

УДК 656.11

## ВЛИЯНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА БЕЗОПАСНОСТЬ ДВИЖЕНИЯ

Сапожникова А.В., студент гр. ОДб-181, IV курс

Сапожникова М.В., студент гр. ОДб-181, IV курс

Штоцкая А.А., к.т.н., доцент кафедры автомобильных перевозок,

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева

г. Кемерово

Внимание водителя за рулем является одним из главных критериев контроля дорожной ситуации. Зачастую водители недооценивают значимость внимания и большинство из них уверены, что в момент общения с пассажирами или чтения придорожных рекламных щитов они полностью контролируют дорожную ситуацию. Отвлеченный водитель может не заметить пешехода, дорожный знак или запрещающий сигнал светофора, увеличивая вероятность возникновения дорожно-транспортного происшествия (ДТП). Актуальность данной статьи не вызывает сомнения, поскольку по статистике к основным причинам возникновения ДТП относится неправильное восприятие дорожно-транспортной ситуации вследствие рассеивания внимания.

Сегодня, помимо быстро меняющейся дорожно-транспортной ситуации, на водителя воздействует большое количество раздражителей, которые рассеивают внимание автомобилистов. Это смартфоны, пассажиры, яркая отвлекающая реклама, вывески и окружающая обстановка на дороге. Все перечисленное отвлекает водителя, в результате время его реакции увеличивается, тем самым повышая вероятность возникновения ДТП [4].

По результатам исследования компании Insurance Group, занимающейся анализом причин ДТП с тяжелыми последствиями [2], было выявлено, что каждая десятая авария произошла из-за отвлечения водителя. В частности, по причине потери концентрации внимания было зафиксировано 62% случаев. Соответственно, очень важно исключать факторы, которые могут отвлекать водителя.

Распространенные сегодня яркие и светящиеся вывески вводят водителей в заблуждение, являясь причиной ДТП, особенно это касается вывесок, висящих на одном уровне со светофорным объектом, которые водитель легко может принять за сигнал светофора.

Чаще всего примером «лжесветофора» являются вывески аптек расположенных рядом с дорогой, они имеют зеленый или красный цвет свечения, что может запутать водителя.

Такая проблема актуальная для многих городов Российской Федерации, так например, в Челябинске, Санкт-Петербурге и Магнитогорске этим вопросом всерьез озабочились органы местного самоуправления [2].

Город Кемерово – не исключение и светящиеся зеленые кресты аптек здесь зачастую воспринимаются как разрешающий сигнал светофора, и автомобилисты нарушают Правила дорожного движения, создавая опасные ситуации на улично-дорожной сети (УДС). Например, пересечение пр. Ленина и ул. 9 Января или в районе дома 138 по ул. Красноармейской (рис 1).



Рисунок 1 – Пример на ул. Красноармейская, 138



Рисунок 2 – Синий аптечный крест на пр. Кузнецкий, д.103 А

Основные требования и правила размещения такой рекламы отображены в ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселениях. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» и в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «О рекламе» [3].

Наружная реклама не должна загораживать технические средства организации дорожного движения (ТС ОДД); иметь сходства со специальными сигналами, и знаками дорожного движения; создавать неправильное восприятие дорожной обстановки [1].

Отсюда следует, что если заменить все световые вывески согласно требованиям нормативных документов, уровень безопасности станет выше.

Например, на пр. Кузнецкий в сторону ул. Автозаводская, цвет вывески был заменён с зеленого на синий, что значительно снижает вероятность спутать ее с сигналом светофора (рис 2).

Для оценки влияния светящихся вывесок на концентрацию внимания водителя было принято решение провести эксперимент. Были проведены 3 замера, в которых участвовали водители разного возраста, пола и психофизиологических характеристик. Автомобилистам было предложено проехать по выбранному участку УДС в светлое и в темное время суток. На панели автомобиля было закреплено 2 видеокамеры, одна из которых была направлена на дорогу и фиксировала местоположение транспортного средства, а другая – на лицо водителя и фиксировала частоту фиксации взгляда водителя на ре-

кламе, расположенной вдоль проезжей части. Для эксперимента был выбран участок проспекта Ленина от остановки «Парк Ангелов» до остановки «Искитимский мост» (рис. 3).



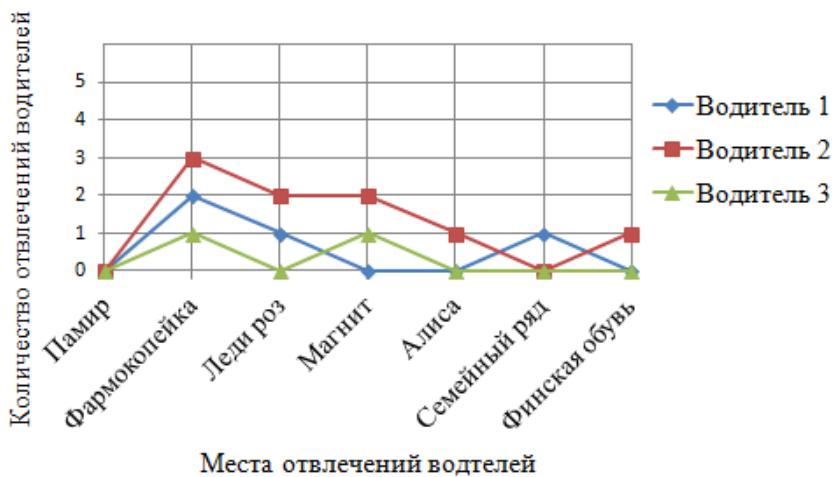


Рисунок 5 – Места переключения внимания водителей в темное время суток

Количество отвлечений водителей от управления автомобилем в темное время суток составило: «Фармокопейка» 6 раза, цветочная лавка «Леди роз» 3 раза, продуктовый магазин «Магнит» 3 раза, магазин одежды «Алиса» 1 раз и обувной магазин «Финская обувь» 1 раз. Все эти точки имеют яркие светящиеся вывески, которые отвлекают водителей, их внимание рассеивается и увеличивается вероятность возникновения ДТП.

Подводя итоги, можно сказать, что даже на таком маленьком участке УДС города Кемерово определены места, где из-за наружной рекламы внимание водителей рассеивается, а значит, уменьшается безопасность движения. Очевидно, что в данном случае необходимо осуществить реконструкцию вывесок, согласно требованиям нормативных документов. Это позволит исключить рассеяние внимания водителей во время движения в выявленных опасных местах и уменьшит вероятность возникновения ДТП.

#### Список литературы:

1. ГОСТ Р 52044-2003 Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений: издание официальное : утвержден и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 22 апреля 2003 г. N 124-ст введен впервые : дата введения 2009-06-01 : разработан Государственным предприятием "РОСДОРНИИ. – Москва : Стандартинформ , 2019. – 56 с. – (Межгосударственный стандарт). – Текст : непосредственный.
2. Аптеки против безопасности: челябинцы путают зеленые «кресты» со светофорами – URL: <https://74.ru/text/gorod/2018/03/14/53641941/> (дата обращения: 03.03.2022). – Режим доступа: свободный. – Текст : электронный.
3. Закон о наружной рекламе, правила, регламент – URL: <https://zg16.ru/articles/mir-reklamy/zakon-o-naruzhnoy-reklame-pravila-reglament/> (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: свободный. – Текст : электронный.
4. Законодательно запретить светящиеся вывески, схожие по цвету с сигналами светофоров. – URL: <https://www.roi.ru/74736/> (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: свободный. – Текст : электронный.