



*Социальная реклама, призывающая водителей относиться к непогоде с осторожностью, появилась в 7 регионах России в рамках кампании «Прогноз безопасности». Проект инициирован Российским союзом автостраховщиков и Госавтоинспекцией МВД России, подробности – на сайте бездтп.рф.*

Плакаты призывают снижать скорость и увеличивать дистанцию – это универсальные правила для любой нестандартной ситуации на дороге. От изображения последствий несоблюдения этих рекомендаций авторы отказались. Основываясь на многочисленных исследованиях и опыте предыдущих социальных кампаний, организаторы кампании утверждают: жесткая социальная реклама не работает. Обычный человек отворачивается от агрессивных и грубых кадров, он не хочет относить их к своей жизни. В то же время, когда речь идет о социальной рекламе, главная задача – воспитать, не пугая и не обижая.

Наружная реклама начала появляться с марта на рекламных щитах Москвы, Башкортостана, Севастополя, Волгоградской и Тюменской областей, Краснодарского и Забайкальского краев. Кроме того, в некоторых регионах власти задействовали экраны мониторов в образовательных организациях, торговых центрах, а также в зданиях подразделений полиции, для демонстрации видеоролика «Макромир».

Несмотря на то что весеннее время чаще ассоциируется с хорошей погодой, именно март и апрель могут стать самыми коварными месяцами для автомобилистов. В это время года водители теряют бдительность, неосознанно увеличивают скорость и сокращают дистанцию, хотя погода не стабилизировалась, и любой день может преподнести сюрприз: проливной дождь, сильный ветер и даже по-настоящему зимнюю метель.

Источник: [Википедия страхования](#) , 13.04.15