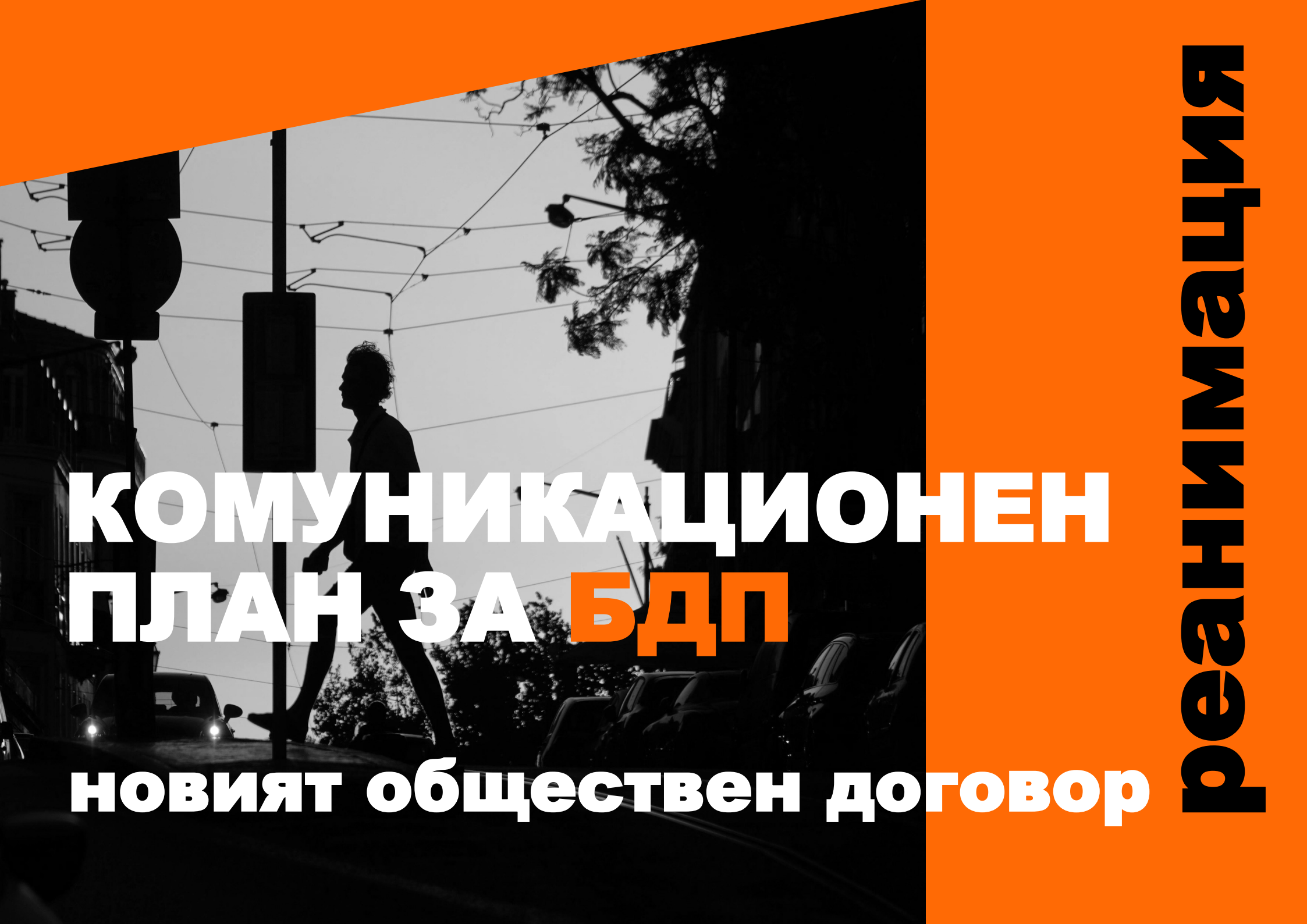




КОМУНИКАЦИОНЕН ПЛАН ЗА БДП

НОВИЯТ ОБЩЕСТВЕН ДОГОВОР

реактивация



Анамнезата

- светът се променя с безпрецедентна динамика и ефект за мобилността
- пътят е жива социална екосистема
- реалната картина на пътя е тежка
- изисква се персонализиран, емпатичен и дълбоко психологически подход за провеждане на съвременна комуникационна концепция чрез превенция и гражданска енергия

държавата и обществото са **заедно**

Подходът не отменя регулаторната функция
на държавата, а я укрепва значително чрез

човешкия потенциал



Ангажиментът

При всяко излизане на пътя хората препотвърждават **обществен договор**, при който всеки миг е подкрепа за живота. Пътят е общественото пространство, в което всеки ден участниците в движението се споразумяват помежду си и се договарят, че искат да живеят заедно и в **хармония на пътя**.



Сега и завинаги

Вътрешна трансформация
за лична отговорност на всеки
участник в движението, промяна
в поведението на пътя и изграждане
на трайна обществена норма за
нова култура на безопасност.

Моделът

Преди

Спазвай правилата

Виновни са другите

Страх от санкция

Аз съм

Инцидентът е случайност

БДП е на институциите

Кой е виновен?

Аз решавам за себе си

Нов обществен договор

Пази себе си и другия

Всеки споделя отговорността

Съзнаване цената на залога

Аз съм част от системата

Рискът може да бъде предотвратен

БДП е обществена норма

Какво можем да променим?

Моето решение засяга и други

Обещанието

Ние, хората на път, се договаряме, че:

Отричаме риска и загубата като приемливи.

Променяме навиците, за да не променим живота си.

Излизаме на пътя, само когато сме в кондиция за това.

Разбираме и управляваме емоциите си навън с емпатия.

Даваме път, когато друг има нужда от него.

Пазим всички, особено по-уязвимите.

Развиваме търпение, толерантност и концентрация.

Не обещаваме съвършенство, но обещаваме отговорност.

Нямаме тотален контрол, но можем да влияем върху
своите вярвания, избори и решения.

Въздействието



Кампания за осъзната промяна на обществената нагласа, която изисква привличане на всеки на **страната на добрия пример:** от родителя до мениджъра. Обществото управлява кинетична енергия с потенциал да отнема или спасява живот. Основно предпазно средство е **съзнанието.**

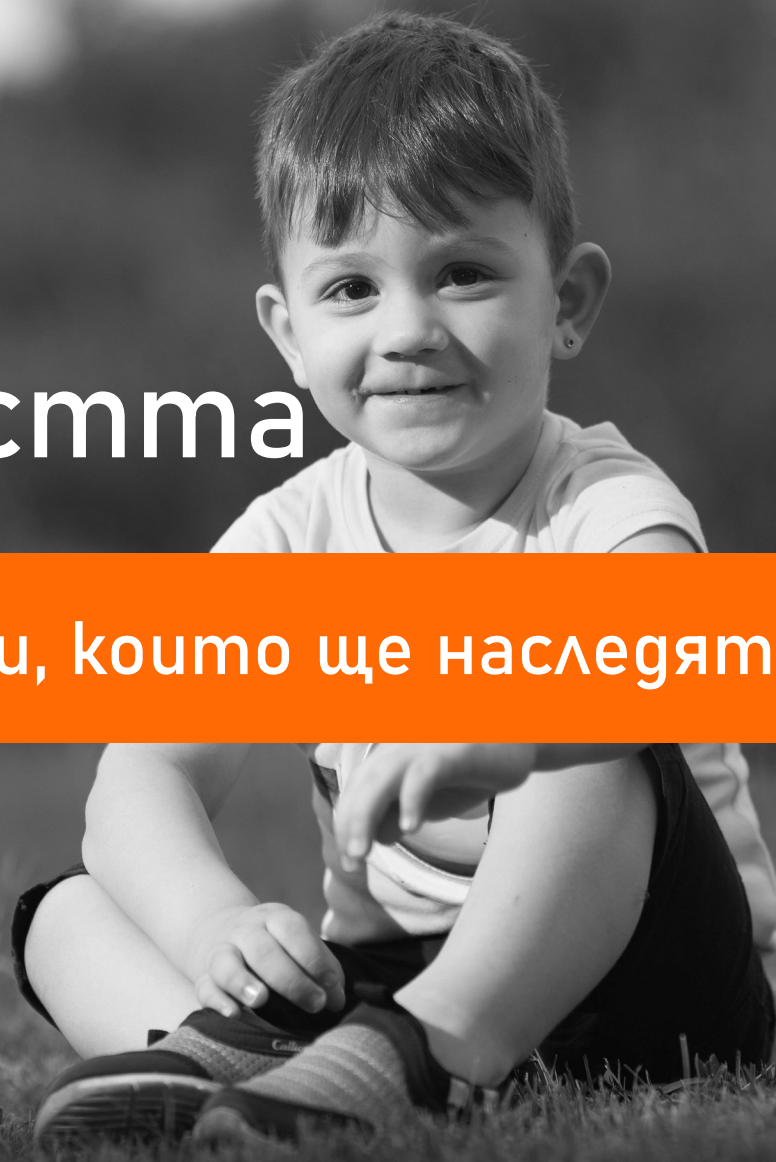
Аудитория

- Родители
- Деца, ученици, учители
- Младежи и нови водачи
- Активни и професионални водачи
- Работодатели
- Всички граждани

сценарий 1

жертвите
на невинността

за тези, които ще наследят света



Таргет:

деца и ученици

- . Силата на личния пример на родителя.
- . Развиване на знания, умения и нагласи в семейството и в образованието за защита на най-ценното като пешеходци, пътници и водачи.

Подход:

- . Забавни игри с деца и родители
- . От теория към практика в обучението
- . Познаване на риска и емоционалната интелигентност като социални умения
- . Интерактивност и приложение на дигиталните технологии, достъпни чрез технологичния прогрес на съвременето
- . Използване на скандинавския опит

сценарий 2

мълчанцето
на пасивните

за тези, които мълчат, търпят
и понасят лошите избори на други

Таргет:

ВСИЧКИ ГРАЖДДАНИ

- . Нулева толерантност към тези, които нарушават общественения договор и застрашават безопасността на пътя.
- . Активна и канализирана гражданска реакция спрямо риска на всеки, по всяко време и навсякъде.

Подход:

- . Преместване на фокуса от „спазвай правилата, защото така трябва“ към „не поставяй живота ми в риск. Няма да подмина, когато го правиш“
- . Без саморазправа
- . Подходящи канали за докладване на нарушения; реакция по безопасен, законен и канализиран начин
- . Всеки – защото всеки участник в движението носи отговорност. По всяко време – защото няма „малко“ опасно нарушение. Навсякъде – защото правилата не важат само там, където има камера или полиция.

сценарий 3

агът
на грузите

за тези, които търсят адреналин на пътя

Таргет:

млади търсачи на силни усещания

- . Физиката не се интересува от егото.
- . Пълният контрол е илюзия.
- . Скоростта не е символ на статус.
- . Дрифтовете и гонките са рулетка с бъдещето.

Подход:

- . Предиизвикваме егото, вместо да го назидаваме
- . Признаваме необходимостта от адреналин, разрушаваме илюзията, че рискът е под контрол
- . Подхождаме към младите не като към „проблемна група“, която да бъде поучавана, а като към хора, за които умението, контролът, статусът и адреналинът имат висока стойност
- . Въвличане в предиизвикателство към собствената им увереност с тезата, че истинското умение е да знаеш границата
- . Influencer стратегия; Средствата на gaming + creator culture + sport + performance + social media.

сценарий 4

свят,
населен с демони

за вътрешния мир и за тези, за които
са забравили да го търсят

Таргет:

ВОДАЧИ В АКТИВНА ВЪЗРАСТ

- . Воланът не е терапия.
- . Пътят не е сцена.
- . Стресът е мощна сила с отрицателен заряд.
- . Емоцията влияе на всяко действие.

Подход:

- . Тук проблемът не е толкова „търся адреналин“, колкото натрупан стрес, умора, напрежение, пренасяне на емоциите за волана
- . Физически човекът е на волана, но всъщност може да е: гневът, умората, страхът. Кампанията пита: кой всъщност е на волана?
- . Използване на ежедневни ситуации
- . Акценти върху това, че ядът скъсява дистанцията, бързането увеличава скоростта, стресът намалява вниманието и т.н.

сценарий 5

организационната
изолация

за тези, за които не използват влиянието си,
за да направят безопасността стандарт

Таргет: работодатели

- . Бизнесът изисква корпоративна отговорност.
- . Безопасността е устойчивост.
- . Контролът е гаранция.
- . Печалбата е благосъстояние, но за всички.

Подход:

- . Разлика между контрол и микроменеджмънт. Работодателят не може да контролира всяко действие на водача, но може да контролира системата, която регулира ефективно това
- . Безопасността е бизнес решение: представяне на тезата, че ползите от социалната отговорност се отразяват върху финанси, качество, информационна сигурност, трудови рискове, репутация, производителност
- . Превръщане на работодателя от „адресат“ в „гарант“

A black and white photograph of a city street at night. The street is illuminated by streetlights, and several cars are visible, including a taxi in the foreground. Pedestrians are walking on the sidewalks. The overall atmosphere is dark and urban.

Слоган:

A black and white photograph of a city street during the day. The street is covered in snow, and several pedestrians are walking across it. The background shows buildings and trees, and the overall atmosphere is bright and wintry.

**„Договаряме се
да се пазим“**

Мерките: какво предстои

- . Медийни излъчвания и участия
- . Социални мрежи
- . Превантивна дейност (събития)
- . Билбордове
- . Рекламни материали
- . Открити уроци/беседи

План

за действие

ФАЗА

ПОДГОТОВКА:

септември 2026 г.

ПИЛОТНА ФАЗА

ИЗПЪЛНЕНИЕ:

октомври - декември 2026 г.

продукт

- предвиждане на кратки видеа по сценарии (нови или вече разработени)
- излъчване на видеата в националните телевизии и в каналите на ведомствата
- интервюта в национални медии и радио
- ежедневно поместване на съдържание в социалните мрежи
- провеждане на открити уроци и беседи с деца, ученици и родители
- провеждане на традиционни превантивни събития
- участия в превантивни инициативи на НПО