4 BESIP Team.....	48
5.4.1 Hlavní body.....	48
5.5 Nemyslíš, zaplatíš!.....	48
5.5.1 Hlavní body.....	49
5.5.2 Kritika spotů.....	50
Závěr.....	51
Použitá literatura a zdroje.....	53
Ostatní použité zdroje informací.....	53

Seznam použitých zkratk

BESIP	Oddělení MD, provádí preventivní činnost v oblasti bezpečnosti a plynulosti provozu na pozemních komunikacích
CDV	Centrum dopravního výzkumu
ČVUT	České vysoké učení technické
DVD	Digital Video Disk, digitální optický datový nosič
EU	Evropská unie
FIA	Fédération Internationale de l'Automobile, Mezinárodní automobilová federace
IRTAD	International Road Traffic Accident Database, Mezinárodní databáze silničních nehod
IZS	Integrovaný záchranný systém
HDP	Hrubý domácí produkt
MD	Ministerstvo dopravy ČR
MŠ	Ministerstvo školství ČR
NHTSA	National Highway Traffic Safety Administration, Státní správa bezpečnosti silniční dopravy
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OSN	Organizace spojených národů
ZŠ	Základní škola

Úvod

Zvyšování bezpečnosti na pozemních komunikacích je dlouhodobě jedna z hlavních priorit české, evropské, ale i světové dopravní politiky. Cest, kterými lze takových cílů dosáhnout, je celá řada. Tato bakalářská práce se zabývá prevencí osvětou, tedy prací s lidmi, a jejími rozdílnými podobami v různých částech světa. Výsledkem práce by měla být ukázka z některých zajímavých zahraničních i domácích dopravně bezpečnostních kampaní a kritické srovnání některé na pohled úspěšné kampaně s jejími výsledky a přínosy ve formě zvýšené bezpečnosti, ale i s vynaloženými finančními prostředky.

Práce je rozdělena do čtyř tematických celků.

Na začátku práce je krátká prezentace dopravní politiky a jejích cílů a nezbytný lehký teoretický úvod k dané problematice. Neb je prevence osvětou cílena na uživatele dopravy, hraje zde velmi významnou roli psychologie, a proto na tomto místě nahlížím na pozadí dopravního chování řidičů, jejich chyby a sklony k rizikovému chování. Nezbytné je též definovat způsob, jak úspěšnost preventivní kampaně hodnotit.

Ve druhé části se zaměřuji na vybrané statistiky nehodovosti, a to jak české, tak zahraniční. Kromě samotných údajů o počtech nehod je zajímavé sledovat trendy, ať už pozitivní, nebo negativní.

Třetí část začíná přehled konkrétních dopravně bezpečnostních kampaní. Popisuji zde vybrané zahraniční projekty, jejich motivy a cíle, hlavní sdělení a kde je to možné, i výsledky.

Následuje pohled na kampaně české. Nejprve se věnuji rozpočtu oddělení BESIP, které u nás prevencí osvětou provádí. Následuje několik příkladů preventivních kampaní, se kterými se český řidič může setkat. Jedná se opět o výběr, neboť popis všech drobných projektů by byl nejen příliš rozsáhlý, ale z hlediska smyslu práce i irelevantní a nepodstatný.

Na závěr práci shrnuji, hodnotím uvedené příklady kampaní a snažím se vyzdvihnout ty neúčinnější. Hodnocení je podpořeno argumenty z teoretické části.

1. Dopravní politika

K hlavním zdravotním problémům naší civilizace patří úrazy. Podíl úrazů na úmrtnosti v naší populaci je velmi vysoký a u dětí a osob do 40 let je úraz dokonce nejčastější příčinou smrti. Podle šetření Ústavu zdravotnických informací a statistiky utrpí v České republice úraz ročně 10,5% lidí a necelá 2% se zraní následkem dopravní nehody. V EU si v roce 2000 vyžádaly dopravní nehody téměř 42 tisíc lidských životů a více než 1,7 milionu zraněných. Každý třetí Evropan je v průběhu svého života zraněn při dopravní nehodě. Evropská komise proto v polovině září 2001 vydala inovovanou Bílou knihu evropské dopravní politiky, která mimo řešení problému dělby přepravní práce apeluje i na snížení počtu dopravních nehod a především následků nehodami způsobených. Každý rok je na následky dopravních nehod vynaloženo okolo 160 mld. €, což jsou přibližně 2% hrubého národního produktu.

V devadesátých letech 20. století se podařilo rozvinout bezpečné prostředí automobilu a dopravní cesty. Jedná se např. o předpisy a doporučení k vybavení vozidla (např. mlhová světla, třetí brzdové světlo či hasící přístroj) nebo k provozu na pozemních komunikacích (přeprava nebezpečných věcí, snižování maximální povolené rychlosti). Dnes je snaha více se zaměřovat na lidského činitele.

I Dopravní politika České republiky na léta 2005-2013, základní strategický dokument pro sektor dopravy, schválený 13. 7. 2005 vládou České republiky, se věnuje bezpečnosti v dopravě.

„Negativní stránkou dopravy, která ovlivňuje hospodářský vývoj státu a regionů a způsobuje nemalé škody v oblasti životního prostředí a velké ztráty na zdraví a životech obyvatelstva, je nehodovost, která je v České republice v silniční dopravě obzvláště vysoká.“ [1]

Dopravní politika dále definuje dva rozměry bezpečnosti v dopravě; vnitřní a vnější. Vnitřní bezpečností se rozumí ochrana před riziky vzešlými z charakteristiky dopravního provozu, tedy například zpomalovací pásy před přechody. Vnější bezpečnost znamená „ochranu proti terorismu, vandalismu, obdobným protiprávním činům a patologickým společenským projevům a ochranu proti přírodním živlům.“ [1] Podle statistik bylo v roce 2004 zaviněno 94% dopravních nehod účastníky provozu, dopravní politika proto klade velký důraz na přijetí opatření v oblastech lidského činitele, prevence a sankcí. Specifické

cíle zde jsou: [1]

- Cílená propagace používání veřejné dopravy osob a soustavné informování účastníků silničního provozu o stálém riziku silniční dopravy pomocí stávajících a budovaných informačních systémů veřejné správy.
- Zvýšit úroveň výchovy řidičů v autoškolách.
- Zvýšit sankce za řízení vozidla pod vlivem alkoholu a drog.
- Zvýšit počet kontrol a zefektivnit vymahatelnost pokut.
- Důsledně vyžadovat a kontrolovat dodržování zákonem stanovené doby řízení, doby odpočinku a bezpečnostních přestávek řidičů.
- Vytvořit nový právní rámec pro zajištění dodržování pravidel silničního provozu, včetně bodového systému, a zajistit vyšší vynutitelnost práva v případě nerespektování pravidel silničního provozu.
- Zvýšit ochranu více zranitelných účastníků provozu (cyklistů a chodců), organizovat veřejné kampaně zaměřené na bezpečnost na přechodech pro chodce.
- Důrazněji kontrolovat používání dětských zádržných systémů a zákaz držet při řízení vozidla v ruce telefonní přístroj nebo jiné hovorové zařízení za účelem telefonování.
- Věnovat vysokou pozornost vzdělání, prevenci a osvětě v oblasti bezpečnosti dopravy.

Mimo to si Ministerstvo dopravy ČR dalo za cíl snížit počet usmrcených osob při nehodách do roku 2010 na polovinu roku 2002. Tehdy se z cest nevrátilo 1314 osob. V letošním roce by tedy pro splnění cíle musel počet usmrcených klesnout na 657 osob, tedy o 175 oproti roku 2009.

V případě sankcí za porušování dopravních předpisů je v rámci Evropské unie třeba jednak sjednotit postihy, aby se kontroly a sankční opatření v jednotlivých státech nelišily, a jednak zkvalitnit kontrolní a sankční metody moderními technologiemi. Další možností jsou nové metody sankcionování. V belgickém svazu RED [3] vznikla iniciativa, prosazující nová alternativní opatření při přestupcích – místo peněžité pokuty či odebrání řidičského oprávnění se řidiči mohou zúčastnit kurzů defenzivního jednání a ve speciálních zařízeních pomoci osobám s traumatem po dopravní nehodě.

2 Teorie nehod

Teorie je myšlenkově uspokojivý celkový výklad příčin a souvislostí jevů určité oblasti, který lze ověřovat nebo vyvracet zkušeností. [2] Teorie umožňuje popis, objasnění a především předpověď událostí z reálného prostředí a vždy je snaha teorii zpřesňovat, aby předpovědi co nejlépe odpovídaly skutečnosti.

Psychologie je věda popisující duševní jevy a procesy. Zjednodušeně se dá říci, že pomocí psychologie dokážeme částečně předpovídat lidské chování v určitých situacích, resp. chování většiny. Dopravní psychologie se potom vztahuje ke studiu chování účastníků silničního provozu a procesů vyvolávajících toto chování, stejně jako souvislostí mezi tímto chováním a dopravními nehodami. Zabývá se především analýzou řízení ve vztahu k úspěšnému dosažení cíle, vnímání a pozornosti řidiče při řízení, duševní stav řidiče včetně přepracování či únavy, osobnost řidiče a jeho sklony k různým typům chování, vzájemné interakce s jinými účastníky i řidičovým osobním zázemím. Cílem dopravní psychologie v prevenci nehod je zvýšit bezpečnost ovlivněním a zlepšením chování pomocí právních nástrojů (pokut), výchovy, změnou dopravního prostředí (opticky odlišený vjezd do obytné zóny), ale i reklamou a strukturou preventivních kampaní.

Dopravní nehodou se rozumí „událost, při níž vznikne smrt nebo zranění anebo škoda na věcech v přímé souvislosti s dopravním provozem.“ [3]

Prevence nehod osvětou předpokládá základní znalost psychologie člověka a rovněž i znalost psychologických faktorů, které k nehodě přispívají. Jedním z těchto faktorů je například hodnocení rizika a tendence k rizikovému jednání.

2.1 Riziko

Riziko je „možnost, že s určitou pravděpodobností vznikne událost, jež se liší od předpokládaného stavu či vývoje“. [2]

Klebensberg uvádí pět významů rizika: [3]

1. Riziko jako připravenost k jednání; připravenost na pohotovou reakci nebo jednání.
2. Riziko jako podmínka jednání; např. snížení rychlosti v mlze.
3. Riziko jako jednání; samotná riskantní činnost, např. skok do neznámé vody pro tonoucí se osobu.
4. Riziko jako důsledek jednání; možný negativní důsledek jednání, např. škoda.

5. Riziko ve vztahu k rizikovému jednání; jde o míru tendence za každou cenu dosáhnout cíle v co nejkratším čase (popř. s co nejnižšími náklady) a tendence vyhnout se vlastnímu zranění či škodě. Posílení jednoho vždy oslabuje to druhé a vzniká hladina akceptovaného rizika

Rizikové jednání se dá definovat dvojím způsobem, buď mluvíme o společensky nepřijatelné činnosti s možnými negativními důsledky, jako je rychlá jízda v obci, nebo o činnosti společensky přijatelné, při které je riziko známé, jako například motoristické závody. Rizikové jednání tedy nejsou činnosti, při kterých vzniká riziko, nýbrž činnosti, které riziko neúměrně zvyšují.

Vnímání rizika a jeho hodnocení je velice subjektivní a každý má jinde i hranici přijatelného (akceptovaného) rizika, která se rovněž mění v souvislosti s okolnostmi, které situaci utvářejí. Samotná riziková tendence se však objevuje teprve tam, kde je její projev umožněn nebo vyvolán.

Řízení motorového vozidla je příkladem činnosti, která vyžaduje riskování. Řidič volí kompromis mezi rizikem a dosažitelným užitekem, proto se rozhodne předjet kamion, i když to zvyšuje nebezpečí střetu s protijedoucím vozidlem. Lidé mají obecně sklony myslet si, že jejich osobní riziko je menší, než ostatních. V tom je utvrzují i statistiky o dopravních nehodách; většina řidičů bývá nezraněna, takže zprávy o zranění jiných je pouze utvrzují v tom, že oni jezdí bezpečněji, než ostatní.

Snížení rizika změnou prostředí neznamená vždy snížení nebezpečí nehody. Technická dopravně bezpečnostní opatření mající za úkol snížit riziko nehody či napáchané škody, nemusí být úspěšná, pokud nedojde ke změně chování řidičů. Wildeova teorie rizikové homeostáze [3] naznačuje, že se lidé snaží udržovat konstantní úroveň vnímaného rizika, přijatelného pro ně v dané situaci. Bezpečnostní opatření snižující riziko pak má za následek riskantnější chování, aby si lidé udrželi úroveň rizika, na kterou jsou zvyklí. Například po vyznačení přechodu pro chodce si řidiči mimo přechod dávají menší pozor na lidi na chodníku. Někteří chodci rovněž nevěnují tolik pozornosti blížícím se vozidlům, jako když přecházejí mimo přechod. Netýká se to samozřejmě pouze technických opatření, i snížení vnímaného rizika vyjetím z husté mlhy, má u většiny řidičů za následek zvýšení rychlosti, naopak o zlepšení adhezních vlastností asfaltu způsobené jeho složením řidič nemusí ani vědět. Přijatelná úroveň vnímaného rizika však nezůstává konstantní a ze zkušeností vyplývá, že čím větší je inženýrský zásah, tím větší je i adaptace dopravního

chování na vyšší bezpečnost, tedy snížení rizika, které je řidič ochoten podstupovat. Velmi důležitou roli zde však hraje prevence a osvěta.

2.2 Chyby v řízení motorových vozidel

Chyba je velmi obecný termín užívaný pro některé odchylky od požadovaného stavu. Je třeba rozlišovat různé typy chyb, podle okolností, které k nim vedou.

„Kiks“ udělá člověk v situaci, kdy se snaží provést rutinní akci správně, ale vlivem poklesu pozornosti ji provede nesprávně. Příkladem může být řidič, který dolévá směs do ostříkovačů a nádobku přelije nebo místo zapnutí směrových světel zapne před křižovatkou stěrače.

Omyl proti tomu nastává v situaci, kdy člověk provede nesprávnou akci. Řidič automobilu například místo dání přednosti zprava vjede do křižovatky bez upravené přednosti, jakoby jel po hlavní silnici. Akce může být provedena perfektně, nicméně není to akce, která měla být provedena. Omyl se od „kixsu“ odlišuje tím, že jeho příčina je v mentálních procesech, které chybně vyhodnotí situaci. Pakliže doktor nezná postup léčby, snadno může vyhodnotit situaci chybně a dopustit se omylu.

Opomenutí je úplné vynechání některé činnosti, většinou se jedná o krátký výpadek paměti nebo pozornosti. Příkladem může být nerozsvícení světlometů ve městě v nočních hodinách.

Proti těmto třem typům chyb stojí záměrné chybování, ať už vynechání akcí, jako nepřipoutání se, nebo provedení nesprávných akcí, jako zrychlení nad rychlostní limit. Tyto chyby jsou nebezpečné tím, že jsou mnohdy okolím tolerovány, či dokonce vyžadovány, jako tlak na řidiče, aby překročil rychlostní limit kvůli obchodnímu jednání.

V dopravě mohou mít chyby fatální následky, je tedy nezbytné zkoumat příčiny dopravních nehod a snažit se snižovat pravděpodobnost chybného jednání. Při takových opatřeních však nelze omezovat autoritu řidiče do té míry, aby byl nucen opatření pasivně přijímat bez možnosti řešení situace vlastním úsudkem a zkušenostmi. Dopravní inženýr, snažící se redukovat některou častou chybu, mnohdy nutí řidiče dělat to, co on pokládá za nejlepší. Kupříkladu snížení rychlosti se dá docílit mnoha způsoby od prostého snížení maximální povolené rychlosti, přes značky upozorňující řidiče na riziko spojené s vyšší rychlostí, až po dopravní úpravy jako zúžení vozovky či příčné prahy. Řidič na tyto reaguje rozdílně, jistě je ochotnější snížit rychlost v případě, že si uvědomí nebezpečí, než v situaci, kdy je

mu to nařízeno. Svou roli také hraje sociální napodobení – porušení pravidel jednou osobou zvyšuje pravděpodobnost stejného chování u dalších, příkladem může být užívání bezpečnostních pásů.

2.3 Vnímání

Řidič musí být za jízdy ostražitý ke všemu, co by mohlo mít vliv na průběh jízdy. Činí to systematickým pozorováním okolí i vnitřku vozu. Kvalitu tohoto pozorování určuje jeho schopnost vnímání. Pomocí vnímání se řidič seznamuje se situací a poté rozhoduje o dalších činnostech. Svá rozhodnutí převádí do řízení, neboli do změny dráhy nebo rychlosti vozidla. Pro dosažení maximální bezpečnosti se řidič snaží ostatní účastníky na tyto změny upozornit, například pomocí směrové signalizace, to se nazývá sdělování záměru. Tyto signály zase vnímají ostatní účastníci provozu. Kromě kapacity pozornosti, neboli rychlosti s jakou je člověk schopen zpracovávat vjemy, je důležitá i výběrovost pozornosti, neboli schopnost vybrat z mnoha vjemů ty důležité. Požití alkoholu nebo některých jiných drog má za následek kromě prodloužení reakční doby i snížení pozornosti a schopnosti vnímání. Vnímání dále narušují drobné činnosti, jakými je třeba telefonování nebo konzumace jídla. Následkem omezení pohyblivosti může dojít k dočasnému přetížení, které snižuje schopnost vnímat okolí a řidič snadno přehlédne dopravní značku, nebo i chodce na přechodu.

Vnímání pohybu ostatních účastníků dopravy je pro bezpečnost klíčová. Dynamiku vlastní jízdy řidiči vnímají dobře. Pouze při rychlostech vyšších, než člověk mohl v historii běžně dosahovat (jezdec na koni mohl dosáhnout rychlosti maximálně 60-70 km/h), jejich vnímání rychlost zkrusluje, například v moderních vozech, které propustí do kabiny minimum hluku. Závažnější je však vnímání rychlosti a zrychlení ostatních účastníků. Odhad rychlosti vozidla jedoucího přímo k pozorovateli nemusí být spolehlivý, podobně i odhad vzdálenosti. Větší vozidla se zdají být bližší a pomalejší. Vzdálenější vozidla se rovněž zdají pomalejší. Zrychlení a zpomalení se odhaduje ještě mnohem obtížněji.

2.4 Prevence

Prevenčí rozumíme soustavu opatření, která mají předcházet nežádoucím jevům. Taková opatření se nazývají preventivní. [8] Prevencí nehod v silničním provozu se obecně rozumí soubor takových opatření, která přímo či nepřímo působí na účastníky silničního provozu s cílem předejít jejich konfliktnímu chování v silničním provozu, které má ve většině

případů za následek poškození zdraví nebo věcí. [3]

Prevence může mít různé podoby v závislosti na jevech, kterým se chceme vyhnout. V dopravě jde především o dopravní nehody. Prevence má mnoho forem; od dopravní výchovy předškolních a školních dětí a autoškoly, přes stavební úpravy dopravních staveb, až po dopravní značení a zákony, včetně jejich vymáhání. Prevence dopravních nehod osvětou se snaží nehodám předcházet změnou chování účastníků dopravy především pomocí informací. Vychází z předpokladu, že si lidé plně neuvědomují riziko možných následků, které jejich dopravní chování může mít. Rovněž potřebují vědět, jak se s nastalou situací na silnici vypořádat. Již v předškolním věku se učí, že červená znamená „stát“ a zelená znamená „volno“. Později se učí bezpečné jízdě na kole. V autoškolě už řidiči musí umět reagovat na všechny dopravní značky a běžné situace v silničním provozu. Snaha ovšem je připravovat řidiče i na neočekávané a neobvyklé situace, jakými jsou třeba setkání se zvěří, protržení pneumatiky nebo smyk, na které řidiče současný výcvik v autoškolách nepřipraví.

Je důležité si uvědomit, že většina řidičů hodnotí své schopnosti jako nadprůměrné a v případě nehod či skoronehod mají snahu hledat vinu u ostatních účastníků provozu. Propagaci bezpečnějšího řízení pak vnímají jako něco jednoznačně pozitivního, ovšem určeného ostatním. Rovněž je důležité rozlišit, chceme-li kampaní změnit postoje či chování řidičů. Fakt, že řidič nesouhlasí s jízdou pod vlivem alkoholu, ještě neznamená, že za volant opilý nikdy nesesedne. Na druhé straně řidič s některými předpisy nemusí souhlasit, ale přesto se podle nich řídí. Postoje řidiče silně ovlivňují jeho chování, vnímání se stává neobjektivním, aby skutečnost více vyhovovala postojům řidiče. Oproti chování jsou postoje velice odolné vůči změnám. Je snadnější řidiče přinutit dodržovat rychlostní limit hrozbou pokuty, než ho přesvědčit, aby zpomalil z vlastní vůle. Hrozba trestu na jednom místě však u takového řidiče může vyvolat negativní reakci, v tomto případě vyšší rychlost, na jiném místě. Ovlivnění postojů by mělo být hlavním cílem prevence osvětou.

Při rozhodování čemu v prevenci věnovat pozornost se můžeme opřít buď o statistiky nehodovosti, které ukáží na nejčastější a nejzávažnější nehody, nebo o scénáře konkrétních dopravních nehod. Scénář je v tomto případě řetězec událostí a vztahů mezi nimi, které vedly k dopravní nehodě. K tomu je důležité nehodu důsledně vyřešit.

2.5 Efektivita

Efektivita preventivních akcí, kampaní nebo opatření může být měřena ve třech úrovních:

1. Jako funkce finančních nákladů a pozorovaného chování. (např. používání bezpečnostních pásů)
2. Jako funkce finančních nákladů a četnosti či závažnosti nehod.
3. Vyjádřením finančních nákladů a vyčíslením ekonomického přínosu ze snížení socioekonomických následků nehod.

Ze studií vyplývá, že většina preventivních akcí není dostatečně ověřována a hodnocení efektivity bývá založeno na subjektivních odhadech. Haskinsova studie dodává: „Až na výjimky nebyla většinou prokázána účinnost vlivu dopravně bezpečnostních akcí. Příliš mnoho akcí používá negativních ‚drastických‘ prostředků, ačkoli již víme, že takové počínání je neúčelné.“ [3] Srovnání situace před akcí a po akci nezohledňuje jiné vlivy, nelze je proto brát jako přesvědčivý důkaz o účinnosti kampaně. Pro relevantní výsledky je do měření třeba začlenit skupinu, která není vystavena vlivu bezpečnostní akce, tzv. kontrolní skupina, a porovnat výsledky obou skupin. V případě rozsáhlých celostátních kampaní je to však prakticky nemožné.

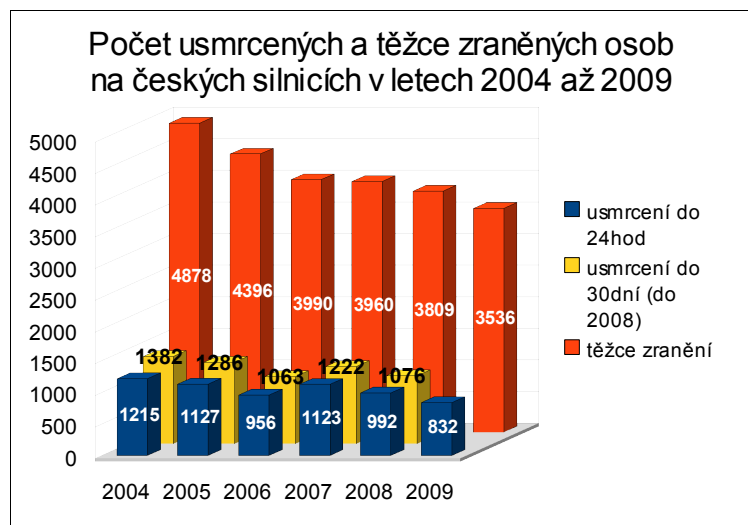
Televizní spoty a filmy jsou oblíbenou formou preventivní činnosti, neboť je jejich distribuce k divákům poměrně snadná, byť finančně velmi nákladná. Ukázalo se však, že na postoje účastníků dopravy mají často pouze minimální vliv. Divák se potřebuje ve spotu identifikovat, aby neviděl pouze informaci, co se může stát, ale aby si uvědomil, co se může stát jemu. K malé míře identifikace přispívá nedostatek věcných informací, zbytečně drastické scény a především přehánění některých faktorů, které následně vedly k nehodě. Nesmí však ani unavovat. Důležité je zaměření kampaně na cílovou skupinu účastníků dopravy, u níž máme zjištěné motivace a potřeby. Sdělované informace by měly být podporovány obrazem, nikoliv naopak, neboť pak obrazová informace převládá a zpracování celkové informace je narušeno. V neposlední řadě je problémem televizních spotů doba vysílání mezi hlavními pořady, kterou diváci často využívají k přepínání na jiné kanály či jiné činnosti.

3. Statistiky

Citát: „Jsou tři stupně lži: Lež, zatracená lež a statistika.“, nejčastěji připisovaný Benjaminu Disraelimu, britskému premiéru z druhé poloviny 19. století, se snaží poukázat na možnost různých interpretací čísel, které poté mohou podpořit téměř jakýkoliv argument. Statistika nikdy nelže, ale vždy odráží pouze ty informace, které jí dáme, a podává ty, které od ní chceme. Díky tomu například mezi lety 2008 a 2009 u nás poklesl počet nehod o téměř neuvěřitelných 53,4%, což ovšem způsobila především legislativní změna, která zrušila povinnost hlásit dopravní nehodu Policii ČR, která statistiku vede, pro nehody s hmotnou škodou od 50 000 Kč do 100 000 Kč. S podobným problémem se setkáme u uváděných počtů obětí dopravních nehod, neboť Policie ČR do svých statistických přehledů a ročenek započítává pouze oběti, které zemřely do 24 hodin po nehodě, přestože podle definice Evropské hospodářské komise OSN je tento limit 30 dní. Počty usmrcených osob na českých silnicích jsou v této práci čerpány ze statistiky Policie ČR, pokud není uvedeno jinak.

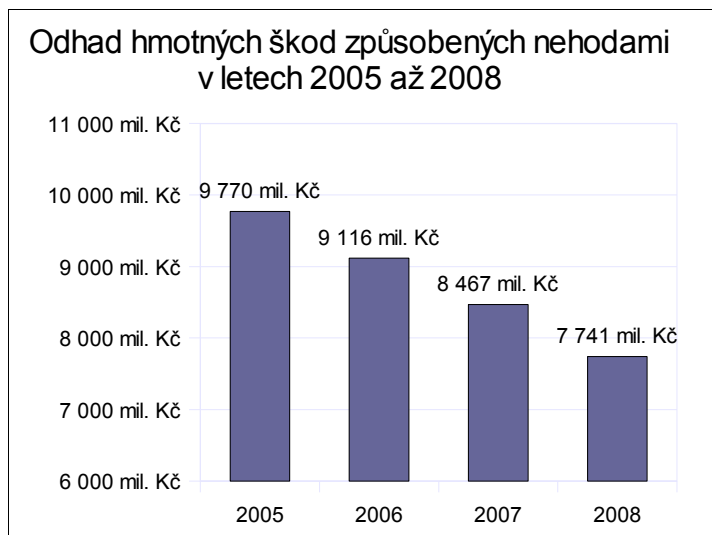
3.1 Význam statistik pro prevenci

Prevence nehod do jisté míry ze statistik vychází. Důvodem je, že statistiky nehodovosti jsou jedním z mála ukazatelů, kterými lze účinnost prevence hodnotit. Pomocí statistik se vybírají i cílové skupiny pro preventivní kampaně. Primárním cílem všech kampaní je snížit celkový počet usmrcených a těžce zraněných osob na silnicích. Ten v Česku v posledních letech převážně klesá, jak ukazuje graf 1.



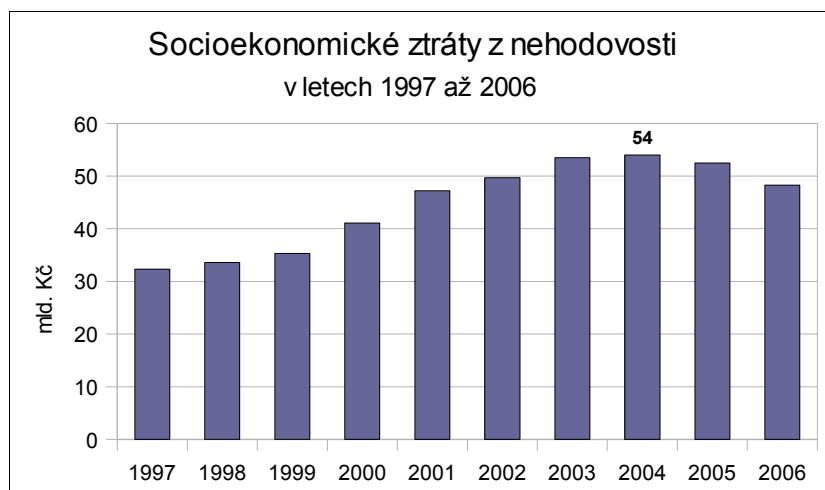
Graf 1 [7]

Významnou roli při obhajování nákladů na preventivní kampaně hraje i výše hmotných škod (graf 2), která je bohužel jediným objektivním nástrojem pro vyčíslení finančního užitku zvýšené bezpečnosti, přestože náklady na léčbu těžce zraněných a cena zmařených lidských životů je daleko vyšší.



Graf 2 [7]

Výši celkových socioekonomických následků dopravních nehod se snaží vyčíslit studie CDV. Tyto ztráty v sobě kromě materiální škody zahrnují i náklady na zdravotní a nemocniční péči, nemocenské a důchodové dávky, administrativní náklady, včetně nákladů policie a soudů, a odhad ztráty na produkci vyřazením z pracovního procesu. Viz graf 3.

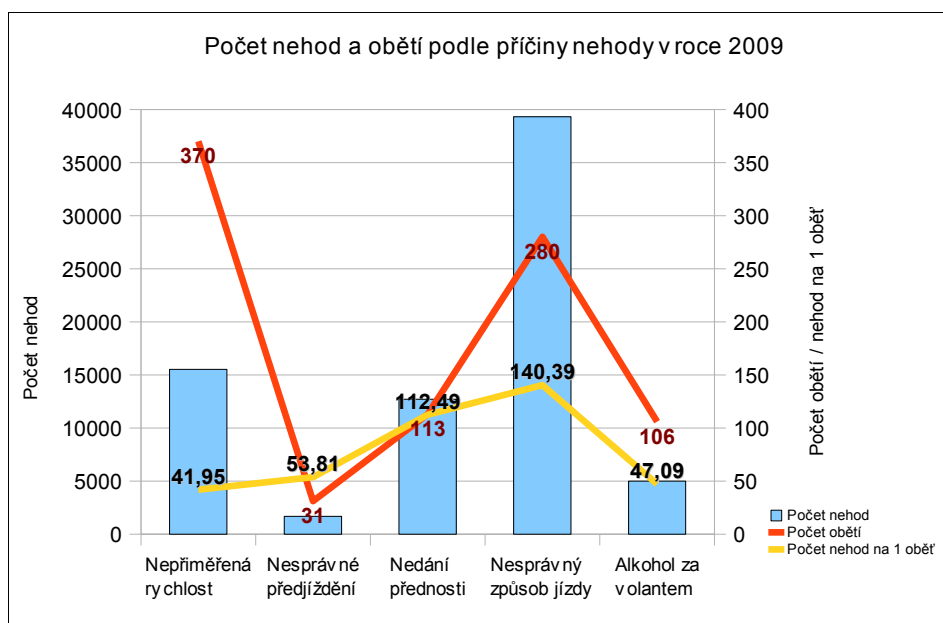


Graf 3 [7]

V tomto grafu je vidět růst ztrát plynoucích z nehodovosti až do roku 2004. Tento růst se dá vysvětlit především zvyšujícími se jednotkovými náklady, ať už v dopravě – ceny náhradních dílů, nebo třeba ve zdravotnictví – lepší, ale dražší péče. V roce 2004 dosahovaly tyto ztráty téměř 2% HDP, v roce 2006 díky vysokému růstu české ekonomiky klesly na 1,5% HDP.

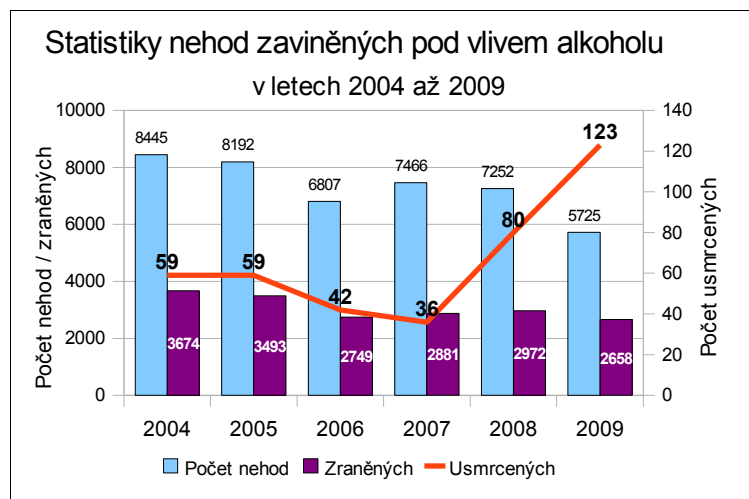
3.2 Příčiny nehod

Většina preventivních kampaní se zaměřuje na jevy, které přímo ovlivňují bezpečnost silničního provozu. Nejčastější příčinou nehod, při kterých dojde ke smrtelnému zranění, je nepřiměřená rychlost. V roce 2009 zahynulo při takovýchto nehodách 370 osob a smrtelná byla každá dvaadvacátá nehoda. Příčiny nehod a jejich následky zobrazuje graf 4. V grafu uvádím i vypočtený průměrný počet nehod, na který připadá jedna usmrcená osoba. Toto číslo vypovídá o závažnosti nehod a určuje priority, na které je třeba se zaměřit. Do grafu jsou zařazeny i nehody, které zavinili řidiči pod vlivem alkoholu.

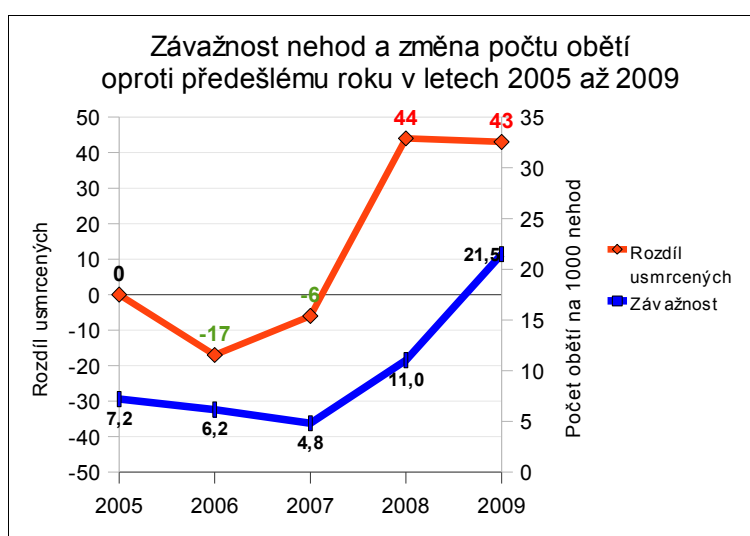


Graf 4 [7]

V roce 2009 zabíjel alkohol na silnicích vůbec nejčastěji za posledních 6 let, neboť v průměru měl za celý rok na svědomí každé tři dny jednu oběť dopravní nehody. V grafu jsou uvedeny pouze nehody, ve kterých před jízdou požil alkohol řidič automobilu, nicméně celkově se alkohol v roce 2009 podílel na 5725 nehodách (8,1% z celkového počtu), při kterých zahynulo 123 osob. To představuje nárůst o 53,8% oproti roku 2008, ve kterém Policie ČR při těchto nehodách evidovala 80 usmrcených osob. Policie na tuto skutečnost reagovala hned začátkem roku 2010 tím, že řidiči budou podrobeni testu na přítomnost alkoholu v krvi při každé silniční kontrole. Toto rozhodnutí bylo však okamžitě kritizováno odbornou veřejností, například Autoklubem ČR či některými právníky. Vývoj počtu nehod zaviněných pod vlivem alkoholu a jejich následků demonstrují grafy 5 a 6 na straně 24. První graf uvádí prosté statistiky za posledních 6 let. V druhém grafu je jednak zobrazena absolutní změna v počtu usmrcených proti předchozímu roku, a jednak závažnost nehod měřená počtem usmrcených osob na 1000 nehod, která v posledních dvou letech začala růst a v loňském roce byla 4,5x vyšší, než v roce 2007.



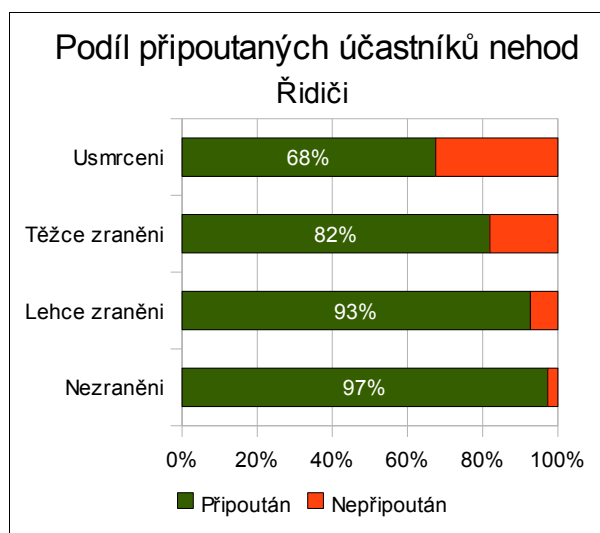
Graf 5 [7]



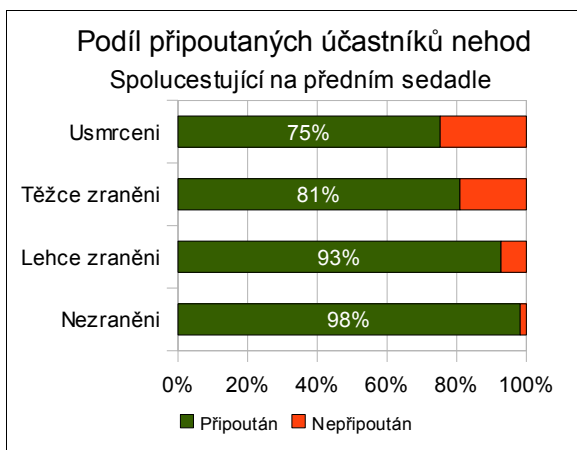
Graf 6 [7]

3.3 Bezpečnostní pásy

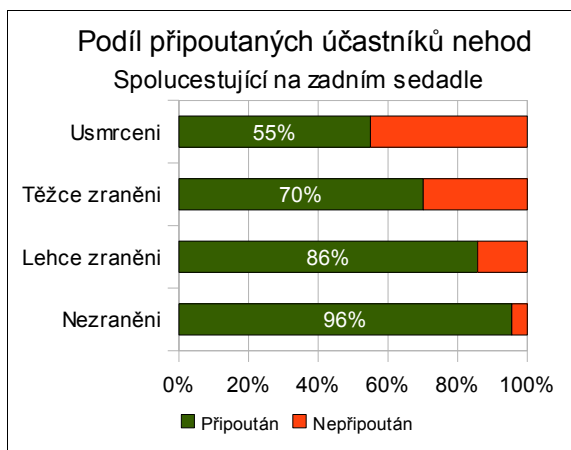
Dalším jevem, na který se preventivní kampaně často zaměřují, je používání bezpečnostních pásů. Grafy 7, 8 a 9 demonstrují zvýšení rizika úrazu při dopravní nehodě bez zapnutých bezpečnostních pásů.



Graf 7 [7]



Graf 8 [7]



Graf 9 [7]

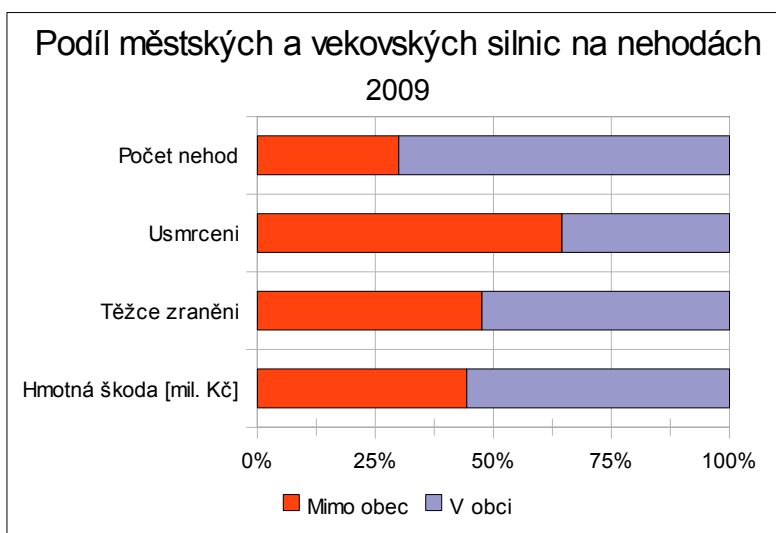
Není lehké určit kolik řidičů a spolucestujících používá bezpečnostní pásy. Po nehodě téměř každý bez ohledu na skutečnost uvede, že byl připoutaný. Ačkoliv tedy podíl u nezraněných řidičů a spolujezdců nelze brát jako směrodatný, statistika uvádí, že se připoutalo přes 96%, zvyšující se procento u nepřipoutaných osob u nehod s vážnými následky jednoznačně ukazuje na větší riziko úrazu pro nepřipoutané cestující. Významný je i podíl nepřipoutaných obětí dopravních nehod mezi spolucestujícími na zadním sedadle, který dosáhl 45%. Poněkud větší vypovídací hodnotu má počet usmrcených na 1000 účastníků dopravních nehod. U řidičů byl rozdíl mezi počtem obětí na 1000 účastníků pro připoutané řidiče 13x příznivější a pro spolujezce více než 8x. Přesná čísla jsou uvedena tabulce 1. Za předpokladu, že by celých 30% účastníků nehod zatajilo nezapnutí bezpečnostních pásů a policistům nahlásilo jejich užití, bylo by obětí mezi nepřipoutanými řidiči na 1000 osob bylo stále 7x více, než mezi připoutanými, resp. 4,5x více mezi spolujezdcí. Tato čísla posilují argumenty pro investice do prevence zaměřené na používání bezpečnostních pásů při každé jízdě.

	Celkem účastníků nehod		Počet usmrcených na 1000	
	Připoutaných	Nepřipoutaných	Připoutaných	Nepřipoutaných
Řidiči	70336	2585	3,07	40,23
Spolucestující na předním sedadle	12982	525	4,93	40,00
Spolucestující na zadním sedadle	5331	518	6,19	52,12

Tabulka 1 [7]

3.4 Nehody v obcích a mimo ně

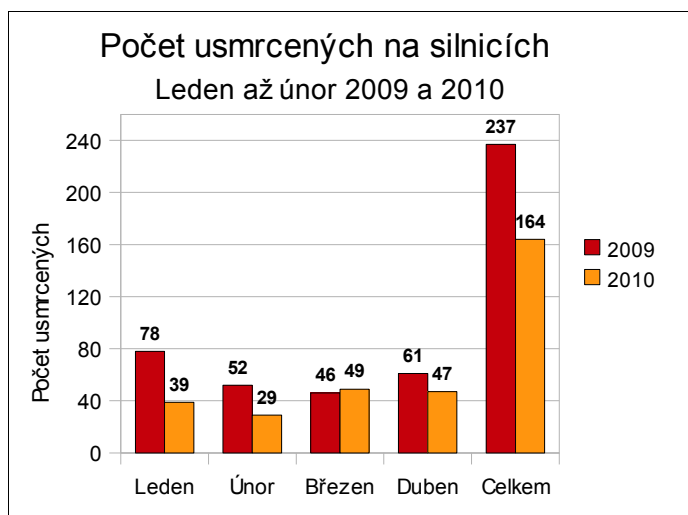
Některé dopravně bezpečnostní kampaně se přímo zaměřují na jízdu mimo obce a města. Důvod je zřejmý, nehody ve městech mívají menší následky, o čemž svědčí i graf 10. Přestože se 70% dopravních nehod stalo na městských silnicích, zahynulo při nich pouze 35% z celkového počtu obětí. Na mimoměstských komunikacích je kromě vyšší povolené rychlosti i horší osvětlení v nočních hodinách či vyšší riziko náledí a nepříznivých povětrnostních vlivů obecně. Nepřímo riziko zvyšuje i menší četnost policejních hlídek. U nás se tyto kampaně zaměřují například na rychlost, používání reflexních prvků na oblečení, nebezpečné předjíždění nebo únavu.



Graf 10 [7]

3.5 Statistiky 2010

Z letošního roku jsou zatím k dispozici pouze data za leden až duben, nicméně už v nich vidíme pozitivní trend poklesu usmrcených osob, jak ukazuje graf 11.

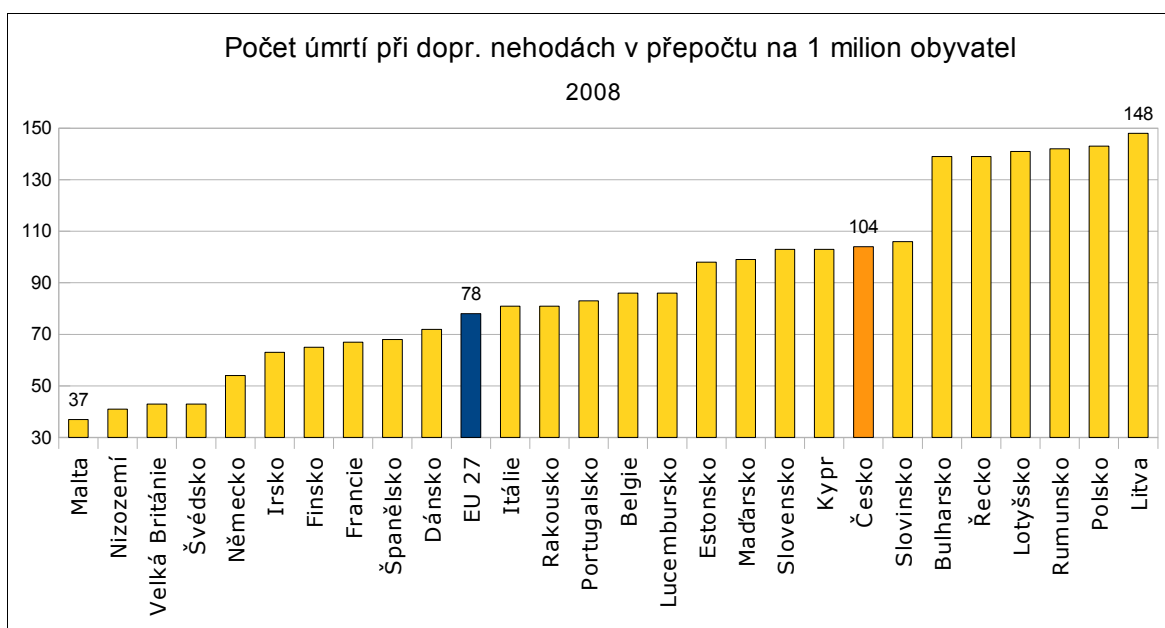


Graf 11 [7]

V první třetině letošního roku zemřelo na českých silnicích o 73 osob méně, než za stejnou dobu v roce 2009, což představuje pokles o 30,8%. O 27,9% klesl i počet těžce zraněných. Na tomto poklesu se nejvíce podílely měsíce leden a únor. Pokles se tak z velké části přisuzuje sněhové kalamitě, jež v těchto měsících postihla celou zemi. Kromě snížení počtu řidičů, kteří v této době vyjeli, kalamita přispěla i ke snížení rychlosti a tím i závažnosti nehod, kterých se v lednu stalo o 17,6% méně a v únoru jen o 3,7% méně za srovnatelné období předchozího roku. Snížení počtu nehod a obětí zřejmě také pozitivně ovlivňuje i hospodářská krize. K celkovému poklesu přispěly i Velikonoční svátky, při kterých na silnicích zahynulo nejméně osob v historii samostatné České republiky.

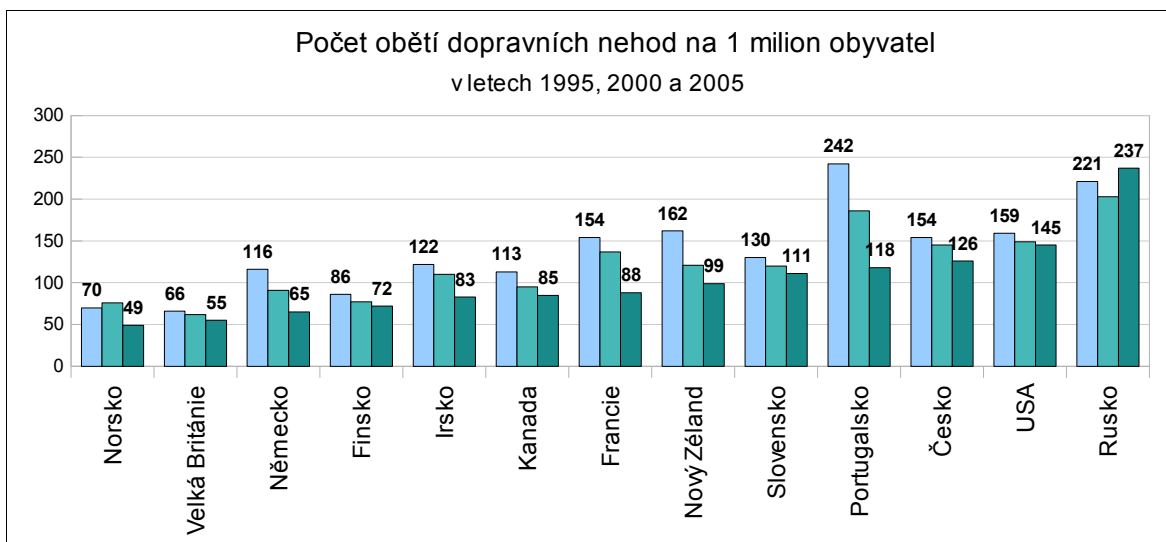
3.6 Zahraniční statistiky

Zde je nejprve uvedeno srovnání Česka s dalšími státy Evropské unie z roku 2008. (graf 12) Statistika vztahuje samostatně nesouměřitelný údaj o počtu obětí dopravních nehod na počet obyvatel dané země.



Graf 12 [11]

Graf 13 na straně 28 zobrazuje vývoj této statistiky mezi lety 1995, 2000 a 2005 ve vybraných zemích. Z grafu je vidět, že ve většině zemí byl zaznamenán pokles, přičemž lze vyzdvihnout Německo, Francii a Nový Zéland, které zaznamenaly pokles okolo 40%, a Portugalsko, které v tomto období snížilo počet usmrcených osob v dopravních nehodách o 51,8%.



Graf 13 [11]

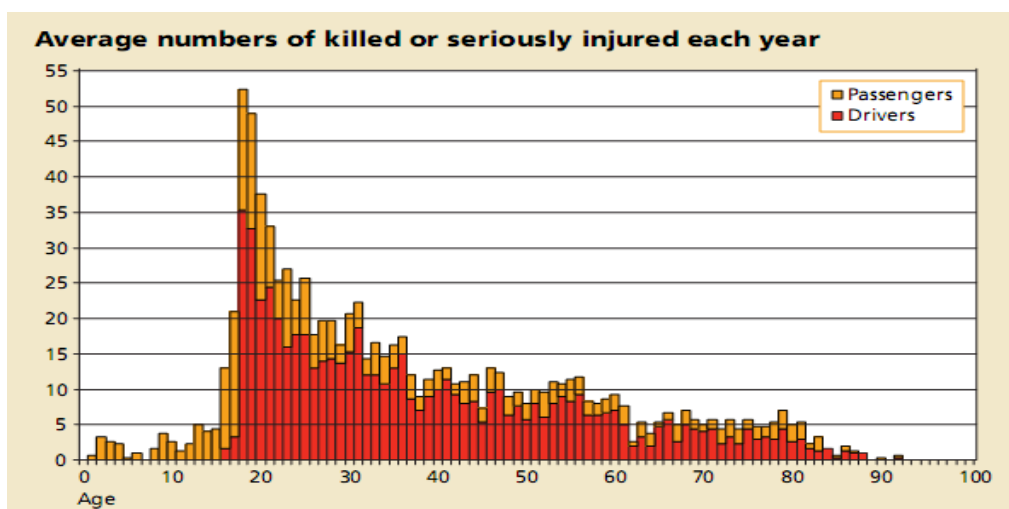
Poměrně zajímavé je také srovnání vývoje počtu usmrcených osob na silnicích ve Spojených státech, Velké Británii, Kanadě a Austrálii mezi lety 1979 a 2002 v tabulce 2.

Vývoj počtu obětí dopravních nehod vybraných států			
	1979	2002	Procentuální změna
USA	51 093	43 005	-15,8%
Velká Británie	6 352	3 431	-46,0%
Kanada	5 863	2 936	-49,9%
Austrálie	3 508	1 715	-51,1%

Tabulka 2 [12]

Přestože v ostatních zemích počet obětí klesl přibližně o polovinu, Spojené státy nedosáhly ani šestnácti procent, přičemž dvacetiprocentní hranici přesáhly teprve v roce 2008.

Graf 14 zobrazuje věkové rozložení usmrcených a těžce zraněných účastníků silničního provozu (průměrný počet osob za rok) v Norsku. Z uvedeného grafu je zřejmý vysoký podíl nehod s vážnými následky u věkové skupiny 18 až 24 let.



Graf 14 [4]

Průměrný počet usmrcených a těžce zraněných ročně podle věku (červeně řidiči, oranžově spolucestující)

Mladí řidiči jsou obecně nebezpeční především agresivní jízdou, která kromě rizika nezvládnutí vozidla, mnohdy nutí ostatní účastníky provozu k nebezpečným manévřům. Ze statistik z USA vyplývá, že mladiství mají 4x vyšší riziko, že se stanou účastníky autonehody, a 3x vyšší riziko, že při ní zahynou, než dospělí. Pravděpodobnost nehody navíc dál roste, pokud je ve voze více mladých lidí – jsou-li ve voze kromě mladého řidiče dva jeho vrstevníci, pravděpodobnost nehody je ještě 2x vyšší a 4x vyšší, pokud je jich ve voze víc. Je však třeba poznamenat, že v USA lze řídit auto již od šestnácti let.

4 Zahraniční dopravně bezpečnostní kampaně

4.1 Mezinárodní - VAMOS

VAMOS, neboli „Volunteers always on the move for road safety“ (česky „Dobrovolníci v neustálém pohybu pro bezpečnost na silnicích“), je Evropská iniciativa, jejíž hlavním cílem je pomocí dobrovolníků přispět ke snížení počtu dopravních nehod, škod na veřejném majetku a zejména počtu usmrčených lidí na evropských silnicích. Hlavní snahou je převést do reálného života účinné metody a nástroje pro zlepšení bezpečnosti zejména nejzranitelnějších účastníků silničního provozu – dětí a seniorů. Do realizace projektu je zapojené Slovinsko, Portugalsko, Belgie, Slovensko, Řecko, Finsko a Nizozemí. Nizozemí je zároveň vzhledem k dlouhé tradici modelovou zemí, neboť první nizozemští dobrovolníci se do dopravní výchovy a bezpečnostních kampaní zapojili již ve třicátých letech 20. století založením asociace Veilig Verkeer Nederland (VVN, česky „Bezpečnost silničního provozu Nizozemsko“), která je v současnosti partnerem projektu.

Mezi další partnery projektu patří organizace La Prévention Routière Internationale (PRI, česky „Mezinárodní organizace pro bezpečnost silničního provozu“), která byla založena 1959 na podporu spolupráce mezi národními institucemi, zabývajících se bezpečností silničního provozu. PRI má poradní status OSN a Evropské konference ministrů dopravy.

4.1.1 Hlavní cíle

- Přispět ke snížení počtu dopravních nehod, škod na veřejném majetku a následků nehod
- Vytvořit účinné nástroje a metody bezpečnostní politiky, se zaměřením na zranitelné účastníky silničního provozu

- Převést do praxe příklady osvědčených postupů preventivní činnosti
- Zvýšit povědomí veřejnosti o bezpečném chování na pozemních komunikacích
- Vytvořit lokální síť dobrovolníků
- Vytvořit systém vzdělávání pro dobrovolníky, školitele a koordinátory na lokální, regionální i evropské úrovni
- Vytvořit stálou profesionální podporu pro organizace i dobrovolníky
- Rozšířit projekt do dalších zemí

4.1.2 VAMOS na Slovensku

Slovensko se do projektu oficiálně zapojilo 12. července 2006. Projekt byl z 50% financovaný prostřednictvím evropského grantu a zbylých 50% hradilo Ministerstvo dopravy, pôšt a telekomunikácií Slovenské republiky. Vybraní zájemci, kteří splnili nezbytná kritéria a měli dostatek volného času, poté podepsali smlouvu s národním koordinátorem, absolvovali kurz a dostali tzv. „výbavu dobrovolníka“, kterou tvořila USB klíčenka s informacemi o projektu, důležitými kontakty a přehledem vzdělávacích kurzů. Aktivní dobrovolníci pak v průběhu projektu dostávali bundy, batohy a pod. s logem projektu. Dobrovolníky se stalo celkem 95 lidí.

4.2 Spojené státy americké

O bezpečnost na amerických silnicích se stará National Highway Traffic Safety Administration (dále jen NHTSA), spadající pod ministerstvo dopravy. Jejimi cíly jsou: „zachraňovat životy, předcházet zraněním, snižovat nehody vozidel.“ Agentura byla oficiálně založena roku 1970 sloučením několika úřadů a agentur, založených o 4 roky dříve. Agentura mimo jiné uděluje licence výrobcům vozidel, povoluje dovoz vozidel a bezpečnostních dílů do Spojených států, vyvíjí testovací figuríny, provádí testy nebo poskytuje informace o nákladech na pojištění. NHTSA například představila návrh na Elektronický stabilizační program (ESP), který pomáhá stabilizovat automobil při průjezdu zatáčkou pomocí přibrzdění některého kola či snížení výkonu motoru.

Finanční prostředky z rozpočtu NHTSA z roku 2006 byly rozděleny následovně: 78% na informovanost a výchovu řidičů, 22% na zvýšení bezpečnosti vozidel a necelá třetina procenta připadla na změnu dopravního prostředí.

4.2.1 Click It or Ticket

Click It or Ticket je kampaň NHTSA zaměřená na zvýšení používání bezpečnostních pásů především u mladých lidí. Kampaň vznikla již v roce 1993 ve státě Severní Karolína, jako podpora zákona o bezpečnostních pásech. Tento zákon, zaváděný ve spojených státech v 80. a 90. letech, má dvě úrovně. První zavádí povinnost mít ve voze zapnuté bezpečnostní pásy a druhá dovoluje policistům zastavit vozidlo a pokutovat řidiče, aniž by spáchal jakýkoliv jiný přestupek. Proti tomuto zákonu i dnes mnoho lidí ve Spojených státech protestuje. V devatenácti státech platí pouze první úroveň a stát New Hampshire zákon jako jediný dodnes nepřijal.

V jednom z oficiálních televizních spotů jsou natočeny výpovědi mladých lidí ve stylu mysteriózního dokumentu o únosech mimozemšťany: „Jen jsem jel kolem a hleděl si svého.“ „No, přišli odnikud.“ nebo „Najednou byly všude kolem mě světla.“ Poté se ukáže, že jde o policisty a komentátor vysvětluje: „Nezáleží kde jedeš, pokud se nepřipoutáš, dostaneš pokutu, ve městě i na venkově. Připoutej se, nebo zaplatíš.“

Největším úspěchem kampaně byl nárůst 8,6 procentních bodů v deseti státech s nejobsáhlejší kampaní za pouhé 4 týdny v květnu 2002.

Na obrázku 1 na straně 32 je příklad plakátu kampaně Click It or Ticket. Slogan „Ano, i zde.“ řidiče upozorňuje, že se musí připoutat i na odlehlých místech bez častých policejních kontrol, jako je město „Jakékoliv“ s 1 785 obyvateli. Drobný text dole znamená: „Program je spolufinancován kampaní za bezpečnostní pásy NHTSA.“

4.2.1.1 Hlavní body

- Hlavními slogany jsou „Připoutej se, ve dne i v noci, nebo počítej s pokutou.“ a „Nezáleží, kde jedeš, pokud se nepřipoutáš, dostaneš pokutu.“
- Televizní spoty se vysílaly v celostátní televizi v době vysoké sledovanosti především mladými lidmi, například při závodech NASCAR a Indy 500, nebo při zápasech basketbalové či baseballové ligy.
- Podle průzkumu slyšelo o kampani 83% respondentů a 81% z nich ji podporuje.
- Po posílení kampaně v roce 2003 se zvýšil počet lidí používajících bezpečnostní pásy z 65% na 72% u mužů ve věku 16 až 24 a ze 73% na 80% u stejně starých žen.



Obrázek 1 [9]

4.3 Nový Zéland

Každý rok na novozélandských silnicích zemře více než 400 lidí. Náklady na záchrannou službu, zdravotní péči, opravy a pod. jsou obrovské. O snižování počtu nehod a zmírňování následků se ve spolupráci s novozélandskou policií a ministerstvem dopravy stará NZ Transport Agency, založená k 1. srpnu 2008. Nová strategie Nového Zélandu na léta 2010 – 2020, charakterizovaná ideou „Bezpečný silniční systém stále častěji bez úmrtí a vážných zranění“, chce pracovat současně s více prvky systému (vozidla, silnice, rychlosti a účastníci silničního provozu) a snížit jak počet nehod, tak především počet vážných nehod. Národní dopravně bezpečnostní kampaň běží již od roku 1995, kdy počet obětí dopravních nehod šplhal k šesti stovkám. Hlavní příčiny byly, jako i jinde, alkohol, nepřiměřená rychlost, nepoužívání bezpečnostních pásů a nedávání předností v jízdě.

Novozélandské dopravně bezpečnostní kampaně se již více než 10 let zaměřují na věrohodné reklamní spoty, reálně ukazující přestupky a jejich možné důsledky. Tuto strategii převzali od australského státu Victoria, kterému se v letech 1989 až 1994 podařilo snížit počet obětí dopravních nehod o polovinu. Odhaduje se, že na Novém Zélandu pomohly od roku 1995 kampaně zachránit přes 300 životů.

4.3.1 Hlavní problémy

- Téměř v polovině všech smrtelných nehod hraje roli vysoká rychlost nebo alkohol

- Více než 2500 havárií ročně je způsobeno nedáním přednosti v jízdě
- Více než 40 obětí a téměř 900 zraněných ročně má na svědomí únava
- Přibližně 80 obětí ročně nemá zapnuté bezpečnostní pásy a odhaduje se, že třetina z nich by mohla přežít

4.3.2 Rychlost

Nepřiměřená rychlost se každý rok podílí na více než 100 smrtelných nehodách. V roce 2008 měla na svědomí 137 usmrčených a 2631 zraněných. V průměru každé čtyři a půl hodiny se stala nehoda, při které byl někdo zraněn, či zemřel. Na Novém Zélandu jsou na rychlost zaměřeny dvě hlavní kampaně. Ze statistik vyplývá, že povolenou rychlost překračují převážně muži.

4.3.2.1 Robbie

Robbie je televizní kampaň pojmenovaná podle mladého hochy, Robbieho. Robbie v televizním spotu jezdí se svými rodiči na chatu. Řídí otec, Robbie ho při tom obdivně sleduje a rychlou jízdu si užívá. V další části je Robbie již starší a řídí on, po vzoru otce jede rychle a hrdý otec je šťastný, že syna naučil jezdit. V poslední části již jeho rodiče přijíždějí na chatu sami. Matka se diví, že Robbie ještě nepřišel, ale otec ji uklidňuje, že bude v pořádku. Robbieho auto mezitím leží v lese na střeše. Na obrázku 2 je výřez z plakátu, podporujícího kampaň. Text na zrcátku znamená: „Varování: objekty v zrcátku mohou napodobovat vaše dopravní chování“. Jde o parafrázi textu, upozorňujícího na skutečnost, že objekty v zrcátkách jsou blíže, než se zdají.



Obrázek 2 [10]

4.3.2.1.1 Hlavní body

- Kampaň začala 4. ledna 2009
- Povolenou rychlost překračují nejčastěji muži, proto je kampaň cílená především na muže ve věku 35 až 49, kteří běžně překračují povolenou rychlost.
- Cílem je ukázat řidičům, kteří překračují rychlost, že jejich nebezpečné chování ovlivňuje další osoby v jejich okolí.
- Druhotné publikum jsou budoucí řidiči, které cílová skupina nejvíce ovlivňuje.
- Hlavní zpráva zní: „Nejezdí rychle – zpomal.“
- Televizní kampaň je podporována inzercí v rádiu, tisku, na internetu i na outdoorových reklamách.

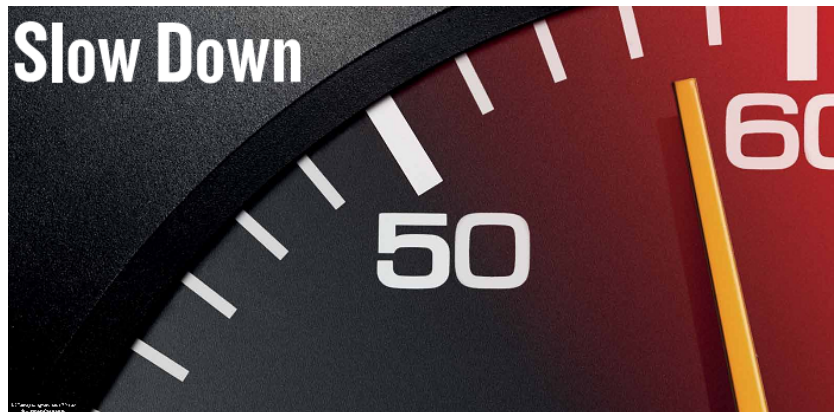
4.3.2.2 Another 10 km/h

Another 10 km/h je televizní kampaň zaměřená na dodržování maximální povolené rychlosti ve městech. Na Novém Zélandu je ve městech, stejně jako u nás, povoleno jet maximálně 50 km/h. V televizním spotu je zobrazen mladý řidič, jedoucí po městě. Když má možnost, zrychlí na 60 km/h, ale po krátké době je vždy přinucen zpomalit za před ním jedoucím autem, nebo zastavit u přechodu. V jedné zatáčce pak na poslední chvíli spatří špatně zaparkované auto a strhne volant a začne brzdit. Ve smyku zastaví přibližně jeden metr od stožáru vysokého napětí. Komentátor říká: „Pokud by jel 50, zastavil by zde.“ Řidič si na to oddechne a zakroučí hlavou, avšak komentář doplní: „ale nejel,“ a auto bokem vrazí do stožáru. Příklad billboardu s textem „Zpomal“, podporujícího televizní kampaň, je ve výřezu na obrázku 3.

4.3.2.2.1 Hlavní body

- Více než polovina řidičů je navyklá překračovat maximální povolenou rychlost na městských komunikacích.
- 81% nehod ve městech, při kterých je hlavní příčinou vysoká rychlost, je zaviněna mužskými řidiči, kampaň je proto zacílena na mladé muže ve věku 16 až 29, kteří dovozenou rychlost překračují častěji, než ostatní.
- Mladí řidiči s malými zkušenostmi jsou si často mylně jistí svými řidičskými schopnostmi a při řízení jsou přesvědčeni, že je nic nečekaného nemůže potkat.

- Rychlostní limit nepřekračují záměrně, pouze cestují rychlostí, která je jim nejvíce pohodlná.
- Cílem kampaně je přimět tyto řidiče ke snížení rychlosti ve městech na 50 km/h a vnímat riziko chycení nehody nebo zranění.
- Televizní kampaň je podporována inzercí v rádiu, tisku, na internetu i na outdoorových reklamách.



Obrázek 3 [10]

4.3.3 Alkohol

Alkohol za volantem je druhá nejčastější příčina úmrtí na novozélandských silnicích. Kampaň proti pití alkoholu před jízdou je zacílená především na mladé řidiče a chce změnit jejich chování dvěma způsoby:

- Ukázkou následků pití před jízdou a rizika, které plyne jak pro řidiče, tak pro jeho kamarády.
- Ukázáním alternativ k jízdě pod vlivem alkoholu, jako střízlivý řidič (řidič se obětuje a nepije) nebo taxi.

Kampaň má mnoho variant, většina z nich však končí tvrzením „If you drink then drive, you're a bloody criminal“ nebo „If you drink then drive, you're a bloody idiot“ („Když piješ a řídíš, jsi zatracený zločinec“ nebo „Když piješ a řídíš, jsi zatracený idiot“)

4.3.3.1 Four mates

Kampaň Four mates propaguje střízlivého řidiče. Televizní spoty mají společnou dějovou linii: čtyři přátelé se jedou bavit a vylosují jednoho, který bude řídit, například kdo prohraje stolní hru, či komu skočí na klín kočka. Ten celý večer nepije a v noci je bezpečně

odveze domů, pokud ne, platí taxi. Poté se objeví jedna z variant závěrečného textu, buď „Be the sober driver and take one for the team,“ nebo „If you can't drive sober, take one for the team.“ („Bud' střízlivý řidič a obětuj se pro tým“ nebo „Když nemůžeš řídit střízlivý, obětuj se pro tým“)

4.3.3.1.1 Hlavní body

- Cílovou skupinou pro tuto kampaň jsou mladí kluci ve věku 15-24, kteří pijí se svými kamarády.
- V roce 2006 způsobili mladí řidiči pod vlivem alkoholu nehody, při kterých se zranilo, nebo zemřelo přes 1000 lidí a každoročně mají na svědomí okolo padesáti úmrtí.
- Většina nehod, způsobených mladými řidiči pod vlivem alkoholu, nebyla způsobena srážkou s jinými vozidly a často se udála v odlehlých místech či na málo frekventovaných silnicích.
- Snahou je, aby mladí brali střízlivého řidiče jako něco samozřejmého, co pro sebe dobří přátelé dělají.
- Televizní kampaň je kromě inzercí v rádiu, novinách, na internetu a na outdoorových reklamách podporována i SMS kampaní.

4.3.4 Nedání přednosti na křižovatce

Nedání přednosti v jízdě je na Novém Zélandu každý rok příčinou více než 2500 nehod. Mnoho řidičů na sebe na křižovatkách záměrně bere riziko srážky a snaží se vjet do mezery mezi auty na hlavní silnici. Řidiči žijí v domněnání, že i kdyby k nehodě došlo, zůstalo by jen u promáčknutých plechů. Smyslem kampaně je ukázat těmto řidičům možné důsledky jejich jednání.

4.3.4.1 Spin the wheel

Ústředním motivem kampaně „Spin the wheel“ („Zatoč si kolem“) je postava starého muže, sedícího s velkým kolem štěstěny u každé křižovatky, který většinu času jen čeká a nic nedělá. Když se ovšem některý řidič chystá vjet do křižovatky před vozidlo, které má přednost, stařík si připraví ruku na kolo štěstěny. V momentě, kdy se řidič rozhodne zariskovat a vjet do křižovatky, muž kolo roztáčí a čeká, která z možností těsně minutí,

drobná nehoda, vážná nehoda, nebo smrt padne. Po celou dobu reklamy hraje depresivně laděná pouťová melodie. Na obrázku 4 je výřez z billboardu ke kampani Spin the wheel. Ze tmy vystupující kolo štěstěny je doplněno textem: „Točit. Netočit. Křižovatky. Je to na vás.“

4.3.4.1.1 Hlavní body

- Po nepřiměřené rychlosti a alkoholu za volantem je nedání přednosti v jízdě nejčastější příčinou smrti na novozélandských silnicích.
- Primární cílová skupina kampaně jsou řidiči ve věku 25 až 39 let, kteří jezdí převážně po městě.
- Cílem je přimět lidi, aby si radši dvakrát rozmysleli, než udělají přestupek a vjedou do křižovatky.
- Hlavním sdělením je, že každé pokoušení štěstí nedáním přednosti může mít vážné následky, jako zranění nebo smrt.
- Hlavním sloganem je „Intersections. Bad call can be deadly.“ („Křižovatky. Pokoušení štěstí může být smrtelné.“)
- Televizní kampaň je podporována inzercí v rádiu, tisku, na internetu i na outdoorových reklamách.



Obrázek 4 [10]

4.3.5 Únava

Kampaň zaměřená na únavu má řidičům pomoci uvědomit si příznaky únavy a přimět je více se zaměřit na plánování cesty, než na cíl. V roce 2008 byla únava za volantem příčinou smrti více než 40 lidí a přibližně tisícovka byla zraněna.

Níže je uveden přeložený příklad spotu vysílaného rozhlasem:

„Pokud jste při řízení unavený, můžete stáhnout okénko. Pak budete zmrzlí... a unavení. Můžete si pustit rádio a zazpívat si. Pak budete zmrzlí, hluční... a unavení. Můžete vypít kávu. Pak budete zmrzlí, hluční, divocí... a unavení. Můžete zastavit a zacvičit si. Pak budete zmrzlí, hluční, divocí... a ještě více unavení. Nemůžete řídit přes únavu, vyspěte se před jízdou.“ Na obrázku 5 je příklad plakátu z kampaně proti únavě.

4.3.5.1 Hlavní body

- Cílovou skupinou jsou řidiči, kteří pravidelně jezdí na víkendy pryč.
- Řidiči si uvědomují nebezpečí únavy, nicméně chtějí odjet z města nebo se na konci víkendu vrátit domů.
- Řidič nevnímá projevy únavy tak škodlivé, jaké jsou, mnozí si poklesu koncentrace a zhoršení odhadu ani nevšimnou.
- Kampaň vnímá projevy únavy (vybočování z jízdního pruhu, kličkování, neopodstatněné změny rychlosti) jako nepřipouštění si jí.
- Televizní kampaň informuje lidi o projevech únavy, aby je na sobě sami poznali.
- Hlavním sloganem je „Sleep before you drive“. („Vyspěte se před jízdou“)



Obrázek 5 [10]

4.3.6 Financování

V polovině devadesátých let, kdy národní kampaň startovala, byl Nový Zéland na 14. místě z 24 zemí OECD v počtu úmrtí na 10000 vozidel a odhadované finanční náklady smrtelných nehod dosahovaly 3,6 miliardy novozélandských dolarů. Novozélandský dolar je národní měnou od roku 1967, kdy vystřídal novozélandskou libru. Kurz vůči české koruně byl k 1.1.1995 18,036 Kč / 1 dolar, k 1.1.2010 pak 13,361 Kč / 1 dolar.

Celkový roční rozpočet novozélandské národní kampaně za bezpečnost silničního provozu se pohybuje okolo 12 mil. dolarů. Tuto sumu pak podporuje strategický program novozélandské policie na prosazování zákonů a předpisů, na který je ročně vyčleněno 255 mil. dolarů. Rozpočet národní kampaně se dále dělí na jednotlivé části.

Část zaměřená na prevenci jízdy pod vlivem alkoholu má roční rozpočet 3 mil. dolarů. Z této částky jsou poté financovány konkrétní proudy. Kampaň „Four mates“ je součástí proudu propagujícího osobu střízlivého řidiče. Rozpočet je rozdělen následovně:

- Produkce televizních spotů (jedna reklama ročně) 600 000 dolarů
- Televizní vysílání 1 600 000 dolarů
- Podpůrné aktivity (rozhlasové spoty, grafické práce a tisk...)
 - Výroba 250 000 dolarů
 - Distribuce 550 000 dolarů

4.4 Finsko

Hledat informace o dopravně bezpečnostních kampaních v zemích, které nemají angličtinu jako úřední jazyk, je pro místního jazyka neznalého velice složité. Stránky jsou jen zřídka přeloženy do angličtiny a případné články, určené např. pro zahraniční komisi, kontrolující plnění evropské politiky, jsou těžko k nalezení. Ostatně stejný problém by měl i cizinec, hledající informace o českých dopravně bezpečnostních kampaních, neboť anglická verze stránek ibesip.cz je velice skromná a web MD neobsahuje o kampaních nic. Pátrání po příkladu z Finska přesto přineslo drobný úspěch. A to kampaň Valppain mielin 2009.

4.4.1 Valppain mielin 2009

Název kampaně se nepodařilo přímo přeložit, neboť slovo Valppain neobsahuje žádný slovník. Nicméně wikislovník zná slovo valppain jako superlativ od finského slova valpas,

keré znamená bdělý či ostražitý, a mielin je výraz pro důvěru. Celý název by se tedy dal strojově přeložit jako „nejostražitější důvěra“, přeneseně „důvěřuj, ale prověřuj.“ Cílem kampaně je podporovat dodržování dopravních předpisů a upozornit občany na sankce, které za přestupky hrozí. V roce 2009 se soustředila především na dodržování maximální povolené rychlosti. Hlavní poselství zní: „Doprava jsou pravidla. Zpomalte. Dodržujte rychlostní limity.“ Kampaň vysílalo 6 finských televizí, dále probíhala i na internetu a v rozhlasu. Hlavní část probíhala od 20. dubna do 3. května a znovu koncem roku.

4.4.1.1 Hlavní body

- Podle průzkumů jen 4% Finů dodržovaly maximální povolenou rychlost za každých okolností.
- Finští řidiči nevidí v drobném překročení rychlostních limitů nic nebezpečného, ba naopak se cítí bezpečněji, než když jedou pomaleji, než někteří ostatní.
- Kampaň má zvýšit bezpečnost i plynulost dopravy a má přispět k plnění cílů evropské dopravní politiky.
- Nejčastěji porušuje rychlost mladý řidič, který přeceňuje své dovednosti.
- Překročení rychlosti je ospravedlňováno úsporou času, kampaň proto upozorňuje, že na desetikilometrové vzdálenosti ušetří zvýšení rychlosti z 80km/h na 100km/h pouhou minutu a půl rozdílu.
- Dalším prostředkem kampaně jsou internetové aplikace, rozebírající brzdné dráhy a srážky s chodci při rychlostech a stavech vozovky, které si může nastavovat návštěvník stránky.

4.5 Norsko

Norsko se může pyšnit jedněmi z nejnižších počtů obětí dopravních nehod v přepočtu na počet obyvatel i vozových kilometrů (vzdálenost ujetá všemi vozidly ze celý rok) na světě. Přesto zde v posledních patnácti letech přišlo při dopravních nehodách každý rok o život v průměru téměř 290 lidí. Podobně jako jinde patří mezi hlavní problémy a přispívající příčiny nehod vysoká rychlost (49% smrtelných nehod v roce 2006), nezkušenost řidičů (75%), alkohol a drogy (18%) nebo únava (18%). 41% usmrcených v autech nebylo připoutáno bezpečnostními pásy a 80% usmrcených cyklistů nemělo helmu. Znalost těchto

faktorů dává Norské správě silnic (Norwegian Public Roads Administration) základ pro účinné preventivní kampaně založené především na informovanosti účastníků dopravy. Efekt norských kampaní je navíc po skončení vyhodnocen průzkumem.

4.5.1 Si ifra!

Kampaň „Si ifra!“ (anglicky „Speak out!“, v češtině „Ozvi se!“) vychází z údajů uvedených v grafu 14, který ukazuje na vyšší riziko vážných nehod u mladých řidičů. Důvodem je jednak nedostatek zkušeností, ať už při řešení krizových situací, nebo přeceňování vlastních schopností, a jednak vzájemné hecování a předvádění se, když v autě cestuje více mladých lidí. Snahou kampaně je přimět mladé lidi, kteří nechtějí zbytečně riskovat, aby nemlčeli a udělali správnou věc – snažili se přimět řidiče k bezpečnější jízdě. Kampaň rozděluje mladé lidi na skupinu těch, co zbytečně riskují, a mnohem početnější skupinu těch, kteří chtějí jezdit rozumně. Obě skupiny se vzájemně ovlivňují, ovšem skupina riskujících svým expresivním chováním ovlivňuje druhou skupinu mnohem více. Je tedy třeba ty rozumné podpořit a přimět je k tlaku na první skupinu, aby změnila své chování. Část projektu například nabízí mladým lidem noční odvoz taxi službou domů za pevnou částku 50 norských korun, což je přibližně 160 Kč.

4.5.1.1 Hlavní body:

- Kampaň začala již v roce 1993 na západě Norska, dnes kampaň probíhá ve třinácti z devatenácti norských krajů.
- Cílem je snížit počet usmrcených a vážně zraněných ve věkové skupině 16 až 24.
- Cílová skupina jsou mladí lidé ve věku 16 až 19.
- Filozofie kampaně říká, že většina mladých lidí je rozumná a dává přednost chování, které je bezpečné.
- Zamýšleným cílem je přimět rozumné mladé, aby se ozvali, že se nechtějí dál podílet na nebezpečné jízdě.

4.5.1.2 Vyhodnocení

V roce 2007 byla kampaň vyhodnocena Norským ústavem pro ekonomii dopravy (Norwegian Institute of Transport Economics) Z výsledků vyplývá, že výrazného efektu bylo dosaženo v krajích, ve kterých se v součinnosti s kampaní posílily policejní kontroly.

Počet usmrcených a vážně zraněných osob v cílové skupině v těchto krajích poklesl o více než 25%.

Na kampaň bylo vynaloženo 21 mil. norských korun. Přínos kampaně se však odhaduje na 412,5 mil. norských korun, což dává čistý přínos 391,5 mil. norských korun, jedná se však o odhad založený na dvou nejméně úspěšných krajích.

4.5.2 Husk bilbelte

Kampaň „Husk bilbelte“ (česky „Pamatuj na bezpečnostní pásy“) se od roku 2003 snaží pomocí tří emotivních fotografií přimět řidiče a spolucestující k používání bezpečnostních pásů. Na snímcích je vždy dvojice osob, kteří jsou šťastní, že mají jeden druhého – mladý pár, starší pár a otec s malým synkem. Plakáty jsou podpořeny texty „Nezáleží, jestli jedete jen kousek – pokud se již nevrátíte“, „50 km/h není moc – ale náraz bez zapnutých pásů odpovídá pádu z 10 metrů“ a „Ztráta přítele je extra bolestivá – pokud se jí dalo předejít“, jako plakát na obrázku 6.



Obrázek 6 [4]



4.5.2.1 Hlavní body

- Kampaň se původně zaměřovala na všechny cestující, kteří se za jízdy nepoutají, po čase se však více zaměřila na věkovou skupinu 18 až 30.
- V roce 2007 se kampaň zaměřila ještě silněji na mladé lidi ve věku 16 až 24.

- Důsledné používání bezpečnostních pásů by mohlo podle odhadů zachránit až 40 životů ročně.
- Na mimoměstských komunikacích se podíl cestujících, kteří mají zapnuté bezpečnostní pásy, zvýšil v letech 2004 až 2007 z 91,4% na 93,7%.
- Na městských silnicích byl ve stejném období zaznamenán nárůst z 84% na 89,4%.
- Kampaň je velice oblíbená, vyhrála několik cen a od Norska ji dále převzalo Dánsko, Island, Německo a Rusko.

5. Domácí dopravně bezpečnostní kampaně

5.1 BESIP

Preventivní činností v oblasti bezpečnosti a plynulosti silničního provozu se u nás věnuje oddělení MD, odboru komunikace s veřejností – BESIP. Název vznikl ze sousloví bezpečnost silničního provozu a používá se od roku 1967. Oddělení BESIP např. zajišťuje dopravní výchovu, realizuje preventivní kampaně a zajišťuje jejich vyhodnocení nebo organizuje zasedání a koordinaci Rady vlády pro bezpečnost silničního provozu. Oddělení má včetně vedoucího celkem 5 pracovníků.

Kampaň „Nemyslíš, zaplatíš!“ zajišťuje tiskové oddělení odboru komunikace s veřejností a její náklady v roce 2009 činily 79 805 142 Kč. Jedná se o smluvní cenu, která podléhá obchodnímu tajemství.

5.1.1 Financování v roce 2009

Podle dokumentu MD [5] hospodařilo oddělení BESIP v roce 2009 s celkovými náklady na činnost 60 139 140 Kč. Tato suma zahrnuje následující položky:

- Preventivní působení v rámci regionů
 - Od roku 1999 do poloviny roku 2009 tuto službu pro MD zabezpečoval Ústřední automotoklub České republiky z finančních zdrojů oddělení BESIP. Cena byla stanovována na každý rok zvlášť. Uvedená částka je za 1. pololetí roku 2009. (2. pololetí již nebylo financováno z rozpočtu odd. BESIP, náklady MD na 2. pololetí 2009 činily 10 898 000 Kč.)

9 790 131,- Kč.

- Tato suma zahrnuje například náklady na Dopravní soutěž mladých cyklistů na dětských dopravních hřištích. Soutěž je určena pro děti základních škol a vítězné družstvo se účastní obdobné mezinárodní soutěže FIA. V roce 2009 se české družstvo umístilo na 2. místě.
1 131 679,59 Kč
- Výukové materiály a publikace
 - Dopravní zpívánky pro mateřské školy, nazpívané skupinou Maxim Turbulenc v nákladu 2 500 ks.
249 900 Kč
 - Brožura „Bezpečí dítěte v dopravě“, určená rodičům dětí z prvního stupně základních škol. Náklad 100 000 ks.
1 153 200 Kč
 - Balíček pro žáky 1. tříd ZŠ pro 105 000 žáků, kteří podle statistik MŠ nastoupili do prvního ročníku ZŠ. Balíček obsahuje např. pracovní sešity, samolepky dopravních značek nebo reflexní odrazky. Cena vč. distribuce.
8 975 597 Kč
 - Publikace „Dopravní výchova pro 3. ročník ZŠ-chodec“ v nákladu 100 000 ks. Cena vč. distribuce
2 177 820 Kč
 - DVD „Bezpečně k cíli“ pro žáky 4. tříd ZŠ. DVD obsahuje 10 cca třímínutových spotů. Náklady na 4 500 ks vč. distribuce.
2 332 400 Kč
 - Publikace „Senioři v silniční dopravě“. Náklady na 110 000 ks vč. distribuce.
2 354 100 Kč
- Informační kampaně (popsané níže)
 - Domluvme se!
2 372 430 Kč
 - The Action
9 276 288 Kč
- Propagace na veletrzích a výstavách, např. Autosalon 2009, Brno. Multimediální stánek s letáky, velkoplošnými obrazovkami, řidičským trenažérem, apod.
2 301 686 Kč

- Projekt BESIP Team (popsaný níže) 6 935 320 Kč

- Výroba a vysílání televizních pořadů a spotů
 - TV seriál STOP na ČT1 a ČT2. Výroba a vysílání 44 dílů zaměřených na bezpečnost silničního provozu. 2 689 400 Kč
 - TV pořady pro BESIP na TV Prima. Výroba a vysílání 30 spotů o délce cca 1 min. 1 195 950 Kč

- Projekt Bezpečná obec – spolupráce a podpora soutěže „Cesty městy 2009“. 499 800 Kč

- Spolupráce s Centrem dopravního výzkumu Brno v následujících projektech:
 - Spolupráce s mezinárodní organizací IRTAD (International Road Traffic Accident Database), která se zabývá pravidelnou aktualizací statistických dat do mezinárodní databáze nehodovosti. 392 700 Kč
 - Příprava nové Národní strategie bezpečnosti silničního provozu pro období 2011 až 2020. 500 000 Kč

- Správa webů ibesip.cz a novapavidla.cz. 646 175 Kč

- Jednorázová inzerce
 - Inzerce v publikaci „Průvodce dálniční a silniční sítí v ČR 2008/2009“ v nákladu 130 000 ks. 218 000,- Kč
 - Inzerce v Obrazovém atlasu turistických cílů, podpora bezpečného chování cyklistů v silniční dopravě. 23 800 Kč

- Propagační předměty 1 965 880 Kč

- Partnerství s Mini Media Services v rámci projektu Czech Truck Fest 2009, propagace bezpečného chování profesionálních řidičů v silničním provozu. 50 000 Kč
- Spolupráce s Fakultou dopravní ČVUT a Policejním prezidiem. 1 594 600 Kč

5.2 THE ACTION

The Action je preventivní projekt, původem z Nizozemí, úzce zacílený na mladé a začínající řidiče. Cílem je prevence řízení pod vlivem alkoholu či drog, dále je věnován prostor nebezpečí rychlé hazardní jízdy či významu bezpečnostních pásů. Vše je podáváno formou divadelního představení, které co nejrealističtěji líčí příběh dopravní nehody od příčin až po její trvalé následky. Silný důraz je kladen na emoce. Bezplatné představení trvá přibližně hodinu.

První představení v Česku se uskutečnilo 10. prosince 2004, od té doby je vidělo 132 730 diváků, více v tabulce návštěvnosti.

5.2.1 Hlavní body

- Hlavním cílem projektu THE ACTION je emotivně zapůsobit na mladé řidiče a řidičky a změnit jejich chování na silnici.
- V letech 2004 až 2009 se uskutečnilo 314 představení, které vidělo téměř 125 tis. diváků, z toho v roce 2009 bylo 87 představení s 32 tis. diváky.
- Cílovou skupinu tvoří mladí řidiči ve věku 18 až 25 let.

5.2.2 Účinnost

V listopadu 2008 byl proveden průzkum mezi 629 žáky středních škol, kteří představení shlédli. Oslovení přijímali projekt kladně a s drsnou realistickou formou neměli problém. Tři čtvrtiny z nich, převážně dívky, se domnívaly, že na jejich chování na silnici bude mít představení trvalý vliv, ale pětina dotázaných, převážně chlapci, přiznala, že na ně shlédnutí představení trvalý vliv mít nebude. Čtvrtina z dotázaných, kteří již měli řidičské oprávnění, prý zásadně změnila své dopravní chování. Poměrně lépe hodnotili představení ti, již ho viděli dříve, než v roce průzkumu, jsou tedy starší a velká část z nich od té doby začala řídit.

Průzkum však odhalil i negativní trendy. 21% z dotazovaných, kteří již měli řidičské oprávnění, řídilo pod vlivem alkoholu a 11% pod vlivem drog. Dále 50% respondentů přiznalo, že jelo s řidičem, o kterém věděli, že před jízdou pil alkohol nebo požil drogy. Třetina z nich by takovou jízdou absolvovala znovu. Hodnocení projektu bylo mezi těmito skupinami poměrně horší a vliv na změnu jejich dopravního chování o poznání nižší.

Celkově však z průzkumu vyplynulo, že projekt je hodnocen kladně a na většinu mladých lidí, kteří představení zhlédnou, bude mít trvalý nebo aspoň dlouhodobý vliv.

V listopadu 2008 byla rovněž kampaň THE ACTION oceněna na Excellence in Road Safety Awards jako jeden z nejúspěšnějších projektů v rámci Evropské charty bezpečnosti silničního provozu.

5.3 Domluvme se!

Tato kampaň je rovněž zaměřená na mladé řidiče a na jízdu pod vlivem alkoholu. Koncept kampaně vychází z obdobných kampaní v zahraničí, jako například z výše uvedené novozélandské kampaně Four mates. Cíl je jednoduchý, přesvědčit mladé lidi, kteří jedou autem za zábavou, aby se domluvili, kdo z nich večer nebude pít alkohol a po skončení zábavy odveze ostatní bezpečně domů, a upozornit je na nebezpečí jízdy pod vlivem alkoholu. Kampaň probíhá především na hudebních festivalech a koncertech a úzce s ní na svých koncertech spolupracují i populární hudební skupiny Divokej Bill a Chinaski.

5.3.1 Hlavní body

- Řízení pod vlivem alkoholu patří mezi nejčastější příčiny dopravních nehod, přibližně čtvrtinu zaviní řidiči do pětadvaceti let.
- V roce 2005 zavinili řidiči na českých silnicích pod vlivem alkoholu přes 8000 nehod, jejichž následkem zahynulo 59 osob.
- V roce 2009 zemřelo při nehodách zaviněných pod vlivem alkoholu dokonce 123 osob, což je o 43 osob více, než rok předtím, a o 87 osob více, než v roce 2007.
- Mladí řidiči ve věku 18 až 25 zavinili pod vlivem alkoholu nejvíce nehod o víkendech a v letních měsících.
- Kampaň je úzce zacílená na mladé lidi do pětadvaceti let, kteří jezdí za zábavou, především na hudební koncerty.

- Hlavním heslem je: „Jedete za zábavou? Domluvte se předem, kdo bude řídit na cestě domů!“

5.4 BESIP Team

BESIP Team je specifický projekt, který se snaží informovat veřejnost o bezpečnosti silničního provozu pomocí osobního zážitku. Návštěvník promo akce může zhlédnout informační videa a filmy, prohlédnout si a poradit se ohledně dětských autosedaček nebo vybavení jízdního kola, vyzkoušet si náraz ve třicetkilometrové rychlosti nebo jízdu na simulátoru automobilu či motocyklu nebo si jen vzít leták a jít. Stánek BESIP Teamu je možno najít při různorodých akcích od hudebních festivalů, přes dny IZS a motoršou až po dny dětí ve všech českých krajích. Tým tvoří proškolené hostesky, které pomáhají a radí návštěvníkům, moderátoři, kteří zvou kolemjdoucí a krátkými vstupy informují o problematice bezpečnosti na silnicích, a technici, kteří se starají o techniku. Náraz ve 30km/h návštěvníky většinou viditelně překvapí, naopak např. simulátor automobilu postrádá realistickou grafiku, což ho sráží na úroveň počítačových her z 90. let.

BESIP Team se na svých akcích věnuje různým tématům, která kopírují témata ostatních kampaní či letáků BESIPu, od rychlosti, přes alkohol a bezpečnostní pásy, až po dětské autosedačky a jízdu profesionálních řidičů.

5.4.1 Hlavní body

- Projekt BESIP Team vznikl v roce 2006 a jeho hlavním cílem je podpora bezpečnosti silničního provozu.
- Projekt oslovuje všechny skupiny účastníků silniční dopravy.
- Hlavním smyslem projektu je zapojit návštěvníky akce, aby se sami přesvědčili o smyslech bezpečnostních opatření.
- V roce 2009 byl BESIP Team na více než čtyřiceti akcích po celé České republice.

5.5 Nemyslíš, zaplatíš!

V říjnu 2008 spustilo MD zatím nejrozsáhlejší kampaň zaměřenou primárně na věkovou skupinu řidičů do 25 let a nejčastější příčiny jejich dopravních nehod. Kampaň se stala velmi diskutovaným tématem i díky 150 milionům korun, které na ni MD vyhradilo mimo

rozpočet oddělení BESIP. Celou zakázku vysoutěžila agentura Euro RSCG. Agentura se sídlem v New Yorku působí v 75 zemích po celém světě a má mezi klienty mj. Peugeot, Dell, Oriflame nebo Hlavní město Praha. Kampaň měla původně trvat od října 2008 do konce roku 2010, ale pro její úspěch vypsalo MD v květnu letošního roku výběrové řízení na pokračování kampaně i v roce 2011 za 45 milionů korun. Celá kampaň má působit emotivně a realisticky. Logo kampaně tvoří slovo nemyslíš, napsané na státní poznávací značce, a slovo zaplatíš, napsané v kaluži krve.

Významnou součástí kampaně tvoří internet. Na stránkách kampaně se uveřejňovaly výpovědi obětí dopravních nehod a daly se zde zhlédnout televizní spoty. Spoty se též daly najít na serveru Youtube a převzaly je i jiné servery, jako např. stream.cz. Během prvních dvou měsíců je v televizi a na internetu vidělo přes 7 milionů diváků. V roce 2010 prošly webové stránky nemyslis-zaplatis.cz proměnou. Nový web klade důraz na výpovědi obětí a účastníků nehod a na informace o nejčastějších příčinách vážných nehod, včetně článků odborníků. Nově je na webu mapa nehodových míst a simulátor jízdy, ve kterém si návštěvník může zkusit jaké to je, když jsou jeho řídičské schopnosti ovlivněny alkoholem, drogami nebo nesoustředěním na řízení. Simulátor však reálné chování vozidla příliš neodráží. A nakonec web odkazuje na facebookovou stránku kampaně „Nemyslíš, zaplatíš!“, která má již téměř 200 000 fanoušků. Stránka informuje fanoušky o aktualitách, jakými jsou nové spoty, získaná ocenění, statistiky nehodovosti nebo články z historie.

Z výsledků podobných kampaní v zahraničí ministerstvo doufalo ve snížení nehodovosti o 5 až 7 %.

5.5.1 Hlavní body

- Kampaň byla spuštěna 1. října 2008.
- Hlavní cílovou skupinou jsou mladí řidiči ve věku 18 až 25 let.
- Kampaň oslovuje celkem sedmi televizními spoty (v létě přibude osmý), dále rozhlasovými spoty, billboardy, inzercí v tisku a dalšími způsoby.
- Kampaň má ročně zachránit 50 až 60 životů
- 12 dubna 2010 zveřejnilo MD výzvu k podání nabídek na průzkum veřejného mínění ke kampani, včetně zmapování vlivu na účastníky dopravy.

5.5.2 Kritika spotů

Časté kritiky vytykají televizním spotům, že neoslovují cílovou skupinu, která se v nebezpečném jednání herců neidentifikuje. Spoty situace, které předchází dopravním nehodám, podle kritiků přehánějí, aby záměrně zvýraznili nebezpečné chovající účastníků dopravy, především řidičů. Například ve spotu s agresivním manažerem řidič za jízdy není připoutaný, telefonuje, agresivně přejíždí z pruhu do pruhu, až na jednom místě přehlédne přechod pro chodce a srazí ženu s kočárkem. To s ním natolik otřese, že není schopen slova. V další scéně už stojí ve věžeňské cele a v tuto chvíli začíná komentář o nebezpečnosti agresivní jízdy. Televizní spot obsahuje i chyby jako chybějící dopravní značení. Dalším příkladem může být spot s marihuanou. Dva mladé páry jedou ze svatby a cestou autem kouří marihuanu, předávají si „špeka“ a smějí se. Na křižovatce však řidič přehlédne značku „Dej přednost v jízdě“ a auto se srazí s autobusem. Komentář pak vysvětluje nebezpečí řízení pod vlivem marihuany a divák sleduje ženicha, kterak se snaží oživit nevěstu. Divák po zhlédnutí spotu toto chování většinou okamžitě odmítne. Pokud však k sobě není dostatečně kritický, aby si uvědomil, že se na silnici chová stejně, na jeho dopravním chování spot nic nezmění.

Závěr

Prevence je v dopravě, jako i jinde, velice důležitá. Prevence osvětou je její významná část, nicméně samotná informovanost o faktorech ovlivňujících jízdu a nebezpečí, které na řidiče a cestující číhá, nestačí. Ze zahraničních zkušeností vyplývá, že preventivní kampaně mají výrazný efekt, pouze pokud jsou podpořeny zvýšenou aktivitou kontrolních (policejních) složek. Avšak směřovat úsilí kampaní primárně na hrozbu trestu, jako je tomu v případě amerických kampaní, cílený užitek také zcela nepřináší. Na zvýšení bezpečnosti se kromě samotné osvětové kampaně musí podílet i další prvky, jako např. změny v legislativě, změny v infrastruktuře, zlepšení výcviku v autoškolách nebo právě i zvýšení aktivity represivních složek.

Ekonomické ztráty z dopravních nehod dosahují každoročně až 2% HDP. V porovnání s tím se zdají být částky vynakládané na prevenci zanedbatelné. Norský příklad dokazuje, že investice do dopravně bezpečnostních kampaní mohou ušetřit mnohonásobek vynaložených finančních prostředků. Je však nezbytné kampaň navrhovat s ohledem na zkušenosti získané z jiných projektů, neboť preventivní kampaň s cílem změnit postoj uživatelů k určitému dopravnímu chování je něco jiného, než reklama na šampón. V prevenci je nejdůležitější identifikace diváka s prezentovaným obsahem a následná motivace ke změně chování, která mu přinese užitek, závislý na jeho hodnotách a potřebách. Z tohoto důvodu nemá smysl vysvětlovat spěchajícímu řidiči, že při nižší rychlosti pojedede bezpečněji – riziko rychlé jízdy si jistě uvědomuje. V takovémto případě je lepší se zaměřit třeba na motivaci jeho jednání – dosažení cíle dříve – a vysvětlení souvislostí včetně reálného časového rozdílu.

Dobрым příkladem správného pojetí je novozélandská kampaň Robbie. Užitek z rychlé a díky zkušenostem i poměrně bezpečné jízdy je vyvážen varováním, že toto chování může napodobovat méně zkušená osoba, na které řidiči záleží. Správně je zvolená i cílová skupina mužů ve středním věku, kteří jsou vzory svých potomků. Dalším dobrým příkladem je norská kampaň Husk bilbelte, která s malými finančními náklady účinně snižuje procento nepřipoutaných cestujících jednoduchým sdělením: „Připoutejte se, někomu na vás záleží.“

České kampaně převážně vycházejí ze zahraničních zkušeností. U projektů The Action a BESIP Team je smyslem předložit návštěvníkovi podstatná fakta, ovšem jejich

zpracování již nechat na něm. Účinnost tohoto přístupu podporuje i průzkum mezi návštěvníky představení The Action.

Nejvýznamnější domácí kampaň „Nemyslíš, zaplatíš!“ je populární pro své drastické spoty, které realisticky ukazují možné následky určitého nevhodného dopravního chování. Zde vzniká hlavní problém spotů – zobrazované situace jsou natočeny s přílišnou nadsázkou a divák se v nich neidentifikuje. Dalším významným problémem je převaha obrazového vjemu, který převáží hlavní sdělení a naruší zpracování celkové informace. Z těchto důvodů se významný přímý vliv kampaně na bezpečnost nedá předpokládat. Přínos vidím především v nepřímém vlivu. Kampaň vyvolává diskuzi o bezpečnosti na silnicích a zájem o informace, včetně výpovědí obětí, což má na bezpečnost dopravy rozhodně pozitivní vliv. To následně státu šetří mnoho finančních prostředků, neboť už samotné snížení počtu nehod o jediné procento může ušetřit stovky milionů. Na základě tendence, kterou lze vyčíst z grafu 3 na straně 22, lze odhadnout celkové ztráty způsobené nehodovostí v roce 2009 na částku přibližně 40 mld. Kč. Výše uvedené náklady oddělení BESIP na preventivní činnost nedosahují ani 2‰ této částky, přesto účinně působí na snížení nehodovosti, a proto lze tyto náklady považovat za efektivně vynaložené.

Obecně se dá říct, že každá preventivní kampaň, která přímo či nepřímo donutí řidiče přemýšlet o svém chování na silnici a změnit své návyky, je jak ze společenského, tak i finančního hlediska pro stát výhodná investice.

Použitá literatura a zdroje

- [1] Česká republika – Ministerstvo dopravy: Dopravní politika České republiky pro léta 2005 – 2013. Praha, 2005
- [2] Velký slovník naučný. Český těšín, DIDEROT, 1999.
- [3] Štikar, J. - Hoskovec, J. - Šmolíková, J.: Psychologická prevence nehod (Teorie a praxe). Praha, Nakladatelství Karolinum, 2006.
- [4] TRAFFIC SAFETY CAMPAIGNS IN NORWAY, SEAT BELT CAMPAIGN, Bjarte Skaugset/Cecilie W. Lindheim Norwegian Public Roads Administration Poster #7.4.11, informační plakát
- [5] Komplexní informace o aktivitách oddělení BESIP za rok 2009. Ministerstvo dopravy ČR - oddělení BESIP, 2010.
- [6] Názory mladistvých na projekt THE ACTION, Závěrečná zpráva z ankety mezi studenty. Praha, STEM, 2008.
- [7] Přehled nehodovosti v silničním provozu na území České republiky za léta 2004 – 2007, Publikaci vydalo Ředitelství služby dopravní policie Policejního prezidia České republiky, Praha, 2004 – 2009
- [8] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Prevence>
- [9] <http://www.nhtsa.gov>
- [10] <http://www.nzta.govt.nz>
- [11] <http://stats.oecd.org>
- [12] <http://www-fars.nhtsa.dot.gov>, <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk>,
<http://www.infrastructure.gov.au>, <http://www.tc.gc.ca>

Ostatní použité zdroje informací

<http://www.mdcz.cz>

<http://www.theaction.cz>

<http://www.ibesip.cz>

<http://www.besipteam.cz>

<http://www.domluvme-se.cz>

<http://www.vamos-eu.org>

<http://www.valppainmielin.fi>

<http://www.liikenneturva.fi>

<http://stopimpaireddriving.org>

<http://www.york.ac.uk/depts/maths/histstat/lies.htm>

<http://www.stat.fi>

<http://www.policie.cz>

<http://www.nordicroads.com/website/index.asp?pageID=217>

<http://www.youtube.com>

<http://www.kampanje.com>

<http://cs.wikipedia.org>

<http://en.wikipedia.org>

http://www.ceskenoviny.cz/domov/zpravy/trzil-rusit-dechove-zkousky-nechce-ani-tolerovat-malo-alkoholu/417858&id_seznam=