



Universitatea Tehnică a Moldovei

**STUDIUL IMPACTULUI PUBLICITĂȚII EXTERIOARE
ASUPRA SIGURANȚEI RUTIERE**

Masterand:

NUȚA Serghei

Conducător:

conf. univ., dr. LUNGU Valeriu

Chișinău - 2022

Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova

Universitatea Tehnică a Moldovei

Programul de studii masterat „Siguranța și ecologizarea transportului rutier”

Admis la susținere

Șef DT: conf.dr.ing. V. Ceban

” - ” _____ 2022

**Studiul impactului publicității exterioare asupra
siguranței rutiere**

**Исследование влияния наружной рекламы
на безопасность дорожного движения**

Teză de master

Masterand: _____ (Serghei NUȚA)

Conducător: _____ (Valeriu LUNGU)

Chișinău - 2022

ВВЕДЕНИЕ

Вождение как вид транспорта приносит важные социальные и экономические выгоды, но также создает значительные риски для качества жизни, включая травмы и смерть. Ежегодно во всем мире в результате травм, полученных в результате дорожно-транспортных происшествий, погибает более 1,2 миллиона человек. С экономической точки зрения травмы и смерть в результате дорожно-транспортных происшествий обходятся правительствам в среднем в 3% их валового внутреннего продукта. Заметные улучшения в таких технологиях, как совместные интеллектуальные транспортные системы и автоматизация вождения, носят долгосрочный характер — от 25 до 30 лет — из-за многочисленных проблем, связанных с инвестициями в инфраструктуру, общественным мнением и политики в области дизайна транспортных средств. До тех пор, пока технологии активной безопасности не станут полностью доступными для всех водителей, будет сохраняться необходимость в разработке и внедрении эффективных контрмер безопасности дорожного движения для предотвращения дорожно-транспортного травматизма. Несоответствующее или неадекватное взаимодействие между водителями и транспортными средствами играет важную роль в столкновениях транспортных средств. На работу водителя влияет широкий спектр факторов, в том числе усталость, отвлечение внимания, настроение и т. д. Среди них признается отвлечение внимания как один из важнейших факторов безопасности дорожного движения во всем мире. По самым скромным оценкам, количество отвлеченных водителей в дорожно-транспортных происшествиях значительно выше. Отвлеченное вождение включает в себя разделение внимания между основной задачей (вождением) и второстепенной задачей, не связанной с вождением. Второстепенная задача, не связанная с вождением, может быть в автомобиле (например, разговоры по мобильному телефону, взаимодействие с бортовой информационно-развлекательной системой и т. д.) или внешней (например, чтение рекламных вывесок на дорогах, просмотр несвязанных элементов ландшафта и т. д.). Придорожные рекламные вывески (часто называемые в литературе билбордами) стали распространенной формой рекламы во всем мире. Таким образом, влияние этих конструкций на безопасность дорожного движения является областью, которая требует серьезного исследования для принятия правильных решений.

О Г Л А В Л Е Н И Е

ВВЕДЕНИЕ	1
1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ.....	2
1.1. Нормативно-правовая база Республики Молдова в области размещения рекламы в городской и дорожной инфраструктуре.....	2
1.2. Классификация наружной рекламы, и принципы ее размещения в Республике Молдова и мун. Кишинэу	4
1.2.1. Виды и характеристика рекламных устройств.....	7
1.2.2. Размещение и эксплуатация рекламных устройств	10
1.2.3. Зонирование рекламы в мун. Кишинэу.....	16
2. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ВОДИТЕЛЕЙ.	18
2.1. Психофизиология участников дорожного движения применительно к влиянию дорожной рекламы	18
2.1.1. Основные психофизиологические качества в поведении водителя	18
2.1.2. Факторы влияющие на отвлечение внимания на придорожную рекламу	24
2.2. Методики проведения исследования влияния наружной рекламы на поведение водителей	26
2.2.1. Метод анализ документов: «до и после»	27
2.2.2. Метод исследование в реальных условиях движения. Полевое исследование... ..	28
2.2.3. Лабораторные исследования. Симулятор вождения.....	41
2.2.4. Метод исследования поведения за рулем	45
2.3. Методика измерения освещенности дорожных рекламных конструкций	50
2.4. Методика определения расстояний установки рекламных конструкций и обеспечение их прочности.....	61
3. ВЫЯВЛЕНИЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОБЛЕМ РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В Р. МОЛДОВЕ И МУН. КИШИНЭУ	64
3.1. Проблема незаконного размещения в прошлом конструкций наружной рекламы в мун. Кишинэу и изменение ситуации в данный момент.....	64
3.2. Проблема транзитной рекламы (реклама на транспорте)	68
3.3. Возможности применения социальной рекламы, как инструмента для профилактики безопасности дорожного движения.....	71
4. ВЫВОДЫ	78
БИБЛИОГРАФИЯ	81
ПРИЛОЖЕНИЯ (СЛАЙДЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ POWER POINT).....	83

БИБЛИОГРАФИЯ

Нормативные акты и законы:

1. Закон Республики Молдова о Рекламе от 17 марта 2022 года №62.
2. Normativ în construcții NCM D.02.01:2015 ICS 93.080.01 Принципы проектирования Проектирование автомобильных дорог общего пользования.
3. CP D.02.11-2014 – «Рекомендации по проектированию улиц и дорог городов и сельских поселений» (вступил в силу с 01.07.2014)
4. Закон о дорогах (Legea drumurilor) № 509-XIII от 22.06.1995 г
5. Закон о безопасности дорожного движения № 131 от 07.06.2007 г.
6. Постановление правительства №. № 357 от 13.05.2009 «Об утверждении Правил дорожного движения»
7. Regulament cu privire la amplasarea dispozitivelor publicitare și autorizarea publicității exterioară în municipiul Chișinău (Положение о размещении рекламных устройств и разрешении наружной рекламы в муниципии Кишинэу).

Литературные источники, Публикации в СМИ, включая интернет источники:

8. Капский, Д. В. Психофизиология участников дорожного движения (транспортная психология) : учебно-методическое пособие – Минск : БНТУ, 2018. – 385 с. ISBN 978-985-550-936-4.
9. WILLEM VLAKVELD, SHAUN HELMAN. The safety effects of (digital) roadside advertising: an overview of the literature. CEDR Call 2016: Safety
10. Исследование влияния наружной рекламы на водителей (Количественное исследование - Опрос респондентов). Romir Monitoring, 2006.
11. Исследование влияния наружной рекламы на водителей (Результаты кабинетного этапа исследования) Romir Monitoring, 2006.
12. Изучение визуального поведения водителей за рулем. Отчет по результатам нейрофизиологического исследования. Исследовательский холдинг Romir. Декабрь, 2014.
13. Центр причин аварий и человеческого фактора Института Транспорта Виржинии (VTPI) Дата: 12.01.2004г.
13. ТИМУР ИСЛЯЕВ. Актуальные вопросы стандартизации и технического регулирования рекламных конструкций. Нижний Новгород, Сентябрь, 2019.
14. NATALIA MELNIC, TATIANA BULGAC. Iată panoul - nu e panoul. Cum luptă Primăria Capitalei cu publicitatea outdoor. Статья из интернет издания <https://www.investigatii.md/> 01 ноя 2016

15. ALEXANDRU DEMIANENCO, TAISIA HARITONOVA. Publicitatea pe clădirile Chișinăului: ce avem și ce ne așteaptă? Статья из интернет источника <https://primariamea.md/>
16. Desfășurarea dezbaterilor publice asupra proiectului Regulamentului privind amplasarea publicității pe teritoriul municipiului Chișinău. Примария муниципмья Кишинэу. Статья из интернет издания <https://www.chisinau.md/> от 08.07.2020 11:02
17. Panourile de reclamă amplasate ilegal în Chișinău vor fi integrate pe o hartă online, apoi demontate și evacuate. Статья из интернет издания <https://radiochisinau.md/>
18. Primăria municipiului Chișinău informează că panourile de reclamă care nu corespund normelor de amplasare vor fi incluse pe o hartă online. Статья из интернет издания <https://moldova.md/> от 08.07.2020
19. TATIANA SULTANOVA. Ion Ceban a anunțat o campanie împotriva panourilor publicitare. Ce se va întâmpla cu publicitatea exterioară la Chișinău. Статья из интернет издания <https://newsmaker.md/> от 10.02.2020
20. Driver visual behavior in the presence of commercial electronic variable message signs (CEVMS) Исследование МИНИСТЕРСТВА ТРАНСПОРТА США. Федеральное управление автомобильных дорог. Сентябрь, 2012.
21. Молодой ученый. Международный научный журнал № 4 (346) / 2021 (с. 244-247)
22. Regulamentul privind certificarea autovehiculelor și semiremorcilor acestora, în vederea admiterii în circulație pe drumurile publice din RM. Legea nr. 131-XVI din 07.06.2007. www.mtid.gov.md.
23. Regulamentare tehnică privind omologarea autovehiculelor și certificarea componentelor acestora www.justice.gov.md.
24. Сайт фирмы представляющей услуги транзитной рекламы <http://mobilemedia.md/>
25. PIOTR TOMCZUK, MARCIN CHRZANOWICZ & PIOTR JASKOWSKI Procedure for Measuring the Luminance of Roadway Billboards and Preliminary Results. LEUKOS The Journal of the Illuminating Engineering Society. 2022, VOL. 18, NO. 1, 2–20 <https://doi.org/10.1080/15502724.2020.1803752>
26. International Commission on Illumination. 2017. Guide on the limitation of the effects of obtrusive light from outdoor lighting installations. 2nd ed. doi:10.25039/TR.150.2017.
27. The Institution of Lighting Professionals. 2015. The brightness of illuminated advertisements. Institution of Lighting Professionals [accessed 2020 May 10].
28. ГОСТ Р 52044-2003 Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений.