

ДОКЛАД

На тему «Социальная реклама по безопасности дорожного движения»

Подготовила: ответственный по профилактике ДДТТ МБДОУ ДС 27/1 «Филиппок»
Лыкова Галина Сергеевна

Слайд 1: Добрый день, уважаемые коллеги! Тема моего доклада «Социальная реклама по безопасности дорожного движения»

Слайд 2: что означают термины БДД и Профилактика БДД?

Безопасность дорожного движения – мероприятия, которые проводятся, чтобы снизить риск дорожно-транспортных происшествий и степень вреда от них. Уровень БДД отображает степень защищенности участников дорожного движения от ДТП.

Профилактика безопасности дорожного движения (БДД) – это метод повышения безопасности на дорогах при помощи различных образовательных мероприятий для участников дорожного движения.

Слайд 3: Социальная реклама по безопасности дорожного движения – одна из мер профилактики, направленная на повышение уровня БДД.

Согласно Федеральному закону № 36-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г., социальной называется некоммерческая реклама, направленная на изменение общественного поведения и привлечение внимания к проблемам социума.

Слайд 4: Профилактика БДД нужна, чтобы повысить уровень безопасности водителей и пешеходов за счет их обучения нормам безопасного поведения на дорогах. Цель соцрекламы по БДД – донести обществу важность соблюдения правил дорожного движения, чтобы снизить количество аварий, пропаганда человеческих ценностей и заботы об окружающих людях.

Слайд 5: соц реклама делится на виды по нескольким критериям, а именно по:

По содержанию - это поддержка общественных ценностей; информирования о проектах, программах, мероприятиях; общих информационных сообщений

В зависимости от характера воздействия на общество реклама может быть в виде: призывов; вопрошания; тезисов; информационных сообщений; нескольких скомбинированных форм.

Формат, в котором проводится или публикуется некоммерческая реклама: звуковые сигналы, оповещения; визуально-графические изображения в печатном или цифровом виде; видеоролики; визуальные объекты (например, инсталляции по безопасности дорожного движения); текстовый.

Для размещения соцрекламы по правилам дорожного движения используются: видеоролики в телепередачах; тексты в газетах, журналах, другой печатной продукции; уличные объекты (например, баннеры, плакаты на рекламных щитах, вдоль дорог); транспорт (плакаты на стенах салона пассажирского транспорта); интернет, социальные сети, сервисы потокового видео.

Слайд 6: при разработке данной продукции придерживаются таких принципов:

- информация не должна быть негативной, в ней должен быть намек на проблему, чтобы у аудитории формировалось мнение, что описываемая ситуация решается легко;
- информация должна подаваться так, чтобы человеку была понятна выгода при соблюдении рекомендаций в рекламе;
- подача материала должна мотивировать, побуждать к действиям;
- рекламный ролик должен ставить перед слушателем такую задачу, решение которой позволяет устранить определенную проблему;
- реклама должна демонстрировать идеальное развитие ситуации, чтобы показать человеку вектор, в котором нужно развиваться

Слайд 7: в социальной рекламе по безопасности дорожного движения освещаются такие темы: Нарушения пдд

Правила дорожного движения РФ были утверждены Постановлением Совета Министров Российской Федерации. Этот документ содержит требования, обязательные для выполнения водителями и пешеходами, а также информацию о: дорожных знаках, скоростном режиме, порядке проезда на нерегулируемых перекрестках; видах нарушений ПДД и штрафах, которые за них предусмотрены; правила поведения водителей в опасных ситуациях на дороге; правила парковки на дорогах.

Слайд 8: Соцреклама по нарушениям правил дорожного движения в простой и понятной форме должна доносить водителям и пешеходам, как себя нужно вести на дорогах, а как не следует.

Слайд 9: неиспользование ремней безопасности может привести к тому, что водитель или пассажир получит серьезные травмы даже при незначительных ДТП. Поэтому реклама информирует: почему нужно использовать ремни безопасности; примеры реальных ДТП, когда ремни спасли жизнь человеку или смягчили травмы; ответственность за езду непристегнутым; требования к использованию ремней безопасности.

Слайд 10: поэтому в тему социальной рекламы включается информация, которая должна стимулировать водителей и пассажиров пользоваться ремнями безопасности и пристегиваться до начала движения

Слайд 11: Алкоголь негативно влияет на состояние человека. В этой теме социальной рекламы рассматривается: пагубное влияние алкоголя на человека; примеры

смертельных ДТП, случившихся по вине пьяных водителей; необходимость ответственного отношения к защите жизни и здоровья.

Слайд 12: Водитель, который садится за руль в состоянии алкогольного опьянения, подвергает опасности и себя, и окружающих.

Слайд 13: Число детей, травмированных на российских дорогах из-за аварий, невнимательности родителей или незнания ребенком правил дорожного движения, постоянно растет. Кроме того, малыши не способны самостоятельно адекватно оценивать опасность, которую несет поток машин. Поэтому социальная реклама по защите детей на дорогах освещает такие моменты: обязательность использования детских автокресел в автомобилях; ответственность родителей за здоровье ребенка; правила пересечения пешеходных переходов со светофорами и без них; требования к водителям быть внимательнее в тех зонах, где могут играть или перебегать дорогу дети.

Слайд 14: важно прививать детям знания безопасности при движении по дорогам с раннего возраста. Родители также должны своим примером показывать, как нужно выполнять требования ПДД.

Слайд 15: Мобильные устройства имеют сильный отвлекающий эффект, из-за чего водитель теряет концентрацию, отвлекается от дороги. Это может стать причиной ДТП разной степени тяжести.

В данной теме социальной рекламы рассматриваются такие вопросы: опасность совершения звонков по телефону, находясь за рулем; штрафы за использование телефона во время движения; примеры аварий, которые случились из-за гаджета в руках водителя.

Слайд 16: согласно статистике 7 из 10 водителей во время управления авто пользуются мобильными телефонами. Имеется в виду не пассивное использование устройства в режиме навигатора, а совершение телефонных звонков, отправка сообщений.

Слайд 17 и 18 и 19: приведу несколько примеров изготовления и использования социальной рекламы по безопасности дорожного движения в детском саду: изготовление и распространение листовок, оформление рисунками выставок по ПДД, фото и видео ролики с участием педагогов, детей и их родителей, флешмобы, выходы юид к перекресткам с атрибутами, фреймы – это живые фотографии, которые в отличие от обычного фото, могут громко и ярко заявить о себе и многое другое.

Слайд 20: Безопасности дорожного движения в обществе отводится важная роль, так как от ее уровня прямо зависит количество аварий.

Социальная реклама дорожной безопасности – один из важных профилактических методов снижения дорожно - транспортного травматизма.