Sensowna kampania?

Na regiomoto.pl pojawił się artykuł zatytułowany: Nareszcie sensowna kampania promująca bezpieczną jazdę. Kampania ma zachęcać kierowców do nieprzekraczania dopuszczalnej prędkości, gdyż przekroczenie jej o 10 km/h może mieć katastrofalne skutki. Czy kampania jest sensowna?

Pierwszy film. Widzimy na nim pieszego. Pieszy z zakupami, bez rozglądania się wchodzi na przejście. Samochód zauważa dopiero gdy ten znajduje się metr od niego. Klasyczne wtargnięcie, które jest niezgodne z przepisami. Skoda Octavia ma popsute hamulce, nie działa ABS, ani reduktor siły hamowania na tylnej osi. W drugiej scenie, kierowca jedzie o 10 km/h wolniej i pieszy zostaje tylko poobijany.

Drugi film. Właściwie nie ma w nim żadnej fabuły. Film zakończony jest stwierdzeniem, że zginęli na pasach bo kierowca jechał za szybko.

No sorry, ale ten koleś z pierwszego filmu zginał nie pasach nie dlatego, bo kierowca jechał za szybko, tylko dlatego, ze nie ustąpił pierwszeństwa pojazdowi poruszającemu się po jezdni. Bez rozglądania się wtargnął na pasy. Oczywiście można powiedzieć, że gdyby kierowca 10 km/h wolniej, to pieszy by nie zginął, 20 km/h wolniej – w ogóle nie doszłoby do wypadku, a gdyby stał w miejscu, to nawet nie musiałby hamować. Można też powiedzieć, że gdyby jechał 20 km/h szybciej, to zdążyłby przed pieszym i nie doszłoby nawet do drobnego potrącenia. Co śmieszniejsze gdyby nawet jechał te 10 km/h mniej, ale pieszy wtargnął na przejście ułamek sekundy później – to i tak by rozjechał.

Kampania w ogóle nie jest sensowna, moim zdaniem jest wręcz szkodliwa! Sensowna kampania, powinna być skierowana do pieszych, a z tą jakoś nigdy się nie spotkałem. Przerażające ilu pieszych w ogóle zakłada, że już w momencie wchodzenia na przejście ma pierwszeństwo przed pojazdami na jezdni. A może by tak zrobić kampanię: “wchodzisz na przejście? Rozejrzyj się dokładnie, oni mogą cię zabić”, “nie wchodź na jezdnię zza zasłaniającego cię pojazdu, kierowca nie jest w stanie w porę cię zauważyć”, “noś elementy odblaskowe, będziesz widoczny z większej odległości”, “nie wbiegaj na przejście, kierowca się tego nie spodziewa”, “piłeś alkohol, zapewnij sobie towarzystwo osoby trzeźwej gdy masz zamiar poruszać się w tym stanie po drogach publicznych”, “upewnij się czy kierowca cię widzi i czy prawidłowo interpretuje twoje zamiary”, “na jezdni czteropasmowej, fakt, że jeden kierowca, na jednym pasie zatrzymał się przed przejściem nie powoduje, że przejście przez jezdnię jest bezpieczne”.

Dlaczego uważam kampanię za szkodliwą? Bo promuje kompletną beztroskę o swoje bezpieczeństwo jednej ze stron. Pieszy zamiast być uważny przechodząc przez jezdnię, zda się na kierowcę, który ma jechać wolniej. Z kampanii wynikają wnioski, że wystarczy jechać 50 km/h na godzinę by do wypadku na pasach nigdy nie doszło. Co najwyżej pieszy się przewróci. Taka świadomość pieszych spowoduje, że w ogóle przestaną troszczyć się o swoje bezpieczeństwo – bo skoro nic im nie grozi, to po co marnować czas na przepuszczanie samochodów, na rozglądanie się, przecież zawsze zdążą wyhamować. A zasada “jedź o 10 km/h mniej, tak jest bezpieczniej” sprawdza się, ale tylko jeśli wszystkie inne zmienne są dokładnie takie same. Wystarczy jakikolwiek inny czynnik – dłuższy czas reakcji, gorszy stan techniczny pojazdu, inne warunki atmosferyczne, nieco wcześniejsze pojawienie się pieszego na pasach, a nawet kształt przedniej części pojazdu, by okazało się, że nawet jadąc 30 km/h wolniej zginie się pod kołami pojazdu, pod który się wtargnęło.

W Polsce kampanie w ogóle tworzone są w niewłaściwy sposób – od dupy strony. Starają się wmówić kierowcom, że bardziej niż o swoje bezpieczeństwo powinni się troszczyć o czyjeś bezpieczeństwo. Zrzuca się odpowiedzialność za wszystko na jedną tylko stronę. Podobnie było z akcją “motocykliści są wszędzie”. Akcja zamiast uświadamiać kierowców motocykli, dawała im zielone światło do jazdy z nadmierną prędkością, a odpowiedzialność zwalała na kierowców którzy intensywnie musieli wypatrywać motocyklistów w lusterkach, przed każdym wykonaniem manewru. Tego typu akcje powinny obrazować wyniki brawury i jazdy niezgodnej z przepisami, ale w sytuacji, gdy druga strona pozostaje niewinna, a wina pierwszej jest bezdyskusyjna. Tu przy okazji przypomniała mi się kampania z jazdą na kacu, gdzie skacowany kierowca jest zdekoncentrowany i uderza w pieszego znajdującego się na przejściu.

Dobrym wzorem dla tego typu kampanii, powinna być kampania brytyjska:

Montaż, muzyka, wybór klarownych przypadków (bezdyskusyjnie winny kierowca, który popełniając błąd powoduje, że giną niewinni ludzie), emocje – oglądałem te filmy dziesiątki razy i gdy dziś obejrzałem je kolejny raz, aż mi się gęsia skórka pojawiła, a po plecach przeszły ciarki. Filmy są tak mocne, że wbijają się w świadomość i tkwią tam bardzo długo.

A ta nasza kampania? Ładny montaż i nic więcej. Oglądając pierwszy film, to co rzuca mi się w oczy bardziej niż nadmierna prędkość, to fakt, że pieszy wtargnął na przejście.

PS. Motoryzacja idzie do przodu, mamy coraz bezpieczniejsze pojazdy, z lepszymi hamulcami, oponami i dziesiątkami wspomagaczy. Kierowcy są bardziej doświadczeni, bo pokonują samochodami większe odległości. Mamy coraz lepszą infrastrukturę. A ograniczenia prędkości są bardziej restrykcyjne niż 40 lat temu.
Autor: dejko o 09:26