מינהל תכנון
ופיתוח תשתיות
אגף בכיר תכנון תחבורתי

משרד התחבורה
והבטיחות בדרכים

עקרונות לבחינת שילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה

סיון תשפ״ב – יוני 2022

אשד
ניהול והנדסה
מינהלת לתכנון תחבורתי

עקרונות לבחינת שילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה

<u>נכתב ונערך ע"י:</u>

דר' נחום פוספלד	-	יועץ הנדסת אנוש למשרד התחבורה, חב' ארגו
אינג' ישעיהו רונן	-	אשד מינהלת לתכנון תחבורתי, מומחה לרגולציה
דר' ויקטוריה גיטלמן	-	יועצת למשרד התחבורה, מומחית לבטיחות בדרכים

<u>בליווי והנחיה</u>:

חברי ועדת היגוי לשילוט הדרכה:

אינג' אלה פונאמרב	-	מנהלת תחום בכיר (לרשויות ובטיחות), משרד התחבורה, יו"ר
אינג' יעקב ברטוב	-	מהנדס תנועה ראשי, חטיבת הנדסה ופיתוח, חב' נתיבי ישראל
אינג' סימון בג'אלי	-	מהנדס תנועה ושילוט, חטיבת הנדסה ופיתוח, חב' נתיבי ישראל
תמר רבי	-	מנהלת תחום תנועה ושילוט, חטיבת הנדסה ופיתוח, חב' נתיבי ישראל
אינג' מעדא גדבאן	-	מנהל אגף לניהול האחזקה, חטיבת תפעול ואחזקה, חב' נתיבי ישראל
אינג' יעקב וטנברג	-	נציג חב' חוצה ישראל והרשות הממונה בכביש 6
אינג' ניר אייל	-	מהנדס תנועה ראשי, חטיבת תפעול ואחזקה, חב' נתיבי איילון
סנ"צ אינג' שלמה לוז	-	רמ"ד הנדסת תנועה, את"ן, משטרת ישראל
רפ"ק אינג' אנטולי מדניקוב	-	מהנדס תנועה ראשי, את"ן, משטרת ישראל
אינג' טופז פלד	-	מנהלת יחידת הנדסה, הרלב"ד
אינג' ישעיהו רונן	-	אשד מינהלת לתכנון תחבורתי, מומחה לרגולציה
אינג' יובל בלום	-	יועץ מומחה להתקנים עתירי טכנולוגיה בדרכים
דר' נחום פוספלד	-	יועץ הנדסת אנוש למשרד התחבורה, ארגו בע"מ
אינג' מרכוס סיינוק	-	יועץ למשרד התחבורה, מרכז הועדה

מדינת ישראל

מינהל תכנון ופיתוח תשתיות
אגף בכיר תכנון תחבורתי

משרד התחבורה והבטיחות בדרכים

י״ב בתמוז תשפ״ב
11 ביולי 2022
סימוכין: 4000-0607-2022-0000339

הנדון: עקרונות לשילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה - מהדורה ראשונה

התנועה על פני רשת הדרכים ברמת השרות והבטיחות הנדרשת - מחייבת קביעת הסדרי תנועה המגדירים לנהג ולנהגת את כללי ה״אסור״ ו״המותר״, אשר יאפשרו להגיע אל היעד בשלום. הסדרי תנועה אלה מוצגים באמצעות תימרור, סימון ושילוט.

הצלחת הסדרי התנועה לייצר את התשתית הנדרשת לתנועה בטוחה, מושתתת על הקצאת תשומת לב הנהג והנהגת לתנאי הדרך, כולל מצב התנועה, הולכי הרגל והסדרי התנועה, וכן על רמת הצייתנות של משתמשי ומשתמשות הדרך בכלל, והנהגים והנהגות בפרט, למסרים הכלולים בהסדרי התנועה. כל זאת לצורך קבלת ההחלטה הנדרשת ולהוצאתה לפועל באופן בטוח.

ברור לכל שהיעדר תשומת הלב הנדרשת מצד משתמשי ומשתמשות הדרך להסדרי התנועה שנקבעו – עלולה להוות מַזְנֵק (טריגר) לתחילתם של אירועים הנובעים מאי הבנה, תגובה מאוחרת, החלפת נתיבים מסוכנת, פניות אסורות וכדומה. חלק מאירועים אלה מתפתח למצב של ״כמעט תאונה״, וחלקם מסתיים בתאונה של ממש.

נהגים ונהגות, כבני ובנות אדם, נתונים ונתונות להשפעה **ולהסחת הקשב** מהדרך בקלות יחסית, כתוצאה מנוכחותם של מסיחי קשב למיניהם. אחד ממסיחי הקשב המובהקים הינו שילוט החוצות. שילוט זה מתוכנן ומוצג במרחב הציבורי בכלל, ובצד הדרכים בפרט, באופן כזה שברור כי מטרותיו הן למשוך את הקשב באמצעים כגון גודל, צבע, עוצמת אור, תנועתיות ומסר הנושא מטען אמוציונלי.

מטרת מסמך זה הינה לצמצם את ההסתברות לכשל של משתמשי ומשתמשות הדרך, ע״י הצפת הבעיה, חידוד משמעויותיה הבטיחותיות, העלאת המודעות לנושא והצעה של אופני פעולה ראשוניים לשיפור המצב. עלי להדגיש: אין הבדל בין הסיכון והנזק הצפויים מהסחת הדעת של נהגים והנהגות הנגרמת כתוצאה משלטי פרסום והסברה מושכי עין כלליים לבין כאלה המציגים מסרים ״בטיחותיים״ (כגון אלה המדברים בשבחם של חגורת הבטיחות או של צמיג תקין). ניזקם של האחרונים דומה לסיכון והנזק הצפויים משלטי פרסום והסברה כלליים. משום כך אין להחריגם, ונדרשת הכללתם במאמץ לצמצם את הנזק הנגרם כתוצאה מהיסח הדעת של משתמשי הדרך.

תודה לכל מי שהיה אמון על עבודה חשובה זו, לוועדת ההיגוי לשילוט והדרכה, לאינג׳ אלה פונאמרב יו״ר הוועדה, ובעיקר לכותבי המסמך ד״ר נחום פוספלד, אינג׳ ישעיהו רונן וד״ר ויקטוריה גיטלמן.

בכבוד רב,

מדינת ישראל
שי קדם
* המפקח הארצי *
על התעבורה
משרד התחבורה

שי קדם
המפקח הארצי על התעבורה

תוכן העניינים

1. רקע 2
1.1. הדרך ומשתמשיה (המקומות להצגת המסרים וקהלי היעד) 2
1.2. המסגרת החקיקתית הקיימת 2
1.3. מינויים לתפקידי "רשות תמרור" 3
1.4. ענף הפרסום 4
1.5. הסחת הקשב החזותי של הנהג מתפקיד הנהיגה והשלכותיה על הבטיחות 5
1.6. הצורך באיזון האינטרסים 8
2. עקרונות ומטרות 9
3. עקרונות לבחינת אפשרות שילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה קיימים 9
3.1. עקרונות לזיהוי שלט בעל פוטנציאל הפרעה גבוה לנהיגה בטוחה 9
3.2. עקרונות לזיהוי שלט בעל פוטנציאל הפרעה נמוך לנהיגה בטוחה 10
4. רשימת תיוג להערכת פוטנציאל ההפרעה לנהג בגין שלט פרסום והסברה 10
4.1. כללי 10
4.2. אופן הסקת מסקנות לגבי שלט מסוים לאחר בדיקתו באמצעות רשימת התיוג 11
5. סיכום 11
6. רשימת מקורות 12
נספח 1: רשימת תיוג להערכת פוטנציאל ההפרעה לנהג של שלט פרסום או הסברה בצד הדרך 13

1. רקע

1.1. הדרך ומשתמשיה (המקומות להצגת המסרים וקהלי היעד)

נושא המסמך הנוכחי הינו שלטים ומסכים המציגים תכני פרסום והסברה במרחב הציבורי, ככל שאלה מיועדים ונראים לעיני משתמשי הדרך למיניהם, כולל:

- נהגי כלי רכב למיניהם כולל אופנועים (הדורשים הכשרה ורישוי פורמלי)
- רוכבים על אופניים לסוגיהם ושאר כלים (שאינם דורשים הכשרה ורישוי פורמלי)
- הולכי רגל

לצורך חידוד נוסף נבהיר, כי מדובר ב"שילוט חוצות" בשולי דרכים - שלא במסגרת הסדרי התנועה התקפים במקום (שאינם תמרורים), כמשמעו ב"חוק הדרכים שילוט" (ראה בסעיף 1.2 להלן).

1.2. המסגרת החקיקתית הקיימת

המסגרת החקיקתית הנוגעת לשילוב אמצעי פרסום והסברה והסדרי תנועה נשענת על שני חוקים עיקריים והתקנות הנגזרות מהם:

א. פקודת התעבורה (נוסח חדש), על עדכוניה
תקנות התעבורה, תשכ"א - 1961, על עדכוניהן

ב. חוק הדרכים (שילוט), תשכ"ו - 1966, על עדכוניו
תקנות הדרכים (שילוט), תש"מ - 1980, על עדכוניהן

<u>פקודת התעבורה (נוסח חדש) ותקנותיה</u> מכוונות לסביבת דרך נקייה, ולשמירה על תקינות ונראות התמרורים בתחום הדרך. התקנות מגדירות שבקרבת הדרך לא יוצבו סימנים דומים לתמרורים, אלא בהתאם לתקנות (דהיינו - רק תמרורים או התקנים אחרים באישור רשות התמרור), ובכלל זה אוסרות גם ניצול תמרורים לצורך הצבת תוספות שנועדו לצורכי פרסום. יחד עם זאת - אין לתקנות התעבורה התייחסות ישירה לשלטים ומודעות שאינם תמרורים, פרט לכך ששלט לא יפריע לנראות התמרור.

<u>"חוק הדרכים (שילוט)"</u> ותקנותיו חלים על הדרכים הבין עירוניות בלבד (בהן לא מוצב תמרור 424). החוק נועד להתמודד עם התופעה של הצבת שילוט פרסומי ואחר (להלן - "שילוט חוצות") בשולי דרכים - שלא במסגרת הסדרי התנועה התקפים במקום. היוזמה לחוק נבעה משיקולי בטיחות ושמירה על הנוף, כפי שניתן להבין מדברי השר שעוד בשנת 1966 הציג את החוק: "...לחוק זה משמעות בטיחותית ואסתטית כאחד. החוק נועד להסדיר באורח חוקי את בעיית השלטים בצידי הדרכים בארץ, בעיה המטרידה אותנו זה זמן רב ואשר ממדיה גדלים והולכים במרוצת הזמן. רוב השלטים המותקנים בצידי הדרכים מהווים סכנה לבטיחות התנועה בדרכים. שלטי פרסומת מיועדים מעצם טבעם למשוך את תשומת - לבם של עוברי אורח. מכאן שהם עלולים **להסיח גם את דעתו של הנוהג ברכב מן הכביש שלפניו...**".

לפיכך, החוק אוסר על הצבת שלטי פרסום לצד הדרך בטווח שבו השלט נראה לעין, פרט לשלט שם עסק או אתר, או שלט למטרה בטיחותית, וזאת בהתאם למגבלות גודל השלט ותוכנו כפי שנקבע בתקנות לחוק.

מהות החוק נפגעה משמעותית כאשר בשנת 2008 הוחרג ממנו התחום של נתיבי איילון. שחיקה נוספת באפקטיביות החוק מתרחשת לנגד עינינו כיום, מכיוון שטכנולוגיית השילוט האלקטרוני המודרני מאפשרת הקמתם של שלטים גדולים מאד ובעלי עוצמת תאורה רבה, אשר מושכים את תשומת לב הנהגים גם כאשר הם מותקנים במרחק של מעל 100 מטרים מהדרך. לפיכך, ניתן למצוא היום שלטים לא מעטים המותקנים בסביבה עירונית, אשר עקב מימדיהם הענקיים הם נראים גם מדרך בין עירונית. בעיה זאת בולטת במיוחד בדרך 20 (נתיבי איילון).

1.3. מינויים לתפקידי "רשות תמרור"

להלן פירוט של המינויים לתפקידי "רשות" על-פי חוק הדרכים (שילוט):

(מקור: רשויות התמרור מרכזית ומקומית, הממונים לתפקיד וסמכויותיהם 27122021 טבת התשפ"ב – דצמבר 2021. נספח ג' – "רשות" על פי חוק הדרכים (שילוט) התשכ"ו -1966)

(1) **חברת דרך ארץ הייוויז (1997) בע"מ ואת חברת דרך ארץ מנג'מנט קורפוריישן בע"מ**

לרשות לעניין הסמכויות המפורטות בסעיפים 8 ו- 9 לחוק, בכל הנוגע לשלטים הנראים לעיני מי שנוהג בכביש ארצי לישראל, כהגדרתו בחוק כביש אגרה (כביש ארצי לישראל), התשנ"ה – 1995.

(י"פ התשנ"ד עמ' 1436, מס' 5259 מיום 31.12.2003)

(2) **חברת נתיבי איילון בע"מ** (להלן – החברה)

לרשות לעניין הסמכויות המפורטות בסעיפים 8 ו- 9 לחוק:

(-) בכל הנוגע לשלטים המוצבים בתוך "תחום הדרך" של כביש האיילון.

(-) בכביש מס' 2, בקטע החל מן המבואה הצפונית של מחלף נתניה ועד לחיבורה עם כביש מס' 20 במבואה הצפונית של מחלף המעפילים.

(י"פ התשנ"ד עמ' 4537, מס' 4237 מיום 04.08.1994)
(י"פ התשס"ד עמ' 3570, מס' 5319 מיום 17.3.2020)
(י"פ התש"ף עמ' 5089, מס' 8751 מיום 17.03.2020)

(3) **נתיבי ישראל – החברה הלאומית לתשתיות תחבורה בע"מ**

לרשות לעניין החוק, בדרכים המצויות באחריות החברה, למעט בכביש מס' 2, בקטע החל מן המבואה הצפונית של מחלף נתניה ועד לחיבורה עם כביש מס' 20 במבואה בצפונית של מחלף המעפילים, שלגביו הוסמכה חברת נתיבי איילון.

(י"פ התשס"ח ע"מ 44, מס' 5331 מיום 27.09.2004)
(י"פ התשע"ח עמ' 7596, מס' 6859 מיום 19.08.2014)
(י"פ התש"ף עמ' 5089, מס' 8751 מיום 17.03.2020)

(4) **חברת 6 חוצה צפון בע"מ**

לרשות לעניין הסמכויות המפורטות בסעיפים 8 ו- 9 לחוק, בכל הנוגע לשלטים הנראים לעיני מי שנוהג בכביש ארצי לישראל, כהגדרתו בחוק כביש אגרה (כביש ארצי לישראל), התשנ"ה-1995, בקטע הדרך שבין יוקנעם למחלף סומך.

(י"פ התש"ף עמ' 3, מס' 8459 מיום 02.10.2019)

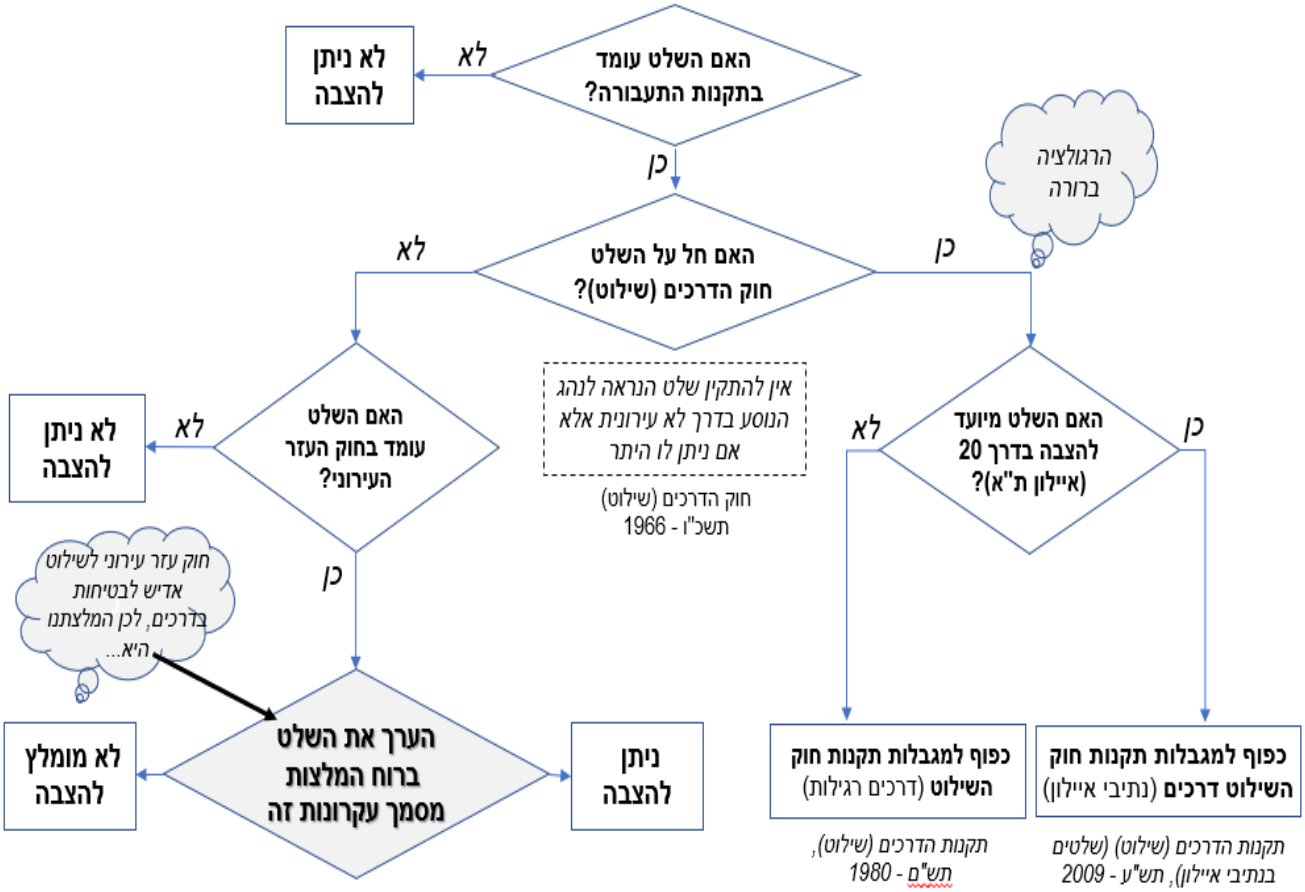
(5) **חברת דרך נוף נתיבי הצפון בע"מ**

לרשות לעניין הסמכויות המפורטות בסעיפים 8 ו- 9 לחוק, בכל הנוגע לשלטים הנראים לעיני מי שנוהג בכביש ארצי לישראל, כהגדרתו בחוק כביש אגרה (כביש ארצי לישראל), התשנ"ה-1995, בקטע הדרך שבין יוקנעם למחלף סומך.

(י"פ התש"ף, עמ' 3, מס' 8459 מיום 02.10.2019).

חמשת הגופים המפורטים לעיל הם בעלי **סמכות האכיפה** של חוק הדרכים (שילוט) התשכ״ו .

בהמשך למתואר בסעיפים 1.2 ו- 1.3 לעיל, תרשים 1 להלן מציג את הרציונל אשר אמור להנחות, במצב הקיים, בעל תפקיד שבאחריותו לאשר או לדחות את הצבתו של שלט פרסום חוצות לצד הדרך.



תרשים 1 : **הרציונל המנחה במצב הקיים את בעל התפקיד שבאחריותו לאשר או לדחות את הצבתו של שלט פרסום חוצות לצד הדרך**.

(*) יצוין שקיימים שלטי פרסום המוצבים בתחום הרשות המקומית, אשר נראים לעין הנהג בדרך בין עירונית, ולפיכך עלול לחול עליהם חוק הדרכים (שילוט) על אף שהם מוצבים בתחום הרשות המקומית.

1.4. ענף הפרסום

כאמור בסעיף 1.1 לעיל הסוגיה הנדונה במסמך זה עוסקת במסרים לסוגיהם השונים, שאינם במסגרת הסדרי התנועה (שאינם תמרורים), המוצגים לצד הדרך בפני קהלי היעד עבורם הם מיועדים.

מסרים אלה הם, בדרך כלל, פרסומות מסחריות של מוצרים ומותגים שונים להגברת המכירות, עמדות פוליטיות לשכנוע הציבור (בעיקר לפני בחירות), מסעי הסברה בנושאים שונים וכן אירועים מזדמנים אחרים (להלן - ״שילוט חוצות״).

כל סוגי שילוט החוצות הנ״ל מזינים ומפרנסים ענף כלכלי גדול ומסועף, המנוהל ע״י השוק הפרטי, מעסיק אלפי עובדים, ולכן גם מהווה מנוף לחץ משמעותי ליצירת תנאים המאפשרים את המשכיותו ושגשוגו בכל המערכות.

מובן מאליו שפונקציית ההצלחה בענף זה היא, בין השאר, מידת החשיפה של המסרים, במשולב עם ההצלחה לדחוס את המסרים המוצגים אל תוך תשומת לבו של קהל היעד, על מנת להבטיח את קליטת המסרים כתנאי להשפעה על ההתנהגות.

המסקנה הנגזרת מכך היא, שעל המסרים להיות מוצגים "היטב", כך שיזוהו, יחדרו, יובנו וישפיעו על קהל היעד. המשמעות היא כי אופן ההצגה של המסרים צריך למשוך את תשומת הלב של הנהג ככל הניתן, על רקע "הרעש החזותי" הסביבתי. לפיכך, במצב הנוכחי בחירת מיקום הצבת שלטי החוצות נועד "למקסם" את החשיפה לפרסומות.

כדי להשיג זאת, חברות הפרסום פיתחו סוגים שונים של מתקני פרסום הממוקמים במקומות שונים לאורך הדרכים, לרבות דגלים ופוסטרים הנתלים מעמודי תאורה, התקני פרסום במדרכות, מפרדות ואיי תנועה, שלטי פרסום על גבי שלטי שמות הרחובות, שלטים בתחנות אוטובוס ועל גבי גשרים להולכי רגל ושלטי חוצות בממדים שונים. לאחרונה נעשה שימוש בטכנולוגיה חדישה המאופיינת באמצעים הבאים:

- מסכי טלוויזיה ענקיים
- שילוב אפקטים של תנועה בתמונה המוצגת
- עוצמת תאורה גבוהה ומסנוורת (בוהק)
- שימוש בגוונים בכל צבעי הקשת

בעזרת האמצעים הטכנולוגיים הנ"ל נעשה שימוש גם בהצגת תכנים בעלי מטען אמוציונלי, אשר מוכר במחקרים כאמצעי יעיל למשיכת תשומת לב.

לכל הנ"ל יש להוסיף גם את התרומה המשמעותית שיש לשלטי הפרסום וההסברה לתופעה של גודש שילוט, עקב ריבוי השלטים לצד הדרך. גודש השילוט הינו מאפיין ידוע, המטופל בספרות המקצועית, ואינו קל למדידה. יחד עם זאת, המחקר בתחום מצביע על כך שכאשר גודש השילוט נוצר בקטע דרך רגיש ("תובעני" מבחינת דרישות הקשב מהנהג, ראה סעיף 1.4 א' להלן) - הוא עלול לפגוע ביכולת הנהג להגיב במהירות לאירועים בדרך.

התוצר הסופי של השימוש באמצעים והשיטות המתוארים לעיל, הוא שכיחות הולכת וגוברת של שלטי פרסום והסברה לצד הדרך, המצטיינים ביכולתם למשוך את תשומת לב משתמשי הדרך. שלטים אלה מעלים את ההסתברות לכך שהנהג יסיט את מוקד תשומת הלב החזותי שלו ממרכז ציר הנהיגה אל השלט.

לסיכום סעיף זה: מדובר בענף כלכלי גדול וחזק, אשר מהותו היא משיכת תשומת הלב של משתמשי הדרך. ענף זה הינו בעל האמצעים והיכולות לעשות זאת בצורה המיטבית, עם טכנולוגיה תומכת ומגוונת ביותר.

1.5. הסחת הקשב החזותי של הנהג מתפקיד הנהיגה והשלכותיה על הבטיחות

כאמור לעיל, אין זה סוד שספקי ולקוחות שילוט פרסומי בצד הדרך מעוניינים להציב את השילוט במיקום כזה, שיש סיכוי גבוה שנהגים וקהל רב של משתמשי הדרך יקראו את המסר שבשלט. במילים אחרות - השלט יצדיק את ההשקעה בעלותו.

כתוצאה מהנ"ל, מתקבל מצב שבו מתקיימת פעילות יזומה ובעלת עוצמה כלכלית של התקנת שלטי פרסום והסברה לצד הדרך, אשר לעתים קרובות תוצאתה משיכת הקשב החזותי של משתמשי הדרך אל המסרים המוצגים בשילוט החוצות.

כל זאת - כאשר הספרות המחקרית-מקצועית עשירה במחקרים רבים, המצביעים על כך שמשיכת תשומת הלב החזותית של הנהג לגירוי כלשהו, שאינו קשור במישרין לביצוע מטלות הנהיגה הבטוחה ברכב, מסיחה את הקשב של הנהג מתפקידו העיקרי, ויוצרת סיכון מוגבר לתאונה בכביש.

הסוגיה מכונה בספרות המחקרית "הסחת קשב" (Distracted Attention), ומוגדרת כ- "הסטת הקשב של הנהג הלאה מפעילויות שהן קריטיות לנהיגה בטוחה לטובת פעילות מתחרה" (Edquist et.al., 2007, Regan et.al., 2008, NHTSA, 2021).

המחקרים בתחום מזהים ארבעה סוגים של הסחת הקשב של הנהג מתפקידו העיקרי:

א. הסחה של הקשב החזותי (ויזואלי), כגון: הפניית המבט הרחק מציר הנהיגה קדימה.
ב. הסחה של הקשב השמיעתי (אודיטורי), כגון: תגובתיות לצלצול הטלפון הסלולרי.
ג. הסחה של הקשב החשיבתי (קוגניטיבי), כגון: הפניית הקשב לחשיבה מעמיקה בנושא מסוים על חשבון המתרחש מסביב (בשפה העברית מקובל לכנות סוג זה בשם "הסחת דעת").
ד. הסחה של מערכת השריר-שלד (ביומכני) ממשימות הנהיגה, כגון: כיוונון ידני של עוצמת הקול ברדיו.

לצורך המחשה: הסחת הקשב החזותי של הנהג מהדרך שלפניו במהירות של 90 קמ"ש (25 מטר לשנייה) למשך 2 שניות בלבד, עקב נעיצת מבטו בשלט פרסום לצד הדרך או במכשיר הסלולרי לצורך הקלדה או קריאת הודעות - משמעותה נסיעה לאורך קטע דרך של כ- 50 מטר ללא בקרה של הנהג. בפרק זמן זה עלול מצב התנועה בדרך לדרוש מהנהג, לעתים, ביצוע תגובה מהירה על מנת להימנע מתאונה, וזאת כאשר הקשב החזותי שלו מוסט מההתרחשות בציר הנהיגה. יש לציין כי המחקר מורה על כך שלעתים נהגים מסיטים את מבטם מהדרך שלפניהם גם לפרקי זמן ממושכים יותר מ- 2 שניות.

במחקר מכונן רחב-היקף (Klauer et.al. 2006, NHTSA, 2005) נמצאו עדויות לחשיבות גורם הסחת הקשב בהבנת התאונות. המחקר כלל 109 נהגים ברכבם האישי (שיטה המכונה – Naturalistic Driving אשר נועדה להגדיל את תוקף ממצאי המחקר עקב זאת שבוצע בתנאים הקרובים ביותר למציאות בהשוואה למחקרי סימולציה), והקיף 43,000 שעות של תצפיות על נסיעתם בסביבה אורבנית ופרברית.

המחקר תיעד 76 אירועי התנגשות ו- 761 אירועי "כמעט וקרה". כל אירוע תועד אוטומטית באמצעות המערכות הייעודיות לכך, כולל צילומי וידיאו של פני הנהג ושל תמונת המבט הקדמי של הנהג. ב- 78% מאירועי ההתנגשות וב- 65% מאירועי "כמעט התנגשות" נמצא כי להפרעה לקשב של הנהג הייתה תרומה לאירוע. כמו כן מדווחים החוקרים כי מבטים של הנהג הצידה מהדרך שלפניו, שנמשכו יותר מ- 2 שניות, הכפילו את שכיחות מצבי הסיכון של מקרי תאונה ו"כמעט תאונה, בהשוואה לנתוני הבסיס, בכל סוגי הדרך ומצבי התנועה.

בשנת 2019 דווח בארצות הברית (NHTSA, 2019) כי שיעור תאונות כלי הרכב שגרמו למוות, ואשר בהן דווח על הסחת הקשב של הנהג כגורם שתרם לתאונה - היה 8.7% מכלל מקרי התאונות שגרמו למוות. מחקר מקיף שערך ארגון ה- NSC (National Safety Council) בכל מדינות ארה"ב בשנת 2017 מדווח, כי קיימת שונות גדולה מאד בין הפורמטים של טפסי הדיווח של המשטרה המשמשים לחקירת התאונות במדינות השונות. שונות זאת תורמת לשונות בשכיחות הדיווחים בין המדינות השונות על תאונות שמקורן גורמים הקשורים בנהג (כגון הסחת הקשב שלו מתפקיד הנהיגה מסיבות פנימיות וחיצוניות לרכב, עייפות, שימוש בסמים ו/או תרופות אסורות. לדעת החוקרים זאת הסיבה לכך שהדיווח על כמות התאונות בקטגוריה זאת הינו הערכת חסר, ונושא זה לוקה בתת-דיווח פוטנציאלי.

לנאמר לעיל ניתן להוסיף הנחה סבירה, שרוב הנהגים שאירעה להם תאונה לא ידווחו על הסחת הקשב כגורם לתאונה, מסיבות ברורות. בנוסף, על סמך הניסיון והידע בתחומי בטיחות אחרים, ניתן להניח שעל כל מקרה תאונה בדרך שגרמה למוות התרחשו פי כמה מקרי תאונה שלא דווחו, בשל פגיעה ברכוש בלבד, או שלא נחקרו לעומק.

על סמך ההנחות הנ״ל ניתן לשער, כי התופעה של הסחת הקשב של הנהג כגורם שתרם לתאונה בדרך - מהווה סיבה לשיעור גבוה משמעותית מהמדווח במחקרים לעיל.

המחקרים בתחום מורים כי בעיית הסחת הקשב מחמירה יותר במצבים הבאים:

א. **כאשר מדובר בקטעי דרך ״תובעניים״** מבחינת הקשב הנדרש מהנהג. לדוגמא:

- קטע דרך בו נדרשת בחירת נתיב
- כניסה לדרך או יציאה ממנה במחלף / בצומת
- קטע דרך בו יש תמרוני עקיפה
- מעגל תנועה
- קטע דרך עירוני בו יש ריבוי מוסדות חינוך
- קטע דרך בו קיים כבר גודש שילוט

בקטעי הדרך ה״תובעניים״ הנ״ל - הסחת הקשב של הנהג לשלט פרסום עלולה להותיר אותו עם מעט מדי קשב לצורך התמודדות עם דרישות הקשב של תפקיד הנהיגה במקומות הנ״ל.

ב. **כאשר מדובר בנהגים ״מוחלשים״** מבחינת יכולת הקצאת הקשב, לדוגמא:

- נהגים חסרי ניסיון (תפקיד הנהיגה דורש מהם קשב רב יותר)
- נהגים עייפים / ממהרים / מודאגים וכד׳
- נהגים מבוגרים (הזקוקים לזמני תגובה ארוכים יותר)
- נהגים הנמצאים תחת השפעת סמים ו/או אלכוהול (הזקוקים לזמני תגובה ארוכים יותר)

מכיוון שכמות הקשב שיכול הנהג להקצות בכל רגע נתון לתפקיד הנהיגה היא מוגבלת - הקצאת הקשב ל״מסיחי קשב״ כגון שילוט פרסום והסברה בצד הדרך עלולה להותיר נהגים אלה עם מעט מדי קשב לביצוע תפקיד הנהיגה.

ג. **כאשר מדובר בשלטי פרסום והסברה המצטיינים בכוח משיכה**, ובעיקר:

- בעלי מימדים ענקיים יחסית לסביבה
- בעלי עוצמת תאורה גבוהה מאוד
- מציגים אפקטים של תנועתיות
- מציגים תוכן בעל מטען אמוציונלי

המחקרים בתחום מראים כי שלטים אלה גורמים למשיכה בלתי רצונית של עין הנהג לכיוונם, ונדרשת משמעת עצמית חזקה כדי להימנע מכך.

רציונל דומה קיים גם לגבי הולך הרגל: משיכת תשומת ליבו החזותית לצורך קריאת שלט שאינו קשור במישרין לביצוע מטלת החצייה הבטוחה של הכביש - עלולה להסיח את דעתו מביצוע המטלות הנדרשות לצורך הבטחת חצייה בטוחה של הכביש, וליצור סיכון מוגבר לתאונה.

לסיכום סעיף זה: משימת הנהיגה, הרכיבה או אף חציית הכביש איננה מן המשימות הפשוטות, ודורשת את מלוא תשומת הלב מן העושה אותה. הניסיון המצטבר בנושא של חקירת תאונות דרכים מצביע במפורש על ״הגורם האנושי״ כסיבה המרכזית לחלק משמעותי מתאונות הדרכים, בדרכים עירוניות ובינעירוניות גם יחד. מאחורי

המושג "הגורם האנושי" מסתתרת, על פי המחקרים בתחום, התופעה הנרחבת של הפרעה לתפקיד הנהיגה (Distracted Driving) כתוצאה מהסחת הדעת והקשב החזותי של הנהג מתנאי הדרך שלפניו.

1.6. הצורך באיזון האינטרסים

התופעה של הסחת הקשב החזותי של הנהג כתוצאה מחלק משלטי הפרסום וההסברה - היא עובדה קיימת. בשנים האחרונות ניכרת החמרה של המצב בעקבות כניסתם של השלטים האלקטרוניים גדולי הממדים ומושכי העין. במובן זה האינטרס של בטיחות הנהיגה נפגע.

יש לציין כי הסביבה העירונית, מעצם טיבעה, מאופיינת במיגוון של הסחות קשב ארכיטקטוניות ואנושיות אחרות שאינן שילוט. אולם, קשה להתחרות עם העוצמה והבולטות של השילוט האלקטרוני הגדול, הצבעוני, המכיל תכנים בעלי מטען אמוציונלי ומשלב תנועתיות.

האופציה של הכנסת שינוי למסגרת החוקים והתקנות הקיימים בנושא - קשה וממושכת מאד, מכיוון שמעורבים בנושא גורמים רבים. לכן ואינה נראית מעשית בשלב זה.

מכל האמור לעיל עולה בבירור הצורך ליצור כלים שיאפשרו מאזן אינטרסים רציונלי, שבו, מצד אחד, ענף הפרסום יוכל להמשיך לפעול ולהצליח, ומצד שני בעלי התפקידים הממונים על האישור והאכיפה של הצבת שלטי פרסום בתחום העירוני והבינעירוני – יהיו מודעים יותר לכללי "עשה" ו"אל תעשה" בתחום. בעלי תפקידים אלה יפעלו ליישומם של הכללים לטובת האינטרס הציבורי של שמירה על רמת הבטיחות בדרך, ואינטרסים נוספים כגון שמירה על הנוף הפתוח והסביבה העירונית.

לפיכך, בעקבות התפתחות המחקר והידע בתחום, מצאנו לנכון לפרסם, לתועלת כל העוסקים בנושא, את מסמך העקרונות הנוכחי לשילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה, המבוסס על הספרות המקצועית העדכנית בתחום.

2. עקרונות ומטרות

ביולי 2019 הוגש דו״ח מקצועי בנושא: ״כללים לשילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה קיימים״, אשר נערך ביוזמה משותפת של משרד התחבורה והרלב״ד[1]. הדו״ח הקיף את הנושאים הבאים:

א. סקירת הספרות המחקרית של היבטי גורמי אנוש בנושא
ב. מסגרת החקיקה בישראל
ג. הנחיות התכנון בישראל
ד. הנחיות וחוקים - דוגמאות מהעולם
ה. תיאור המצב הקיים בשטח: סוגי דרכים וסוגי שלטים

במסגרת הסיכום וההמלצות של העבודה הנ״ל גובשו שני תוצרים שימושיים עיקריים, הממצים את עיקרי ההמלצות של המחקרים הרבים שנערכו בתחום:

א. **עקרונות לשילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי התנועה הקיימים**

ב. **רשימת תיוג (Checklist) להערכת פוטנציאל ההפרעה לנהג בגין שלט פרסום/הסברה** כלשהו המיועד להצבה בצד הדרך.

תוצרים אלה מוצגים בסעיפים הבאים.

משרד התחבורה ממליץ לבעלי תפקידים העוסקים בתכנון, ייצור, בדיקה ואישור ההצבה של שילוט פרסום והסברה (ברשויות מקומיות, ברשויות תמרור) לצד הדרך להשתמש בשני התוצרים המפורטים להלן.

3. עקרונות לבחינת אפשרות שילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה קיימים

3.1. עקרונות לזיהוי שלט בעל פוטנציאל הפרעה גבוה לנהיגה בטוחה

שלט בעל פוטנציאל הפרעה גבוה לנהיגה בטוחה מאופיין באחת או יותר מהתכונות הבאות:

1. הצפייה בשלט תוך כדי נהיגה מחייבת הסטת הראש והעיניים למרחק רב ממרכז ציר הראייה קדימה של הנהג.
2. השלט כולל מסר ארוך מדי, ולכן מחייב הסטת העיניים מהכביש לשלט למשך זמן ארוך מדי לצורך קריאתו.
3. הפרמטרים הגרפיים של הגופנים המרכיבים את התוכן המילולי של השלט (כגון סוג הגופן, גובה אות, רווח בין שורות, ניגודיות בין אות לרקע ועוד) מקשים על קריאתו ע״י הנהג, ואינם תואמים את ההנחיות לשילוט תחבורתי, למרחק הצפייה ומהירות הנסיעה הנדרשים.
4. השלט מציג מסר המתחלק על פני מספר שלטים רציפים (המוצבים בזה אחר זה), ומאריך את משך זמן קריאת המסר המפוצל תוך הגדלת משך הסטת העיניים ממרכז הדרך שלפנים.
5. השלט תוכנן כך שימשוך את תשומת לב הנהג בעזרת אפקטים כגון תנועתיות, הבהוב, בוהק, צבע, או תוכן בעל מטען אמוציונלי, המושכים את הקשב החזותי של הנהג באופן אוטומטי (לא רצוני).
6. השלט מציג מסרים מתחלפים (כמו שלטים אלקטרוניים) בקצב מהיר.

[1] ראו באתר: https://www.slideshare.net/MarcosSzeinuk/effect-of-advert-signs-on-traffic-signsreviewpdf

7. השלט ממוקם בקטע דרך "תובעני" הדורש קשב רב של הנהג לצורך נהיגה בטוחה (ראה סעיף 1.4 לעיל).
8. השלט מסתיר מרחב נראות חיוני בכביש ממנו עלולים להגיח הולכי רגל וכלי רכב.
9. השלט ממוקם בקטע דרך בו מוצבים שלטים אחרים, עלול להעצים אצל הנהג את תחושת הגודש החזותי של השילוט באותו קטע דרך, ולהאריך את משך הזמן לזיהוי הסדר תנועה המוצב באותו קטע דרך.

3.2. עקרונות לזיהוי שלט בעל פוטנציאל הפרעה נמוך לנהיגה בטוחה

שלט בעל פוטנציאל הפרעה נמוך לנהיגה בטוחה מאופיין באחת או יותר מהתכונות הבאות:

1. השלט כולל מספר קטן של יחידות מידע.
2. השלט כולל מסר פשוט ומובן.
3. השלט מציג את המסר באמצעות כיתוב בגודל פונט המתאים למהירות הנסיעה ולמרחק הקריאה.
4. השלט לא כולל מידע תומך או מידע נוסף למסר העיקרי, אשר מאריכים מאד את משך הזמן הנדרש לקריאה בזמן נהיגה.
5. השלט כולל גרפיקה פשוטה, לא מבלבלת או מתחכמת יתר על המידה.
6. השלט ממוקם במקום הנראה לנהג ללא צורך בהסטת הראש למרחק זוויתי גדול מדי ממרכז הדרך.
7. השלט אינו ממוקם בקטע דרך "תובעני" מבחינת דרישות הקשב מהנהג (ראה סעיף 1.4 לעיל).

4. רשימת תיוג להערכת פוטנציאל ההפרעה לנהג בגין שלט פרסום והסברה

4.1. כללי

כאמור בסעיף 2 לעיל, התוצר היישומי השני של העבודה שנעשתה בנושא "כללים לשילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה קיימים", הינו **רשימת תיוג לבחינת אפשרות הצבתו של שלט פרסום והסברה** כלשהו במיקום מסוים (ראה הרשימה בנספח 1 להלן).

רשימת התיוג מבוססת על ממצאי המחקרים שנסקרו במסגרת העבודה הנ"ל, אשר הצביעו על אפקט מובהק של הפרעה לקשב של הנהג (Distracted Attention) בגלל חשיפתו לשלטי פרסום והסברה בעלי מאפיינים מסוימים. מאפיינים אלה מתייחסים לתוכן המוצג בשלט הפרסום וממדיו, למיקום הצבת שלט הפרסום בדרך, ולאינטראקציה בין שלט הפרסום לבין שלטים אחרים המוצבים בסמיכות אליו.

רשימת התיוג מהווה הצעה לכלי עבודה, אשר השימוש המומלץ בו הינו בכל אחד משלבי הייזום, התכנון, הביצוע, האישור, ההצבה והאחזקה של שלט פרסום והסברה המיועד להצבה לצד הדרך. בעלי התפקידים אשר מומלץ כי ישתמשו בכלי זה הינם:

א. מתכנני ומעצבי שילוט פרסום והסברה (בתהליך אפיון ועיצוב השלט).
ב. עובדי רשויות מקומיות (בתפקידם במסגרת תהליך בדיקת שלט פרסום והסברה לצורך מתן היתר לשלט מטעם הרשות המקומית).
ג. עובדי החברות המפעילות של הדרכים (בתפקידם כאחראים ליישום החוקים והתקנות בנושא שילוט פרסום והסברה בצד הדרך, כרשות תמרור מקומית)

באמצעות רשימת התיוג יוכל בעל התפקיד הרלוונטי להעריך, בתהליך מקצועי אחיד, סדור ומתועד, את פוטנציאל ההפרעה לנהג של שלט פרסום ו/או הסברה כלשהו המיועד להתקנה בצד הדרך במיקום מסוים. רשימת הביקורת יכולה לשמש, כמובן, גם להערכת פוטנציאל ההפרעה לנהג של שלט פרסום ו/או הסברה קיים, אשר כבר הותקן בעבר במיקומו הספציפי.

בתהליך בניית רשימת התיוג נעשה שימוש גם ברשימות תיוג דומות שהוצעו במספר מחקרים וקבצי הנחיות בתחום. רשימות תיוג דומות לזו המוצגת להלן נמצאו במספר מדינות (כגון: Edquist & Johnston, 2008, ADVERTS, Queensland ,2016, AUSTROADS, 2013).

4.2. אופן הסקת מסקנות לגבי שלט מסוים לאחר בדיקתו באמצעות רשימת התיוג

א. תהליך בדיקת השלט יהיה בעזרת רשימת תיוג ברורה וקבועה המוצעת כאן, אשר תבטיח התייחסות נאותה להיבטים השונים של השלט הספציפי.

ב. בתום הבדיקה יוכל בעל התפקיד האחראי למתן אישור הצבה להתמקד במספר בעיות שזוהו בשלט, ולבחון יחד עם הגורם המבקש דרכים להקטין את עוצמת הבעיות בשלט או לבטלן לחלוטין.

ג. ככל שבסעיף מסוים ברשימה זיהה בעל התפקיד בעיה משמעותית, שעלולות להיות לה השלכות חמורות על בטיחות משתמשי הדרך - יוודא בעל התפקיד האחראי למתן אישור הצבה את ביצוע השיפורים הנדרשים.

5. סיכום

הסחת הקשב החזותי של הנהג ממטלת הנהיגה הבטוחה, כתוצאה מחלק משלטי הפרסום וההסברה, היא עובדה קיימת. בשנים האחרונות, בעקבות כניסתם של השלטים האלקטרוניים גדולי הממדים ומושכי העין המצב הוחמר מבחינת בטיחות הנהיגה בדרך.

האופציה של הכנסת שינוי למסגרת החוקים והתקנות הקיימים בנושא הינה קשה וממושכת מאד, מכיוון שמעורבים בתהליך צורך עסקי ואינטרסים כבדי משקל.

בעקבות התפתחות המחקר והידע בתחום, המסמך הנוכחי מציע כלי המבוסס על הספרות המקצועית העדכנית בתחום: מסמך עקרונות המאפשר לבעלי התפקידים הרלוונטיים לבדוק באופן שיטתי, אחיד ומבוקר את פוטנציאל ההשפעה השלילית של הצבת שלט פרסום כלשהו, לצורך קבלת החלטה לאישור או פסילת הצבתו במסגרת הסדרי התנועה לצד הדרך.

בעזרת כלי זה ניתן יהיה לאפשר מאזן אינטרסים רציונלי בין הגורמים הפועלים בשטח: מצד אחד, ענף הפרסום יוכל להמשיך לפעול ולהצליח, ולהציע את שירותיו תוך מודעות למגבלות. מצד שני, בעלי התפקידים הממונים על האישור והאכיפה של הצבת שלטי פרסום בתחום העירוני והבינעירוני - יהיו מודעים יותר לכללי "עשה" ו"אל תעשה" בתחום.

6. רשימת מקורות

משרד התחבורה והבטיחות בדרכים - מינהל תכנון ופיתוח תשתיות, הרלב"ד, "כללים לשילוב אמצעי פרסום והסברה בהסדרי תנועה קיימים - דו"ח מסכם", יולי 2019.

Neale, V.L., Dingus, T.A., Klauer, S.G., Sudweeks, J., & Goodman, M.J. An overview of the 100-Car Naturalistic Study and findings. International Technical Conference on the Enhanced Safety of Vehicles (CDROM). Washington, D.C.: National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA), 2005.

Klauer, S.G., Dingus, T.A., Neale, V.L., Sudweeks, J.D. The impact of driver inattention on near crash/crash risk: An analysis using the 100-car naturalistic driving study data. Tech. Rep. National Highway Traffic Safety Administration, Washington, D.C., 2006.

Edquist J, Johnston, I. Visual clutter in road environments - what it does, and what to do about it, Australasian Road Safety Research, Policing and Education Conference, 2008.

Regan, M.A., Lee, J.D., Young, K.L. (eds.). Driver Distraction: Theory, Effects, and Mitigation. CRC Press Taylor & Francis Group, Boca Raton, FL, USA, 2008.

Reagan, M. A., Hallett, C. Handbook of Traffic Psychology, 2011.

AUSTROADS, Impact of Roadside Advertising on Road Safety, 2013.

National Safety Council (NSC). Undercounted is underinvested: How Incomplete Crash Reports Impact Efforts to Save Lives, 2017.

ADVERTS (Assessing Distraction of Vehicle drivers in Europe from Roadside Technology-based Signage), Recommendations for road authorities, CEDR (Transnational Road Research Programme), 2018.

Driver Distraction. European Commission, 2018.

Queensland, Roadside Advertising Manual, Edition 3, Technical Volume, 2019.

National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA). Traffic Safety Facts Research Note: Distracted Driving 2019 (DOT HS 813 111). Department of Transportation, Washington, D.C., 2021.

נספח 1: רשימת תיוג להערכת פוטנציאל ההפרעה לנהג של שלט פרסום או הסברה בצד הדרך

מס׳	תיאור ההפרעה הפוטנציאלית כתוצאה מהצבת השלט בצד הדרך	תוצאת הבדיקה בדרך		
		אין בעיה	לא רלוונטי	הערות / בעיות
1	**עומס מנטלי על הנהג**			
1.1	אין למקם שלט בקטע דרך בו נדרש מהנהג לקבל החלטה ולבצע פעולות נהיגה מורכבות הדורשות את מלוא תשומת ליבו, כגון: א. קירבה למוסדות חינוך המעלים את ההסתברות לילד/ים המגיח/ים במפתיע לכביש ב. בסביבת השלט יש מפרצי חניה (אחד או יותר) מהם עלול להגיח הולך רגל ו/או מכונית ג. השלט נמצא בקטע דרך בו נדרשת בחירת נתיב (לקראת צומת, למשל) ד. השלט נמצא בקרבת הסתעפות בדרך ה. השלט נמצא בקרבת מחלף ו. השלט נמצא בקרבת מעגל תנועה ז. השלט נמצא בקרבת הסדרי תנועה זמניים ח. אחר (פרט):			
1.2	אין למקם שלט בקטע דרך אשר עלול לדרוש מהנהג ביצוע פעולות חירום, כגון: א. בלימה בגלל ילד המגיח בפתאומיות מבין שורת מכוניות חונות ב. צומת עם ריבוי הולכי רגל ג. אחר (פרט):			
1.3	יש להימנע מהוספת שלט בקטע דרך בו כבר קיים גודש חזותי בגין שילוט, כולל שילוט של הסדרי תנועה קיימים			
1.4	יש להימנע מהצבת השלט בקטע דרך בו יש אחוז גבוה של סוגי כלי רכב שונים (כגון מכוניות פרטיות, אוטובוסים, משאיות, אופנועים, רוכבי אופניים) הנבדלים במאפייני הנהיגה שלהם כגון מהירות, האצה, יכולת תמרון ועוד			
1.5	יש להימנע משלט המציג מסר ארוך ו/או מורכב הכולל יותר מ- 6 יחידות מידע (מילה עד 8 אותיות = 1 יח׳ מידע, סמל/תמונה/לוגו = 0.5 יח׳ מידע, מספר בעל 5-8 ספרות = 1 יח׳ מידע, מספר בעל עד 4 ספרות = 0.5 יח׳ מידע)			

מס׳	תיאור ההפרעה הפוטנציאלית כתוצאה מהצבת השלט בצד הדרך	תוצאת הבדיקה בדרך		
		אין בעיה	לא רלוונטי	הערות / בעיות
2	**לכידה אוטומטית (בלתי רצונית) של קשב הנהג**			
2.1	יש להימנע משלט המציג אובייקטים נעים או אנימציות			
2.2	יש להימנע משלט המציג תמונות משתנות			
2.3	יש להימנע משלט המציג תמונות בעלות תוכן הנושא מטען רגשי (אמוציונלי).			
2.4	יש למזער ״מעברים״ בין המסרים המוצגים בשלט (משך זמן מעבר - עד חצי שניה, משך הצגת כל מסר - לפחות 10 שניות)			
2.5	יש לאסור שילוט מסנוור או מהבהב (רמת תאורה גבוהה, אובייקטים מסנוורים, פלאשים, צבעים בהירים מדי)			
3	**הסטת מבט גדולה וממושכת של הנהג מכיוון הנסיעה לפנים**			
3.1	יש להימנע מהצבת השלט בדרך מרובת נתיבים (אשר בנתיבים מסוימים מגדילה את זווית הראיה של הנהג אל השלט, או מגדילה את ההסתברות לתמרוני שינוי נתיב)			
3.2	יש להימנע מהצגת מסר המחולק לקטעים המוצגים על פני מספר שלטים בזה אחר זה			
3.3	השלט יוצב בזווית הצבה לדרך שבין 90 ל- 94 מעלות (כך שלא ידרוש הסטה גדולה מדי של המבט מהדרך שלפנים)			
3.4	השלט לא יוצב במרחק הנמוך מ- 100 מ׳ מחצייית מסילת רכבת.			
3.5	השלט לא יוצב בקטע דרך בו מתקיים אחד מהמצבים הבאים: א. קטע דרך בו מוצבים תמרורי אזהרה/ התרעה ב. קטע דרך בו קיים מעבר חצייה, או איסור עקיפה, או קו הפרדה, או מיזוג נתיבים ג. קטע דרך בו יש עקומה בכביש ד. קטע דרך בין עירונית החוצה סביבה עירונית ה. אחר (פרט):			

מס׳	תיאור ההפרעה הפוטנציאלית כתוצאה מהצבת השלט בצד הדרך	תוצאת הבדיקה בדרך		
		אין בעיה	לא רלוונטי	הערות / בעיות
4	**הטעיית הנהג**			
4.1	אין להציב שלט פרסום העלול לבלבל את הנהג עקב דמיונו לתמרור כלשהו (בגלל תוכן, גרפיקה, צורה, צבע, מיקום).			
5	**הסתרה**			
5.1	השלט לא יסתיר או יצור רקע המקטין את יעילותו של תמרור קיים.			
5.2	**השלט לא יחסום את מרחב שדה הראייה הנחוץ לנהג בקטעי דרך רגישים** (למשל: קו הראיה של הנהג להסדרי תנועה ו/או תשתיות דרך החיוניים להבנת תנאי הדרך), כגון: א. מעבר חציה ב. עקומה בכביש ג. צומת ד. קרן רחוב (השלט עלול להסתיר כלי רכב ו/או הולכי רגל המגיחים מהרחוב החוצה) ה. כניסה למגרש ו. יציאה לרמפה ז. אחר (פרט):			
6	**פרופיל בטיחותי של קטע הדרך**			
6.1	לקטע הדרך בו מבקשים להציב את השלט יש "היסטוריה" של אירועי בטיחות (תאונות, אירועי "כמעט תאונה", תלונות תושבים ונהגים)			