

ВОЗМОЖНЫЕ ПОДХОДЫ

к совершенствованию механизмов доведения информации до граждан
о порядке действий при угрозах, связанных с применением
беспилотных летательных аппаратов

1. Уголки гражданской обороны рекомендуется оборудовать в местах массового пребывания людей – в подъездах жилых домов, в многофункциональных центрах предоставления государственных и муниципальных услуг (далее – МФЦ), в расчётно-кассовых центрах, в учреждениях культуры, спорта и социального обслуживания, на объектах промышленности. Информация должна быть наглядной (инфографика) и актуальной. При этом особенно важно размещать на таких уголках сведения о ближайших местах укрытия (защитных сооружениях, подвалах, подземных паркингах), доступных для жителей конкретного дома или квартала. С учётом новых угроз целесообразно поместить на уголок QR-код со ссылкой на канал для размещения экстренной информации в мессенджерах (МАХ и др.). Кроме того, электронные версии уголков гражданской обороны и защиты от чрезвычайных ситуаций предлагается разместить на официальных сайтах администраций муниципальных образований и муниципальных учреждений.

2. Важнейшей частью подготовки населения к действиям при угрозе или возникновении чрезвычайных ситуаций является своевременное оповещение и информирование при угрозе возникновения или возникновении чрезвычайной ситуации. В этой связи в единых дежурно-диспетчерских службах (далее – ЕДДС) муниципальных образований рекомендуется регулярно отрабатывать следующие механизмы (в том числе в ходе учений и тренировок):

- отработка механизма локального SMS-оповещения населения;
- доведение до населения порядка действий, соответствующего возникшей угрозе (с использованием всех доступных каналов);
- отработка механизма направления зонального push-уведомления через мобильное приложение «МЧС России» (через центр управления в кризисных ситуациях Главного управления МЧС России по субъекту Российской Федерации);
- отработка механизма оповещения и информирования населения через общедомовые чаты управляющих компаний (далее – УК), а также через специально созданные каналы «Экстренная информация» (по примеру «РСЧС субъекта Российской Федерации»);
- отработка механизма оповещения через мобильные средства оповещения (передвижные громкоговорящие установки, уличные динамики);
- отработка механизмов информирования через средства массовой информации (телевидение, радио, печатные издания);

- тренировка работы Службы-112 в режиме автоинформирования с использованием предварительно записанных голосовых рекомендаций, соответствующих вводной тренировки.

3. Практика показала, что особую эффективность для оперативного доведения до населения актуальных сведений о способах защиты, порядке действий и сигналах оповещения имеют специально созданные информационные каналы в мессенджерах (МАХ и др.) под названием «Экстренная информация» или «РСЧС субъекта Российской Федерации» (или аналогичные). В таких каналах рекомендуется регулярно публиковать:

- краткие памятки по действиям при актуальных угрозах («Ракетная опасность», «Беспилотная опасность», «Авиационная опасность»);
- видеоролики и аудиосообщения с разъяснением порядка действий по сигналам «Ракетная опасность», «Беспилотная опасность» и «Авиационная опасность»;
- информацию о местах расположения укрытий, пунктов выдачи средств индивидуальной защиты, сборных эвакуационных пунктов и учебно-консультационных пунктов по гражданской обороне;
- контакты экстренных служб и ЕДДС;
- ссылки на официальные ресурсы (сайты администраций, виртуальные учебно-консультационные пункты, приложение «МЧС России»).

Подобные каналы рекомендуется создавать на уровне муниципальных образований, территориальных управлений, а также крупных организаций. Информирование граждан о наличии таких каналов и способах подписки на них целесообразно проводить через домочаты, объявления в подъездах, на сайтах администраций и в социальных сетях. Администраторы каналов должны оперативно публиковать информацию, поступающую от уполномоченных органов, без корректировки и искажений.

4. Информационные материалы (памятки, листовки, видеоролики, посты в социальных сетях, стенды уголков гражданской обороны), которые доводятся до населения, рекомендуется строить на следующих принципах:

- простота и понятность – правила должны быть изложены кратко, без сложных терминов, с использованием чётких иллюстраций (инфографики) и конкретных примеров;
- разъяснение порядка действий – для каждой угрозы последовательно перечисляются шаги: что делать сразу, что делать потом, чего делать нельзя;
- создание ощущения заботы, а не безразличия – тексты и обращения не должны быть формальными или пугающими. Целесообразно использовать формулировки, которые показывают, что органы власти и экстренные службы готовы помочь, что укрытия подготовлены, а инструкции составлены для защиты каждого жителя. Например: «Мы позаботились о вашей безопасности. Вот что важно знать. Вот куда можно обратиться за помощью»;

- размещение в уголках гражданской обороны информации о ближайших местах укрытия – на стенде или информационном щите в каждом подъезде, в холле организации, в МФЦ и других учреждениях желательно указать адрес(а) ближайших мест укрытий (подвал, подземный паркинг, цокольный этаж) и краткий маршрут к ним. Такая информация должна обновляться и быть актуальной.

5. Для того чтобы знания о порядке действий при угрозах получило максимальное количество жителей (включая занятых, пожилых, дачников, жителей отдалённых населённых пунктов), рекомендуется использовать следующие механизмы.

5.1. Доведение памяток и видеороликов через управляющие компании и территориальные управления муниципальных образований. Управляющие компании многоквартирных домов, а также территориальные управления администраций муниципальных образований могут размещать памятки и QR-коды со ссылками на видеоролики на информационных стендах в подъездах, в общедомовых чатах (МАХ, и др.) не реже одного раза в квартал, а также на обратной стороне квитанций за жилищно-коммунальные услуги. Территориальные управления, в свою очередь, обеспечивают доведение материалов до жителей частного сектора и отдалённых микрорайонов через старших по улицам, уличные чаты и личные обходы. Видеоролики (30–60 секунд) должны содержать чёткий алгоритм: основные правила поведения при угрозах, номера экстренных служб.

5.2. Работа со старостами сельских населённых пунктов. Администрации муниципальных образований могут направлять старостам деревень и сёл электронные комплекты материалов (памятки в формате PDF, видеоролики для скачивания, аудио-инструкции). Старосты доводят информацию до жителей при подворовых обходах, на сельских сходах, через уличные чаты. В малонаселённых и отдалённых пунктах полезно выделять время для трансляции на местном радиоузле или через громкоговоритель.

5.3. Взаимодействие с председателями садоводческих некоммерческих товариществ (СНТ). В весенне-летний период председатели СНТ могут получать памятки и видеоролики для размещения на информационных досках на въезде в товарищество, в чатах председателей и уличных чатах СНТ. Акцент в таких материалах рекомендуется делать на действиях при угрозе БПЛА (поскольку дачные участки часто открыты и имеют мало мест укрытий) – как укрыться в подвале дома, погребе или канаве.

5.4. Размещение материалов в отдельной вкладке на сайте администрации и виртуальном учебно-консультационном пункте. На официальном сайте каждого муниципального образования целесообразно создать раздел «Гражданская оборона и защита от чрезвычайных ситуаций» (или «Виртуальный учебно-консультационный пункт по гражданской обороне»). В этом разделе размещаются текстовые памятки по каждому виду

угроз, видеоролики (с субтитрами), аудиофайлы с речевыми сообщениями, ссылки на мобильные приложения «МЧС России» и региональные приложения для вызова экстренных служб, а также адреса и контакты ближайших укрытий, учебно-консультационных пунктов и сборных эвакуационных пунктов. Раздел должен быть доступен с главной страницы (не более чем в два клика) и адаптирован для мобильных устройств.

5.5. Размещение видеороликов (с субтитрами) на плазменных экранах в торгово-развлекательных центрах, на уличных электронных рекламных билбордах. Рекомендуется использовать цифровые экраны в местах массового пребывания людей для демонстрации коротких (20–40 секунд) видеороликов по действиям при сигналах, угрозе БПЛА и ракетной опасности. На билбордах допустим статичный вариант с QR-кодом на канал «Экстренная информация». Все ролики должны иметь субтитры. Размещение осуществляется на договорной основе, предпочтительно как социальная реклама.

5.6. Трансляция видеоматериалов в кинотеатрах перед началом киносеанса. Целесообразно показывать обучающие ролики (30–60 секунд) в блоке предсеансового обслуживания. В ролике – ключевые правила безопасности, QR-код на виртуальный учебно-консультационный пункт по гражданской обороне или канал «Экстренная информация», номер 112. Обязательны субтитры. Администрациям рекомендуется заключить соглашения с кинотеатрами о размещении социальной рекламы.

5.7. Обеспечение качественными электронными материалами ключевых ответственных лиц. Успех системы подготовки населения во многом зависит от того, у кого есть актуальные, понятные материалы и кто понимает порядок действий. Поэтому рекомендуется обеспечить электронными комплектами материалов (памятки, инструкции, видеоролики, презентации) следующие категории:

- уполномоченные структурные подразделения администраций муниципальных образований (отдел гражданской обороны);
- единые дежурно-диспетчерские службы;
- управляющие компании и территориальные управления;
- старост сельских населённых пунктов;
- председателей СНТ;
- директоров образовательных организаций (школ, детских садов, колледжей);
- руководителей организаций и учреждений всех форм собственности.

С этими категориями полезно проводить краткие инструктажи (очные или дистанционные), чтобы они чётко понимали:

- как отличить сигнал и что делать после него;
- каковы основные правила поведения при различных угрозах;
- как правильно передать информацию населению (через домофоны, чаты, личные контакты) и куда обращаться за уточнениями.

Указанных лиц можно ознакомить с материалами под подпись или в электронном журнале.

5.8. Контроль охвата и обратная связь. Не реже одного раза в полгода органам местного самоуправления рекомендуется запрашивать от управляющих компаний, территориальных управлений, старост, председателей СНТ, образовательных организаций подтверждение о проведённом информировании (скриншоты чатов, фото стендов, краткие отчёты). Результаты целесообразно рассматривать на заседании комиссии по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций и обеспечению пожарной безопасности (КЧС и ОПБ) муниципального образования.

5.9. Учёт потребностей маломобильных и социально уязвимых групп. При разработке информационных материалов и планировании мероприятий рекомендуется:

- дублировать визуальную информацию (субтитры, пиктограммы) для людей с нарушениями слуха;
- использовать крупный шрифт и контрастные цвета в памятках для слабовидящих;
- предусмотреть в уголках гражданской обороны и на сайтах разделы с рекомендациями для лиц, использующих костыли, коляски, а также для сопровождающих;
- обеспечить социальных работников и волонтёров списками маломобильных граждан, проживающих на закреплённой территории, для адресного информирования и помощи при эвакуации.

5.10. Использование голосового информирования в общественном транспорте. Рекомендуется по согласованию с перевозчиками транслировать краткие аудиосообщения (15–20 секунд) в транспорте в часы пик, напоминающие о порядке действий при возникновении угроз и номере 112.

5.11. Информирование через системы «Безопасный город» и уличные информационные табло. Там, где они установлены, целесообразно выводить бегущую строку с экстренной информацией или короткие видеоролики.

6. Для самооценки проделанной работы целесообразно ориентироваться на следующие показатели:

- доля населения муниципального образования, охваченного информированием через общедомовые чаты и каналы «Экстренная информация» (в мессенджерах);
- доля многоквартирных домов, в которых оборудован уголок гражданской обороны и защиты от чрезвычайных ситуаций с актуальной информацией о ближайших местах укрытия;
- доля образовательных организаций (школ, детских садов, колледжей) и учреждений социального обслуживания, в которых размещены информационные стенды по тематике гражданской обороны;

- доля педагогических работников, тренеров, наставников и иных лиц, работающих с детьми, обеспеченных карманными памятками по порядку действий при возникновении опасностей;
- доля ответственных лиц (руководители и сотрудники органов управления, ЕДДС, управляющих компаний, территориальных управлений, старосты, председатели СНТ), обеспеченных электронными комплектами информационных материалов;
- количество подписчиков специализированного канала «РСЧС Субъекта Российской Федерации»;
- наличие специализированного канала в органах местного самоуправления «Экстренная информация» в мессенджерах;
- доля многоквартирных домов, в которых информация о ближайших укрытиях доведена до жителей (через стенды, чаты, квитанции);
- доля сельских населённых пунктов и садоводческих некоммерческих товариществ, охваченных информированием (через старост и председателей);
- время доведения сигнала оповещения до 90 % населения муниципального образования (от момента получения сигнала ЕДДС);