

ИЗВЈЕШТАЈ О
СПРОВЕДЕНОЈ КАМПАЊИ ПОД НАЗИВОМ „УСПОРИ, ЖИВОТ ЈЕ НАЈВАЖНИЈИ“

ДИО I: ИНФОРМАЦИЈЕ О УКЉУЧЕНИМ СУБЈЕКТИМА

Укључени субјекти у провођење Пројекта	Министарство саобраћаја и веза Републике Српске; Министарство унутрашњих послова Републике Српске; Агенција за безбједност саобраћаја Републике Српске; Ауто мото савез Републике Српске; ЈП „Аутопутеви РС“; ЈП „Путеви РС“; Јединице локалне самоуправе; Радио и телевизијске станице.
Одговорне особе	МСВ РС, Наташа Костић, МУП РС, Управа полиције, Јединица за послове саобраћаја АБС РС, Милија Радовић, АМС РС, Јелица Лубура, ЈП „Аутопутеви РС“, Зоран Јерковић, ЈП „Путеви РС“, Саша Јаснић.

Најчешћи узрок настанка саобраћајних незгода на путевима Републике Српске су непрописна и неприлагођена брзина. Брзина је узрок 50% саобраћајних незгода са смртно страдалим и тешко повријеђеним лицима.

Смањењем просјечне брзине кретања за 1 км/х број најтежих саобраћајних незгода смањује се за 3% до 6%.

У складу са прописима из области безбједности саобраћаја возач је дужан да брзину кретања возила прилагоди особинама и стању пута, видљивости прегледности, атмосферским приликама, стању возила и терета, густини саобраћаја, саобраћајним знацима и другим саобраћајним условима, тако да возило може благовремено да се заустави пред сваком препреком коју под наведеним условима може да предвиди.

Агенција за безбједност саобраћаја Републике Српске заједно са Министарством саобраћаја и веза, Министарством унутрашњих послова, Ауто-мото савезом Републике Српске, ЈП „Аутопутеви Републике Српске“, ЈП „Путеви Републике Српске“, јединицама локалне самоуправе, радио и телевизијским станицама реализовала је кампању под називом **„Успори, живот је најважнији“**– која је трајала у периоду од 05. до 15. јула 2013. године.

Кампања **„Успори, живот је најважнији“** имала је за циљ да укаже возачима путничких аутомобила, теретних возила, аутобуса и мотоцикала на значај прилагођене брзине и придржавање ограничења постављеним саобраћајним знаком.



Основна порука кампање била је:

„УСПОРИ, ЖИВОТ ЈЕ НАЈВАЖНИЈИ“

У току превентивне кампање реализоване су сљедеће активности:

➤ Агенција за безбједност саобраћаја учествовала је у утврђивању методологије мјерења брзине, у представљању резултата мјерења брзине, као и у изради летка за кампању. Уз пропратно писмо доставила је свим јединицама локалне самоуправе, радио и телевизијским станицама радио џингл и видео спот за кампању. Директор Агенције за безбједност саобраћаја учествовао је у радио и ТВ емисијама у току кампање. Агенција за безбједност саобраћаја урадила је извјештај о спроведеној кампањи.

➤ Полицијски службеници МУП Републике Српске у оквиру својих редовних послова вршили су појачану контролу возача који не поштују ограничење брзине у складу са ЗОБС БиХ. Представници Министарства унутрашњих послова Републике Српске учествовали су у радио и телевизијским емисијама.

➤ Министарство саобраћаја и веза учествовало је у утврђивању методологије



мјерења брзине, као и у представљању резултата мјерења брзине.

➤ Ауто – мото савез Републике Српске у оквиру превентивне активности набавио је уређаје за мјерење брзине, извршио мјерење брзине у складу са методологијом и планом, учествовао у изради и финансирању, као и дистрибуцији 10. 000 летака преко ауто мото друштава, финансирао израду радио џингла. Представници Ауто-мото савеза и ауто мото друштава учествовали су у радио и телевизијским емисијама.

Ауто-мото савез Републике Српске спровео је акцију анонимног снимања брзина у Граду Бања Лука. Снимање је вршено на шест локација, а акција је трајала од 18.7.2013. до

23.7.2013. На основу измјерених брзина установљено је да 33 % учесника у саобраћају који су обухваћени мјерењем не поштују прописану брзину.

- ЈП „Аутопутеви Републике Српске“ учествовало је у утврђивању Методологије мјерења брзине, одређивању локација за мјерење брзине, као и представљању резултата мјерења брзине.
- ЈП „Путеви Републике Српске“ учествовало је у утврђивању Методологије мјерења брзине, одређивању локација за мјерење брзине, као и представљању резултата мјерења брзине.
- Ову медијску кампању подржало је преко 15 локалних радио станица, као и неколико телевизијских станица и дневних новина широм Републике Српске.
- Кампања је пропраћена на интернет страници Агенције за безбједност саобраћаја Републике Српске, интернет страницама укључених субјеката, као и на бројним другим интернет страницама (www.vozi.org, www.radioosvit.com, www.infobanjaluka.com, www.glassrpske.com, www.nezavisne.com, www.opstina-celinac.com, www.vijesti.in.rs, www.avaz.ba, www.mup.vladars.net, www.ams-rs.com, www.panradio.com, www.cafe.ba, www.radiogradiska.net, www.srna.rs; www.magic.ba, www.srpskacafe.com, www.radioprnjavor.com, www.vazdan.com, www.banjaluka.com, www.nedstor.com, www.novosti.rs.sr, www.press.rs, www.rtviz.tv, www.twitter.com, www.trebinje059.com, www.vijesti.in.rs, www.radionovigrad.com, www.nedstor.com, www.atvbl.com, www.panradio.com, www.mojahercegovina.com; www.kontaktradio.com; www.article.wn.com, www.eltatv.com, www.dobojcaffe.com; www.jutube.com).
- Радио – телевизија Републике Српске емитовала је видео спот у ударним терминима три пута дневно.
- У ову кампању укључиле су се бројне јединице локалне самоуправе са различитим видовима учешћа (штампали летке, обезбиједили емитовање радио цингла на локалним радио станицама, преузеле видео спот за кампању па га прослиједиле својим локалним телевизијама, у сарадњи са Полицијским станицама дијелили летке и сл.).
- Град Бања Лука првом сједницом новименованог Савјета за безбједност саобраћаја 05. јула 2013. године започео је наведену превентивну кампању.



Кампања је реализована уз минималне трошкове.

Видео спот за кампању „Брзина“ уступила је Агенција за безбедност саобраћаја Републике Србије.

ЗАКЉУЧАК:

У недостатку финансијских средстава и недовољну подршку осталих субјеката безбједности саобраћаја кампања је проведена само дјелимично па није било могуће остварити пуни ефекат. У случају када би за провођење кампање била обезбијеђена одговарајућа финансијска средства и уз пуно учешће свих укључених субјеката у наредним кампањама било би потребно провести сљедеће активности како би се у што већој мјери остварили циљеви кампање:

- неопходно је обавити детаљно истраживање конкретног проблема безбједности саобраћаја како би се кампања боље припремила,
- у складу са обављеним истраживањем извршити пуну идентификацију (избор) и истраживање циљне групе чија се промјена понашања очекује,
- креирање поруке кампање повјерити професионалцима,
- средства преношења поруке су редукована на летак и радио џингл (пуни ефекат би се постигао израдом видео спота и емитовањем истог у ударним терминима, закупом рекламних паноа (билборда), огласима у штампаним медијима, израдом наљепница, кеса, мајица, упаљача и сл.),
- период провођења кампање је објективно кратак, кампање би требале да трају дуже,
- извршити одабир експерименталне и контролне групе како би се провјерили могући резултати кампање,
- извршити истраживање о ефектима кампање.

Уз ограничења у погледу расположивих финансијских средстава кампањом су остварени минимални планирани циљеви.